



RAPPORT FINANCIER DU
TROISIEME TRIMESTRE
2014-2015

CBC  Radio-Canada

Table des matières

Engagement de CBC/Radio-Canada envers la transparence et la responsabilisation	2
Rapport de gestion	3
Faits saillants financiers	4
Faits saillants des activités	6
1. Le point sur le rendement	12
1.1 Indicateurs stratégiques	12
1.2 Indicateurs opérationnels	18
2. Capacité de produire des résultats	22
2.1 Personnes et leadership	22
2.2 Capacité des ressources	25
3. Résultats et perspectives	27
3.1 Résultats	27
3.2 Situation financière, flux de trésorerie et liquidités	34
3.3 Le point sur les perspectives et les risques	36
4. Présentation de l'information financière	39
4.1 Normes comptables futures	39
4.2 Principales estimations comptables et jugements importants	39
4.3 Transactions entre parties liées	39
Déclaration de la responsabilité de la direction par des cadres supérieurs	40
États financiers consolidés résumés intermédiaires (non audités)	41
Notes afférentes aux états financiers consolidés résumés intermédiaires (non audités)	46

Engagement de CBC/Radio-Canada envers la transparence et la responsabilisation

En tant que radiodiffuseur public national, nous accordons beaucoup d'importance à notre obligation de transparence et de responsabilisation envers les Canadiens. Pour nous acquitter de nos responsabilités à cet égard, nous publions sur notre [site web institutionnel](#) de l'information sur nos activités et sur la gestion des ressources publiques qui nous sont confiées.



Rapport de gestion

Exigences concernant les rapports trimestriels

Outre un rapport annuel, nous sommes tenus – comme la plupart des sociétés d'État canadiennes sous régime fédéral – de déposer des rapports financiers trimestriels pour les trois premiers trimestres de chaque exercice. Conformément à notre engagement de faire preuve de transparence et d'assurer une surveillance efficiente des fonds publics qui nous sont alloués, nous avons le plaisir de présenter notre rapport trimestriel pour le troisième trimestre, terminé le 31 décembre 2014.

Ces états financiers consolidés résumés intermédiaires n'ont pas fait l'objet d'un examen par notre auditeur.

Saisonnalité

La majeure partie de nos revenus autogénérés est constituée de revenus publicitaires. Ceux-ci suivent un cycle saisonnier dicté par notre grille de programmation et varient aussi en fonction des conditions du marché, de l'économie en général et du rendement de la grille. Les revenus d'abonnement sont relativement plus stables d'un trimestre à l'autre. Les dépenses d'exploitation tendent également à suivre un cycle saisonnier, fluctuant aussi au gré des variations de la grille de programmation.

Les crédits parlementaires sont constatés en résultat en fonction du budget annuel, qui reflète les influences saisonnières sur les dépenses et les revenus autogénérés.

Note relative aux déclarations prospectives

Ce rapport renferme des déclarations prospectives sur la stratégie, les objectifs et les résultats d'exploitation et financiers escomptés. Les déclarations prospectives sont basées sur les hypothèses générales suivantes : le financement public de CBC/Radio-Canada demeure conforme aux annonces faites dans le budget fédéral; et le contexte de la réglementation de la radiodiffusion ne changera pas fondamentalement. Les principaux facteurs de risque et d'incertitude sont décrits à la section 3.3, Le point sur les perspectives et les risques, du présent rapport. Toutefois, certains risques et certaines incertitudes échappent à notre volonté et restent difficiles à prévoir. Ceux-ci comprennent, sans s'y limiter, des facteurs liés à la conjoncture économique et financière, au marché publicitaire ainsi que d'autres facteurs d'ordre technologique et réglementaire. En raison de l'influence de ces facteurs ou d'autres facteurs, les résultats réels peuvent différer considérablement des prévisions contenues, de manière explicite ou implicite, dans les déclarations prospectives.

Mesure non conforme aux IFRS

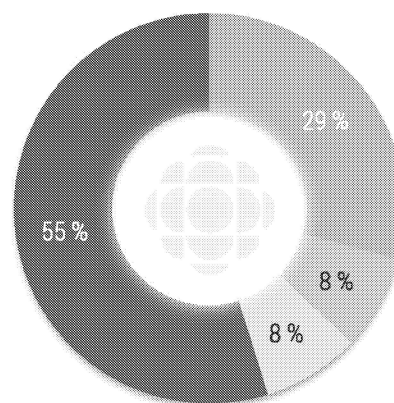
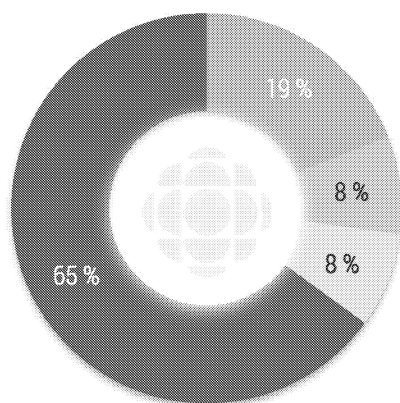
Le présent rapport comprend la mesure « résultat d'exploitation sur une base courante », qui n'a pas de sens normalisé prescrit par les normes internationales d'information financière (IFRS). Il est donc peu probable qu'on puisse la comparer avec des mesures du même type présentées par d'autres entreprises. Plus de détails sont fournis à la section 3.1, Résultats.

Faits saillants financiers

REVENUS ET SOURCES DE FINANCEMENT POUR LE T3

2014-2015

2013-2014



■ Financement public ■ Revenus publicitaires ■ Revenus d'abonnement ■ Revenus financiers et autres revenus

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Revenus	142 971	189 897	(24,7)	473 692	501 616	(5,6)
Dépenses	(416 216)	(460 893)	(9,7)	(1 248 660)	(1 315 372)	(5,1)
Financement public	265 305	230 585	15,1	641 237	750 959	(14,6)
Résultat avant éléments hors exploitation	(7 940)	(40 411)	(80,4)	(133 731)	(62 797)	113,0
Résultat net de la période	(5 952)	(40 697)	(85,4)	(92 728)	(65 357)	41,9
Résultat d'exploitation sur une base courante¹	15 394	(15 841)	N. S.	(51 958)	(6 988)	N. S.

N. S. non significatif

¹ Le résultat d'exploitation sur une base courante n'est pas une mesure conforme aux IFRS. Un rapprochement du résultat net avec le résultat d'exploitation sur une base courante est présenté sous Résultats à la section 3.1.

Résultat en IFRS et résultat d'exploitation sur une base courante

Pour le trimestre considéré, les variations observées dans le résultat net en IFRS et dans le résultat d'exploitation sur une base courante découlent principalement des facteurs suivants :

- * L'absence, pour la première période complète, de revenus publicitaires directement attribuables à la présentation de matchs de hockey professionnel en raison de l'expiration de notre contrat de diffusion avec la Ligue nationale de hockey (LNH). Ce manque à recevoir a entraîné une baisse de 46,9 millions de dollars (24,7 %) de nos revenus totaux comparativement au troisième trimestre de 2013-2014. Nos dépenses d'exploitation ont diminué de façon similaire, puisque nous n'avons plus à assumer les coûts de programmation rattachés à cette diffusion, comme il est indiqué ci-dessous. Nos revenus publicitaires ont également souffert de l'affaiblissement du marché publicitaire par rapport à la même période de l'exercice précédent.
- * Une diminution de 44,7 millions de dollars (9,7 %) de nos dépenses totales comparativement à celles du troisième trimestre de l'exercice précédent, compte tenu de la baisse de nos coûts d'exploitation après la fin de notre contrat avec la LNH et de la poursuite de nos initiatives de réduction des coûts. Cette diminution a été compensée en partie par les coûts des cessations d'emploi en lien avec les réductions de personnel annoncées en novembre.
- * Une augmentation de 34,7 millions de dollars (15,1 %) du financement public constaté à des fins comptables résultant d'une hausse des prélèvements sur ce financement dans le trimestre considéré par rapport à la même période de l'exercice précédent. La hausse des prélèvements sur le financement public tient à une différence temporaire dans nos besoins de trésorerie, qui fait que les fonds ont été prélevés plus tard dans l'exercice comparativement à 2013-2014. D'ici la fin de l'exercice, le financement public total devrait être inférieur de 45,5 millions de dollars à celui de l'exercice précédent, conformément au dernier volet des réductions annoncées dans le budget fédéral de 2012.
- * Le résultat d'exploitation sur une base courante de la période reflète un gain de 15,4 millions de dollars, qui s'explique surtout par le moment auquel les prélèvements sur le financement public ont été effectués, comme il est indiqué plus haut. Ce résultat ne comprend pas les éléments qui ne nécessitent pas d'apport en fonds d'exploitation ou qui ne contribuent pas aux fonds d'exploitation, dont le plus important est la charge de retraite sans effet sur la trésorerie comptabilisée à hauteur de 8,5 millions de dollars. La section 3.1, Résultats, du présent rapport renferme plus d'informations sur le rapprochement du résultat net en IFRS avec le résultat d'exploitation sur une base courante.

Faits saillants des activités

Mettre en œuvre notre nouveau plan stratégique

Nous continuons d'accomplir notre mandat en suivant notre plan stratégique quinquennal 2015 : *Partout, Pour tous*. Au cours du troisième trimestre – le dernier pour lequel la *Stratégie 2015* a servi de point de comparaison –, nous avons poursuivi des initiatives qui appuient les trois axes stratégiques de ce plan :

- ✦ Plus distinctive : programmation réseau et espaces publics nationaux;
- ✦ Plus régionale : présence régionale et espaces communautaires;
- ✦ Plus numérique : nouvelles plateformes et nouveaux espaces numériques.

Avec sa nouvelle stratégie quinquennale, *Un espace pour nous tous*, CBC/Radio-Canada sera plus présente et plus pertinente, et viable pour les générations futures. Notre Rapport annuel 2014-2015, une fois déposé au Parlement, fournira plus de précisions sur la planification et le déroulement de la mise en œuvre de cette stratégie.

Nous réaliserons notre mission et notre vision en offrant sans cesse du contenu extraordinaire et distinctif, ainsi que des services qui tiennent compte des nouvelles habitudes de consommation média des Canadiens. Nous arriverons ainsi à cibler nos efforts en faisant appel à des stratégies qui nous permettront de réduire notre infrastructure, de transformer nos personnes et notre culture, et d'améliorer notre stabilité financière. D'ici 2020, le radiodiffuseur public sera différent. Nous serons plus dynamiques, plus pertinents et, avant tout, rassembleurs.

Plus distinctive



Pendant l'automne et le temps des Fêtes, les Canadiens ont continué de regarder et d'écouter la programmation quotidienne et spéciale de fin d'année de CBC/Radio-Canada.

À la radio, les sondages d'automne indiquent que CBC et Radio-Canada ont enregistré la part d'auditoire combinée la plus élevée de leur histoire, dans les deux marchés. Ces résultats sont particulièrement satisfaisants dans un contexte où l'auditoire, dans son ensemble, diminue dans les deux marchés. Et pourtant, CBC Radio One, CBC Radio 2 et ICI Musique ont fait mentir cette tendance en augmentant légèrement leur durée d'écoute moyenne hebdomadaire par auditeur⁽¹⁾. Signalons également l'ajout ce trimestre de l'émission *The 180* à la programmation matinale du dimanche sur CBC Radio One, ce qui a pu contribuer à ces solides résultats, et le succès de nos animateurs invités à l'émission *Q* – Brent Bambury, Piya Chattopadhyay et Tom Power.

À la télévision, ICI Radio-Canada Télé a fait face avec brio à une intense concurrence sur le marché francophone en affichant une solide part de marché de 19,8 % aux heures de grande écoute. Notre chaîne généraliste a pu compter sur le retour de plusieurs rendez-vous hebdomadaire en soirée attirant régulièrement plus d'un million de téléspectateurs (*Les enfants de la télé*, *Les pêcheurs*, *Mémoires vives*, *Tout le monde en parle* et *Unité 9*). De même, plusieurs émissions d'affaires publiques (*Enquête*, *L'épicerie* et *La facture*) et *Le téléjournal* de 22 h ont maintenu ou augmenté leurs parts de marché par rapport à l'automne 2013⁽²⁾.

⁽¹⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Cahiers d'écoute, sondage d'automne 2014, personnes âgées de 12 ans et plus.

⁽²⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Audimètres portables, francophones au Québec âgés de 2 ans et plus.

La concurrence est aussi demeurée vive sur le marché de la télévision de langue anglaise. Ce trimestre, CBC Television a obtenu une part d'auditoire de 6,7 % aux heures de grande écoute (5,5% si l'on considère la définition de la part d'auditoire et de la cible établie de l'indicateur opérationnel à la page 21)⁽³⁾. Cependant, sa programmation d'automne a été parsemée de moments charnières pour certaines émissions préférées des téléspectateurs. Ainsi, pendant le trimestre, *Republic of Doyle* a couronné six saisons à l'antenne avec un épisode spécial de deux heures. L'émission *This Hour Has 22 Minutes*, fidèle au poste depuis 22 ans, a souligné cet anniversaire en présentant une rétrospective spéciale d'une heure le 9 décembre. La dramatique familiale *Heartland* a remporté le prix de la série dramatique d'une heure ayant tenu l'antenne le plus longtemps au Canada avec la diffusion de 125 épisodes, tandis que *Murdoch Mysteries* a atteint le cap de la 100^e émission pendant la même période.

Dans un trimestre riche en nouvelles locales et internationales, CBC/Radio-Canada a continué de couvrir l'information de manière réfléchie et professionnelle. Les Canadiens se sont tournés vers leur radiodiffuseur public pour tout savoir sur les tragédies qui ont eu lieu le 20 octobre à Saint-Jean-sur-Richelieu, au Québec, et le 22 octobre, sur la colline du Parlement à Ottawa, au cours desquelles deux membres des Forces armées canadiennes ont perdu la vie. CBC et Radio-Canada ont couvert ces événements en direct sur leurs différentes plateformes, et leur programmation a été suivie intensément par les Canadiens au point où le 22 octobre, le trafic web quotidien sur CBC.ca a atteint un sommet historique⁽⁴⁾.

CBC/Radio-Canada a de nouveau proposé de grands événements rassembleurs et multiplateformes, notamment le 36^e Gala de l'ADISQ⁽⁵⁾ diffusé le 26 octobre sur ICI Radio-Canada Télé et regardé par près de 1,3 million de téléspectateurs (200 000 de plus que l'année précédente)⁽⁶⁾. Comme le veut la tradition, la commémoration traditionnelle du jour du Souvenir, notamment la cérémonie au Monument commémoratif de guerre du Canada à Ottawa, a fait l'objet d'une abondante couverture sur les deux réseaux et sur nos multiples plateformes.

CBC/Radio-Canada a également continué d'être une vitrine pour la littérature et les documentaires sur ses nombreuses plateformes. Le 10 novembre, CBC Television a transmis la cérémonie de remise du prix Banque Scotia Giller, qui récompense les meilleures œuvres de fiction canadiennes. Animée par Rick Mercer, la soirée a été diffusée en direct sur CBC Books, avec une séance de clavardage en direct. Radio-Canada a également présenté le 37^e Salon du livre de Montréal qui a eu lieu du 19 au 24 novembre. Dans le cadre de cet événement, ICI Radio-Canada.ca a fait découvrir dix jeunes auteurs au public, et des personnalités d'antenne de Radio-Canada ont présenté leurs émissions en direct du Salon, qui a attiré plus de 115 000 visiteurs⁽⁷⁾. Le 8 novembre, en guise de prélude aux Rencontres internationales du documentaire de Montréal 2014, Radio-Canada a diffusé sur ICI Radio-Canada Télé sa première *Nuit du documentaire*, proposant en rafale cinq documentaires marquants tournés récemment au Québec.

Fidèle à sa tradition, CBC/Radio-Canada a proposé une programmation spéciale pour le temps des Fêtes sur ses nombreuses plateformes. Ainsi, ICI Radio-Canada Première a présenté de nouvelles émissions, comme *Des airs d'ici*, animée par Gregory Charles (musique) et *Ma grand-mère disait*, animée par Boucar Diouf (histoires de famille). Le dernier grand événement multiplateforme de Radio-Canada en 2014-2015 a évidemment été la célébration la plus rassembleuse de l'année, à savoir la revue humoristique *Bye Bye 2014* présentée la veille du jour de l'An. Cette année, l'émission a battu son propre record établi en 2013, avec 3,94 millions de téléspectateurs sur ICI Radio-Canada Télé le 31 décembre 2014⁽⁸⁾.

⁽³⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Audimètres portables.

⁽⁴⁾Source : Akamai, rapport du trafic web pour le 22 octobre.

⁽⁵⁾Source : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

⁽⁶⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Audimètres portables, francophones au Québec âgés de 2 ans et plus.

⁽⁷⁾Source : Salon du livre de Montréal (www.salondulivredemontreal.com).

⁽⁸⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Audimètres portables, auditoire moyen par minute, francophones au Québec âgés de 2 ans et plus.

Pour sa part, CBC a offert à ses auditoires un programme diversifié de festivités : *Canadian Country Music Awards (CCMA) Holiday Special* mettant à l'honneur les plus grandes vedettes de la musique country canadienne; *Michael Bublé's Christmas in New York*; et *Stars on Ice*, qui a braqué les projecteurs sur les athlètes olympiques canadiens. CBC Radio 2 a diffusé *Joy to the World*, animée par Ben Heppner, et *CBC Music: The Songs of Christmas*, avec Rich Terfry à la barre. CBC Music a aussi contribué à répandre l'esprit des Fêtes en diffusant en continu, du 24 novembre au 29 décembre, les deux webradios à durée limitée *Classical Holidays* et *Seasonal Favourites*.

Plus régionale



CBC/Radio-Canada a continué d'offrir des contenus qui intéressent les Canadiens, et qui sont importants pour eux, dans toutes les régions du pays. C'est ainsi que les événements tragiques de Saint-Jean-sur-Richelieu et d'Ottawa, qui ont secoué le pays et le monde entier, ont de nouveau démontré l'efficacité de notre modèle de production multiplateforme d'information dans les régions.

Par ailleurs, les deux réseaux ont offert une couverture multiplateforme complète des élections municipales qui ont eu lieu au Manitoba, en Ontario et en Colombie-Britannique.

CBC Television a diffusé la première mouture télévisuelle de l'émission matinale *The Eyeopener* en ondes sur CBC Radio One à Calgary. Cette nouvelle initiative renforce le contenu local de CBC Television pendant la journée. L'émission calgarienne a pris l'antenne le 6 octobre et, tout comme *New Brunswick First*, entend montrer aux téléspectateurs des images en direct de l'émission de radio. Le 10 octobre, l'équipe de *Daybreak* sur CBC Montreal a mis ses ondes à la disposition de la communauté de l'Ouest-de-l'Île, exposant les principaux enjeux qui la préoccupent en direct de la cafétéria du pavillon Stewart du collège John-Abbott.

Les émissions matinales locales de CBC Radio One continuent d'avoir d'excellentes cotes d'écoute. Par exemple, 11 des 21 stations de CBC dont l'écoute a été mesurée par les sondages de l'automne 2014 se sont classées au premier rang, tandis que 20 de ces mêmes stations se sont hissées dans les trois premières places⁽⁹⁾. Tous marchés confondus, 24 des 26 émissions matinales de CBC Radio One ont occupé les trois positions de tête⁽¹⁰⁾.

Il faut aussi souligner que, pendant le trimestre, CBC Calgary a célébré son 50^e anniversaire dans le cadre d'une cérémonie animée par Doug Dirks, de l'émission *The Homestretch* sur CBC Radio. La station a ouvert ses portes au public, qui a pu rencontrer ses personnalités préférées.

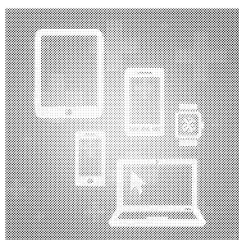
Le 17 novembre, 135 employés de CBC/Radio-Canada qui travaillaient dans les immeubles de la rue Sackville et du chemin Bell à Halifax ont déménagé dans le centre de radiodiffusion du chemin Chebucto, récemment rénové. Ce changement cadre avec notre nouvelle stratégie, car les studios et l'équipement sont conçus pour être interchangeables et donc utilisables pour la radio, la télévision et les services en ligne, de manière à rendre nos activités plus efficaces et efficaces. De plus, grâce à un environnement à aires ouvertes, à de nouvelles méthodes de production, à une meilleure planification du travail et à de nouvelles technologies, CBC/Radio-Canada occupe 70 % moins d'espace que dans les deux anciens immeubles combinés.

Au cours du trimestre, CBC/Radio-Canada a annoncé son intention de mettre en œuvre la composante de la stratégie *Un espace pour nous tous* portant sur l'amélioration progressive des services numériques régionaux. La Société compte ainsi augmenter le nombre de points de contact locaux avec les Canadiens et présenter plus de nouvelles qui les touchent de près. On peut trouver plus de détails sur la stratégie locale [ici](#).

⁽⁹⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Sondages de l'automne 2014 par cahiers d'écoute. Villes classées au premier rang : St. John's, Halifax, Sydney, Saint John, Fredericton, Moncton, Ottawa (marché anglophone), Sudbury, Victoria, Kelowna et Prince George.

⁽¹⁰⁾Source : Numeris (Sondages BBM) – Audimètres portables, semaines 1 à 17.

Plus numérique



Le renforcement de notre capacité à offrir davantage de contenus numériques aux Canadiens constitue toujours un volet important de notre stratégie.

Au cours du trimestre, les équipes des services numériques de Radio-Canada ont bonifié l'expérience multiplateforme des auditoires d'ICI Radio-Canada Première en renouvelant la page d'accueil du site web de la chaîne et en proposant un livre numérique en lien avec la série radio *Sur les traces de Kerouac*. Le livre numérique, disponible gratuitement sur iBooks, constitue une façon originale et interactive d'offrir du contenu qui complète celui développé pour la série radio : la réalité des Canadiens français partis vivre aux États-Unis, la présence du français dans l'œuvre de Kerouac, et les artistes du Québec influencés par l'écrivain et poète. Pour le site web d'ICI Radio-Canada Première, les changements proposés comprennent un design réinventé et du contenu continuellement réactualisé qui s'adapte à tous les appareils.

Les chaînes spécialisées ICI RDI, ICI ARTV et ICI EXPLORA ont proposé une programmation spéciale pour le temps des Fêtes. Pour ICI RDI, cette période coïncidait avec la célébration de son 20^e anniversaire, le 1^{er} janvier 2015. Pour l'occasion, des émissions spéciales célébrant vingt ans de *bloopers*, de *Grands reportages* et d'information en continu étaient au programme. ICI ARTV et ICI EXPLORA ont été offertes en débrouillage du 15 décembre 2014 au 15 janvier 2015. Les téléspectateurs ont pu découvrir ou redécouvrir, en direct ou en vidéo sur demande, des fictions d'ici et d'ailleurs, de nouvelles *Grandes entrevues* signées Stéphan Bureau sur ICI ARTV, ainsi qu'une série (*Animaux sous haute surveillance*) et deux documentaires (*Nous, les singes!* et *Planète Terre : aux origines de l'homme*) en primeur sur ICI EXPLORA.

Les Canadiens n'échappent pas à la tendance globale : ils veulent du contenu en rafale sans être soumis à un horaire de diffusion. Dans l'optique d'offrir un menu canadien, dynamique et francophone pendant le temps des Fêtes, ICI Tou.tv a misé sur la présentation en primeur de trois épisodes inédits de la prochaine saison de *Nouvelle adresse*. La stratégie de commercialisation des contenus de Radio-Canada entend aussi faire écho aux nouvelles habitudes de consommation des médias. Cette approche produit des résultats, puisque *Série noire* a été désignée meilleure série francophone 2014 par iTunes.

Forte du succès remporté par le lancement de son application pour iOS 8, CBC News a répété l'expérience avec Android 5.0. La nouvelle application offre en prime plus de nouvelles locales, de vidéos et d'infos météo, et un accès plus rapide aux nouvelles de dernière heure. Elle comporte un menu personnalisable, des notifications mobiles de manchettes et une foule de photos et de vidéos. On peut aussi y regarder *The National* et des bulletins de nouvelles locales.

La nouvelle application interactive *Canada's Smartest Person* a eu la cote auprès des utilisateurs d'iOS et d'Android ainsi que des internautes (accessible à cbc.ca/smartestperson). Grâce à ce compagnon numérique, les téléspectateurs ont pu se mesurer en temps réel à chacun des participants pendant l'émission de télévision et partager leurs résultats sur Facebook et sur Twitter. Avec plus de 180 000 téléchargements, cette application, en ligne pendant neuf semaines, est devenue l'application interactive la plus populaire de CBC.

Next Gen Den a continué sur sa lancée ce trimestre, tendant le micro à d'autres jeunes entrepreneurs en devenir afin qu'ils mettent de l'avant leur entreprise en démarrage. Conçue pour les appareils mobiles, cette version abrégée de l'émission de télévision peut être vue au moyen d'un téléphone intelligent, d'une tablette ou d'un ordinateur sur le site web de *Dragons' Den* ou sur YouTube.

Les auditeurs de CBC Music ont été invités à voter pour les lauréats des prix CBC Music, dont les noms ont été dévoilés le 9 décembre. Les amateurs de musique canadienne ont évalué des dizaines de milliers de candidatures pour choisir les gagnants dans dix catégories. En voici quelques-uns : artiste de l'année : Céline Dion; chanson de l'année : *Reflektor* d'Arcade Fire; et album de l'année : *Serge Fiori*.

Avec *The Moblees*, une nouvelle série interactive d'aventures vécues sur des musiques entraînantes qui a été développée pour les enfants de deux à cinq ans, Kids' CBC a voulu mettre le mouvement au cœur de la vie quotidienne des enfants canadiens et de leurs familles pour améliorer leur santé. La diffusion de la série au petit écran est complétée par des activités en ligne pour les enfants à kidscbc.ca/moblees, et par des conseils et des recettes santé pour les parents et les éducateurs à cbc.ca/parents.

Autres questions liées aux activités

L'excellent rendement de CBC/Radio-Canada au chapitre de la transparence et de la responsabilisation a été reconnu en novembre lorsque la commissaire à l'information du Canada, Suzanne Legault, a attribué la note « A » à la Société pour sa conformité à la *Loi sur l'accès à l'information*. C'est la deuxième année d'affilée que CBC/Radio-Canada obtient la note maximale. Vous trouverez d'autres informations à ce sujet [ici](#).

En novembre, CBC/Radio-Canada a rendu public son Rapport de performance environnementale pour l'exercice 2013-2014. On y présente un aperçu des nouveaux systèmes, programmes et réalisations qui contribuent au maintien d'une culture axée sur la conscience environnementale et sur la durabilité. On peut lire le rapport complet ou ses faits saillants [ici](#).

L'assemblée publique annuelle (APA) a eu lieu à Montréal à la fin de novembre. À cette occasion, le président du Conseil d'administration, Rémi Racine, et le président-directeur général, Hubert T. Lacroix, ont fait le point sur les activités de la Société et sur les questions financières la concernant. Par la suite, un panel, composé notamment de personnalités d'antenne de CBC et de Radio-Canada, a tenu une discussion animée sur le thème *Une transformation à votre image*. L'assemblée a été diffusée en direct [sur le site web institutionnel](#).

Également à la fin de novembre, la Société a déposé sa première série de rapports qui décrivent en détail la manière dont elle respecte les nouvelles exigences réglementaires liées à ses conditions de licence entrées en vigueur en septembre 2013. Ces rapports montrent que la Société a réussi à satisfaire à toutes ses nouvelles obligations, malgré ses contraintes financières. On peut lire le communiqué de la Société [ici](#).

Depuis le 1^{er} septembre 2013, CBC/Radio-Canada est tenue, en vertu d'une condition de licence, d'« organiser au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) de chacune des régions de l'Atlantique, de l'Ontario et de l'Ouest canadien, du Nord et du Québec afin de discuter des enjeux qui influencent leur essor et leur vitalité ». La deuxième consultation officielle des Services français a eu lieu les 22 et 23 octobre à Sudbury, pour la population de la région de l'Ontario (la première s'était déroulée au printemps de 2014 à Edmonton, pour l'Ouest canadien). Radio-Canada rendra compte des résultats de la consultation de Sudbury dans le Rapport annuel 2014-2015 qui sera déposé auprès du CRTC le 30 novembre 2015.

En phase avec l'une des nouvelles priorités stratégiques énoncées dans *Un espace pour nous tous*, Radio-Canada s'est associée en octobre à FOX International Channels Content Sales pour enrichir son offre d'émissions produites par la chaîne National Geographic. L'entente prévoit qu'ICI EXPLORA et la plateforme éducative Curio.ca pourront puiser dans le nouveau catalogue mis à leur disposition. D'autres productions en développement pourraient s'ajouter ultérieurement à l'offre télévisuelle.

Par ailleurs, l'entente de partage de contenus conclue entre CBC News et The Weather Network a pris effet en décembre 2014. D'après cette entente, The Weather Network fournira du contenu pour les bulletins météo nationaux inclus dans certaines émissions de télévision de CBC News. En retour, The Weather Network pourra intégrer à ses plateformes des reportages, analyses et vidéos de CBC News sur la météo.

Perspectives

À titre de radiodiffuseur officiel des Jeux panaméricains et parapanaméricains qui auront lieu à Toronto à l'été 2015, CBC/Radio-Canada mobilisera toutes ses plateformes pour présenter chaque jour les performances des athlètes canadiens qui tenteront d'arracher l'or aux compétiteurs d'élite venus d'Amérique latine, d'Amérique du Sud, des Caraïbes et d'Amérique du Nord.

Le 25 février 2015, Radio Canada International (RCI) soufflera ses 70 bougies. Après avoir transmis ses contenus sur ondes courtes et par satellite pendant des décennies, RCI a amorcé son virage au numérique en 2012 pour devenir un service web multilingue (RCInet.ca diffuse notamment en français, en anglais, en espagnol, en arabe et en mandarin). Sa mission n'a toutefois pas changé : aider les auditoires à connaître et à mieux comprendre la vie et les valeurs démocratiques et culturelles du Canada. L'offre en ligne de RCI est variée : chroniques, entrevues et reportages quotidiens, séries hebdomadaires, grands dossiers interactifs, cybermagazine. La chaîne est également active sur les médias sociaux. Pour son 70^e anniversaire, RCI invite ses auditoires à partager des histoires, des anecdotes, des photographies, des enregistrements sonores ou des articles qui montrent l'évolution de ses services, et mettent en lumière leur rôle et leur pertinence.

1. Le point sur le rendement

Comme nous l'expliquons ci-dessous, nos indicateurs de rendement clés (IRC) sont de deux ordres :

Les *indicateurs stratégiques* intègrent les résultats des sondages réalisés pour mesurer notre efficacité à nous acquitter de notre mandat et le degré d'adéquation entre notre programmation et nos principes directeurs. Ils tiennent également compte de la part de contenu canadien dans nos émissions télévisées.

Les *indicateurs opérationnels* prennent en considération la part d'auditoire, le nombre de visiteurs sur nos sites web, le nombre d'abonnés à nos services et les revenus réalisés par les Services français et les Services anglais.

Le [Rapport annuel](#) 2013-2014 renferme de plus amples renseignements.

1.1 Indicateurs stratégiques

Évaluation de nos succès pour l'exercice 2014-2015

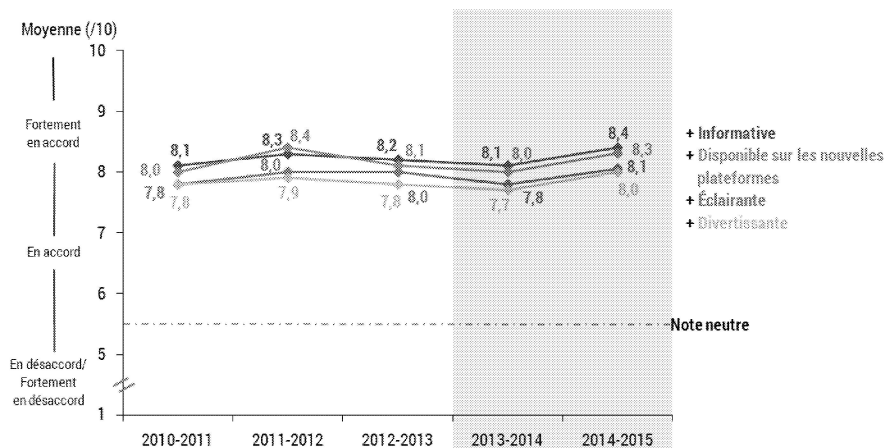
L'établissement d'indicateurs permettant de suivre et d'évaluer notre rendement est essentiel pour démontrer notre responsabilité envers les Canadiens. Nous avons conçu un bulletin pour établir dans quelle mesure nos services sont conformes au mandat de la Société en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, et mesurer le rendement de notre programmation en ce qui concerne sa qualité, son caractère distinctif et sa capacité de refléter et de rassembler les Canadiens. À partir de novembre 2012, nous avons commencé à évaluer dans quelle mesure nos émissions d'information reflétaient une diversité d'opinions et couvraient les enjeux majeurs de façon équitable et équilibrée. Notre évaluation repose sur des données provenant de sondages réalisés auprès d'échantillons représentatifs de la population canadienne.

Les pages suivantes présentent le bulletin de rendement provisoire pour l'exercice 2014-2015. Les commentaires de la direction font ressortir les écarts importants entre les deux derniers bulletins (c'est-à-dire les notes obtenues respectivement en novembre 2014 et en novembre 2013). Pour les besoins de la comparaison, notez que seuls les écarts supérieurs ou égaux à 0,3 entre les résultats de novembre 2014 et de novembre 2013 sont significatifs du point de vue statistique.

Rapport sur les Services français

Comment les Services français remplissent-ils le mandat de CBC/Radio-Canada conformément à la Loi⁽¹¹⁾?

La programmation de langue française à la radio et à la télévision de Radio-Canada est...



Commentaires de la direction

Les francophones sont plus nombreux à percevoir que les Services français remplissent le mandat de CBC/Radio-Canada conformément à la Loi sur la radiodiffusion de 1991.

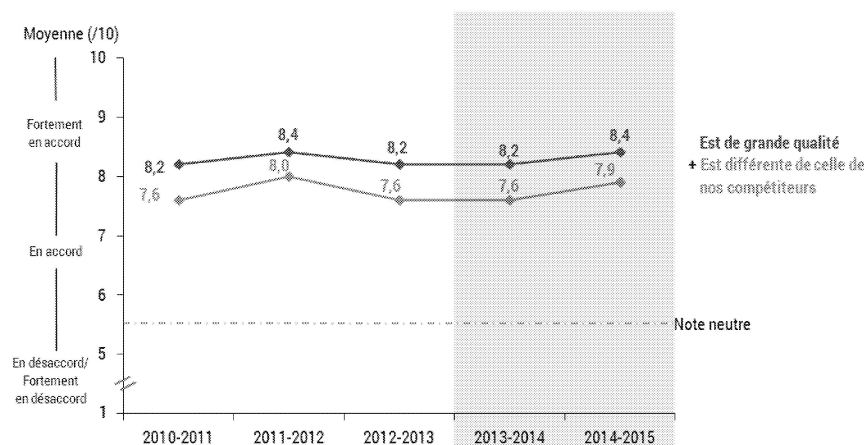
Comparativement à novembre 2013, chacune des dimensions mesurant la performance des Services français à remplir notre mandat a enregistré des hausses significatives de 0,3 point. Les scores élevés de 8 points et plus qu'obtient Radio-Canada témoignent du fort support des francophones à l'égard de la Société. Il importe de noter qu'il s'agit pour Radio-Canada des résultats les plus élevés depuis novembre 2010.

Définition de la mesure utilisée : La moyenne correspond à la note moyenne attribuée par tous les répondants sur une échelle de 10 points. Les différences entre les résultats de novembre 2014 et novembre 2013 sont statistiquement significatives si elles sont égales à 0,3 point ou plus. Elles sont indiquées comme suit : Baisse Stable Augmentation

Comment se comporte la programmation des Services français⁽¹¹⁾?

La programmation de Radio-Canada¹...

Offre du contenu canadien de grande qualité, original et novateur



Commentaires de la direction

Les francophones répondent positivement aux initiatives annoncées ou mises en place par les Services français.

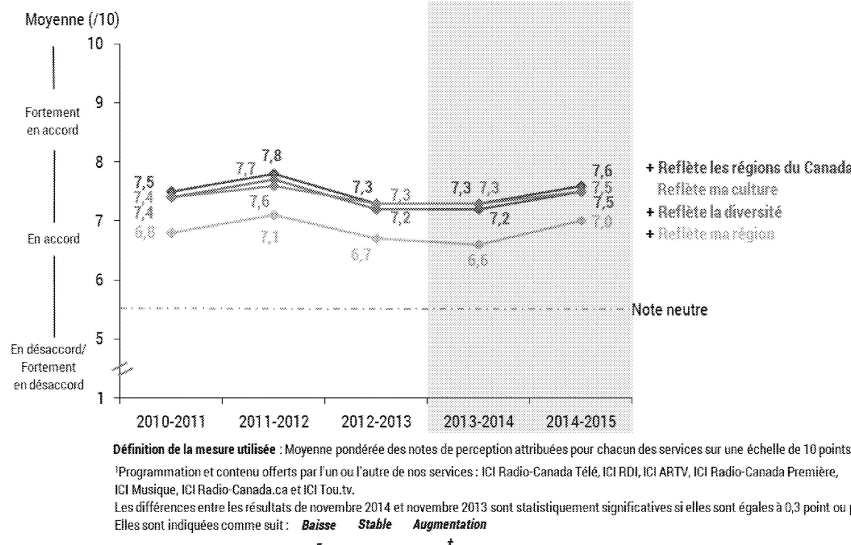
Comparativement à novembre 2013, le caractère distinctif de la programmation de Radio-Canada s'est davantage illustré, augmentant son score de perception de 0,3 point (7,6 à 7,9), alors que la dimension qualité est demeurée stable avec un score élevé de 8,4.

Définition de la mesure utilisée : Moyenne pondérée des notes de perception attribuées pour chacun des services sur une échelle de 10 points. ¹ Programmation et contenu offerts par l'un ou l'autre de nos services : ICI Radio-Canada Télé, ICI RDI, ICI ARTV, ICI Radio-Canada Première, ICI Musique, ICI Radio-Canada.ca et ICI Tou.tv. Les différences entre les résultats de novembre 2014 et novembre 2013 sont statistiquement significatives si elles sont égales à 0,3 point ou plus. Elles sont indiquées comme suit : Baisse Stable Augmentation

⁽¹¹⁾ Source : Sondage Mission Metrics, TNS Canadian Facts (1 200 francophones par sondage). Les sondages sont réalisés en novembre de chaque année.

La programmation de Radio-Canada¹...

Rassemble les Canadiens et reflète leur réalité



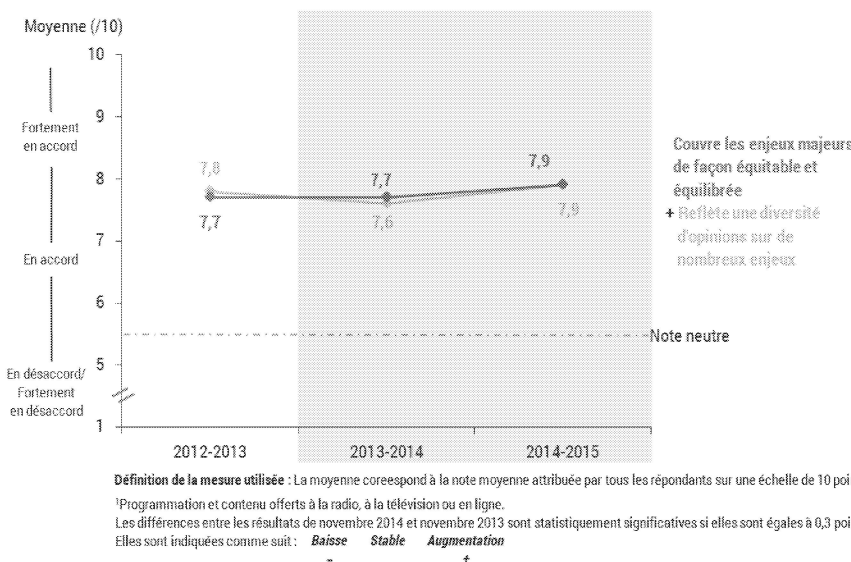
Commentaires de la direction

Comparativement à novembre 2013, les francophones ont accordé des notes significativement plus élevées aux trois dimensions mesurant la capacité de la programmation de Radio-Canada à refléter et rassembler les Canadiens :

- Reflète les régions du Canada (7,6; +0,3 point);
- Reflète la diversité (7,5; +0,3 point);
- Reflète ma région (7,0; +0,4 point).

Est-ce que la programmation d'information des Services français reflète une diversité d'opinions et couvre les enjeux majeurs de façon équitable et équilibrée⁽¹²⁾?

La programmation d'information de Radio-Canada¹...



Commentaires de la direction

Les émissions d'information produites par les Services français continuent d'être perçues favorablement.

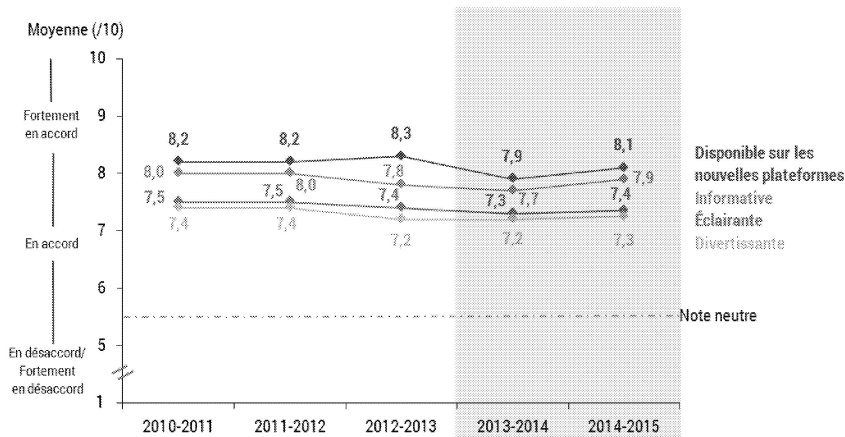
Comparativement à novembre 2013, la note moyenne relative à la capacité de Radio-Canada à « refléter une diversité d'opinions sur de nombreux enjeux » présente une augmentation significative de 0,3 point (7,9). La perception des francophones envers la capacité de Radio-Canada de « couvrir les enjeux majeurs de façon équitable et équilibrée » est demeurée, quant à elle, relativement stable (7,9).

⁽¹²⁾Source : Sondage Mission Metrics, TNS Canadian Facts (1 200 francophones par sondage). Les sondages sont réalisés en novembre de chaque année.

Rapport sur les Services anglais

Comment les Services anglais remplissent-ils le mandat de CBC/Radio-Canada conformément à la Loi⁽¹³⁾?

La programmation de langue anglaise à la radio et à la télévision de CBC est...



Définition de la mesure utilisée : La moyenne correspond à la note moyenne attribuée par tous les répondants sur une échelle de 10 points.
 Les différences entre les résultats de novembre 2014 et novembre 2013 sont statistiquement significatives si elles sont égales à 0,3 point ou plus.
 Elles sont indiquées comme suit : **Baisse** **Stable** **Augmentation**

Commentaires de la direction

Les anglophones estiment encore que les Services anglais remplissent le mandat de CBC/Radio-Canada au sens de la Loi sur la radiodiffusion de 1991.

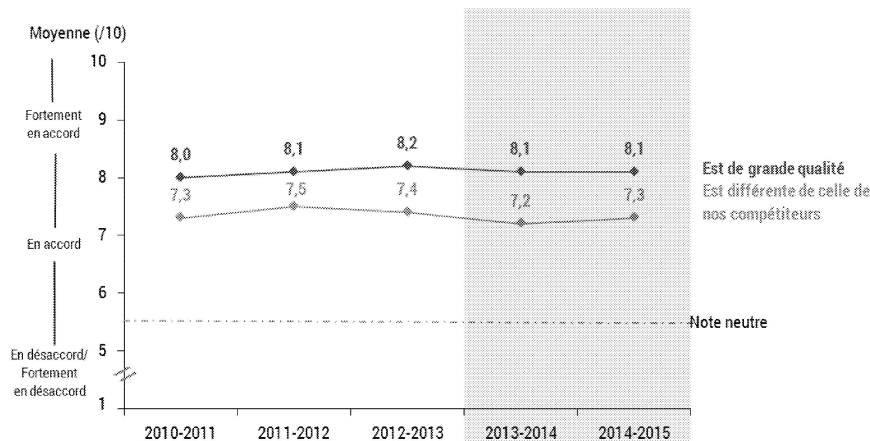
Comme par le passé, les anglophones ont accordé les meilleures notes à la programmation de CBC pour ce qui est de leur « disponibilité sur les nouvelles plateformes » (8,1) et du caractère « informatif » (7,9) de leurs émissions.

Les quatre (4) indicateurs qui servent à jauger dans quelle mesure les Services anglais remplissent le mandat de la Société se sont maintenus au niveau de novembre 2013.

Comment se comporte la programmation des Services anglais⁽¹³⁾?

La programmation de CBC¹...

Offre du contenu canadien de grande qualité, original et novateur



Définition de la mesure utilisée : Moyenne pondérée des notes de perception attribuées pour chacun des services sur une échelle de 10 points.
¹ Programmation et contenu offerts par l'un ou l'autre de nos services : CBC Television, CBC News Network, **bold** (Nov. 2010 et 2011 seulement), *documentary*, CBC Radio One, CBC Radio 2 et CBC.ca.
 Les différences entre les résultats de novembre 2014 et novembre 2013 sont statistiquement significatives si elles sont égales à 0,3 point ou plus.
 Elles sont indiquées comme suit : **Baisse** **Stable** **Augmentation**

Commentaires de la direction

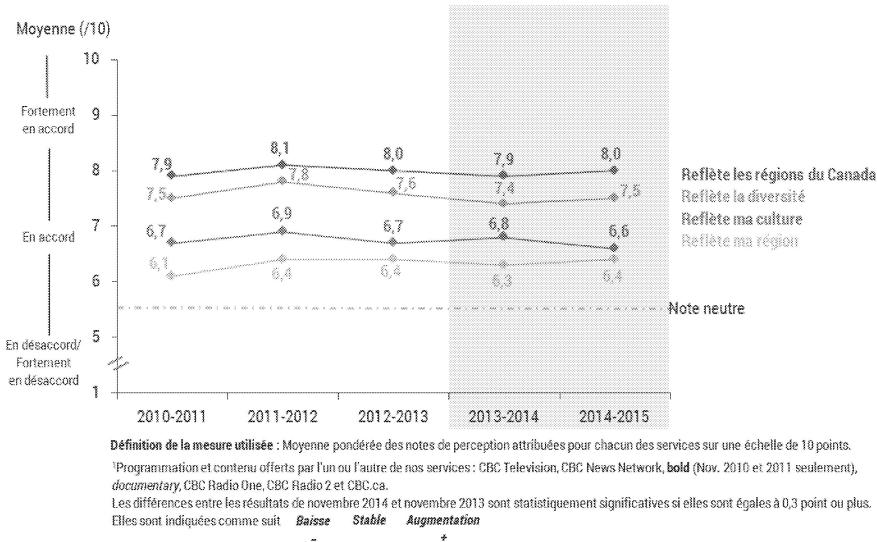
La programmation de Services anglais continue d'être très bien perçue par les anglophones qui reconnaissent sa grande qualité et sa différence par rapport à l'offre de nos concurrents.

Les résultats obtenus pour ces deux paramètres se sont maintenus comparativement à pareille date l'an dernier.

⁽¹³⁾Source : Sondage Mission Metrics, TNS Canadian Facts (1 200 anglophones par sondage). Les sondages sont réalisés en novembre de chaque année.

La programmation de CBC¹...

Rassemble les Canadiens et reflète leur réalité



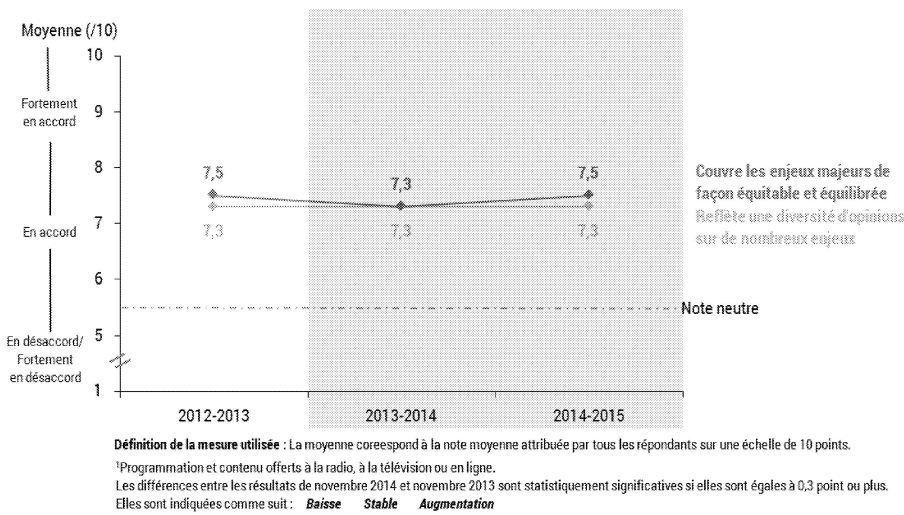
Commentaires de la direction

La programmation des Services anglais continue de « refléter et rassembler les Canadiens ». Les résultats obtenus pour les quatre (4) dimensions évaluées sont comparables à ceux de novembre dernier.

Dans l'ensemble, les anglophones continuent d'être plus positifs à l'égard de la capacité de la programmation des Services anglais de « refléter les régions du Canada » (8,0) et de « refléter la diversité » (7,5).

Est-ce que la programmation d'information des Services anglais reflète une diversité d'opinions et couvre les enjeux majeurs de façon équitable et équilibrée⁽¹⁴⁾?

La programmation d'information de CBC¹...



Commentaires de la direction

La perception positive qu'ont les anglophones envers les émissions d'information des Services anglais s'est maintenue en novembre 2014, avec des résultats pour les deux indicateurs se situant au-dessus de sept (7) points.

Dans l'ensemble, les anglophones estiment que les émissions d'information de CBC « couvrent les enjeux majeurs de façon équitable et équilibrée » (7,5) et « reflètent une diversité d'opinions sur de nombreux enjeux » (7,3).

⁽¹⁴⁾Source : Sondage Mission Metrics, TNS Canadian Facts (1 200 anglophones par sondage). Les sondages sont réalisés en novembre de chaque année.

Mesure du contenu canadien

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) établit les attentes en matière de contenu canadien pour la télévision en général et fixe les conditions de licence pour ICI Radio-Canada Télé et CBC Television⁽¹⁵⁾. Pour l'ensemble de la journée de radiodiffusion, au moins 75 % du contenu diffusé doit être canadien. Durant les heures de grande écoute, un minimum de 80 % du contenu diffusé doit être canadien. Ces deux mesures sont des moyennes calculées sur toute l'année de radiodiffusion, soit du 1^{er} septembre au 31 août. Comme l'indique le tableau ci-dessous, pour les deux dernières années de radiodiffusion complètes, ICI Radio-Canada Télé et CBC Television ont dépassé les conditions/attentes du CRTC en matière de contenu canadien, que ce soit pour l'ensemble de la journée de radiodiffusion ou aux heures de grande écoute.

Contenu canadien		Attentes annuelles-réglementation ¹ / Conditions de licence ²	Résultats	Résultats
			1 ^{er} sept. 2013 au 31 août 2014	1 ^{er} sept. 2012 au 31 août 2013
ICI Radio-Canada Télé				
Journée de radiodiffusion	(lundi au dimanche, 6 h à minuit)	75 %	89 %	84 %
Heures de grande écoute	(lundi au dimanche, 19 h à 23 h)	80 %	90 %	91 %
CBC Television				
Journée de radiodiffusion	(lundi au dimanche, 6 h à minuit)	75 %	94 %	93 %
Heures de grande écoute	(lundi au dimanche, 19 h à 23 h)	80 %	91 %	86 %

¹ Durant l'année de radiodiffusion 2012-2013, la teneur en contenu canadien constituait une « attente ».

² À compter de l'année de radiodiffusion 2013-2014, la teneur en contenu canadien constituait une « condition de licence ».

⁽¹⁵⁾ Les conditions concernant la teneur en contenu canadien à respecter qui ont été imposées à nos services de télévision, ICI Radio-Canada Télé et CBC Television, lors du renouvellement de nos licences par le CRTC en mai 2013 sont entrées en vigueur le 1^{er} septembre 2013. Avant l'année de radiodiffusion 2013-2014, les pourcentages établis ne constituaient que des attentes.

1.2 Indicateurs opérationnels

Outre le suivi du rendement global à l'égard de l'application de la *Stratégie 2015* (voir plus haut la section 1.1 Indicateurs stratégiques), nous avons mis au point des indicateurs de rendement clés (IRC) pour nos services.

Comme ces indicateurs sont des outils indispensables pour mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de nos objectifs stratégiques et de nos plans opérationnels, ils sont revus chaque année dans le cadre des plans de gestion des composantes médias.

Les indicateurs opérationnels tiennent compte de la part d'auditoire, du nombre de visiteurs sur nos sites web, du nombre d'abonnés à nos services et des revenus réalisés.

Services français

Exception faite des revenus autogénérés, les résultats de Radio-Canada à ce jour devraient atteindre, voire dépasser, les cibles établies pour 2014-2015.

ICI Radio-Canada Première et ICI Musique ont enregistré une part d'auditoire combinée de 21,4 % en 2014-2015. Ce résultat est supérieur à la cible et est semblable au résultat record de 21,5 % obtenu en 2013-2014. À 19,2 %, les parts d'auditoire des émissions matinales d'ICI Radio-Canada Première ont pratiquement atteint la cible.

Au 31 décembre, ICI Radio-Canada Télé est en bonne voie d'atteindre sa cible annuelle, puisque sa part d'auditoire aux heures de grande écoute s'établit déjà à 19,8 %, malgré la concurrence féroce qui a cours sur le marché francophone. La chaîne a pu compter sur une programmation d'automne solide, axée sur le retour de plusieurs rendez-vous ayant régulièrement attiré plus d'un million de téléspectateurs, sur l'arrivée de nouvelles émissions appréciées par l'auditoire (*Nouvelle adresse*) et sur de grands événements qui ont rallié les Canadiens, tels que la revue humoristique *Bye Bye 2014*.

Au niveau régional, de nombreux Canadiens ont visité les pages web régionales d'ICI Radio-Canada.ca pour suivre notre couverture complète des attentats de Saint-Jean-sur-Richelieu et d'Ottawa en octobre. Ces événements ont eu un impact sur la moyenne mensuelle de visiteurs uniques sur l'ensemble des sites de Radio-Canada, qui évolue vers sa cible. Les moyennes hebdomadaires de téléspectateurs par minute des bulletins de nouvelles régionaux sont actuellement sous les cibles établies, mais demeurent conformes aux résultats de 2013-2014. L'auditoire devrait augmenter au cours des mois d'hiver.

En date du 31 décembre, ICI EXPLORA continue d'afficher un bon rendement, le nombre d'abonnés actuels dépassant la cible annuelle, tandis que la base d'abonnés à ICI RDI atteint la cible. Par contre, le nombre d'abonnés à ICI ARTV est plus faible que prévu, un résultat en partie attribuable à une révision à la baisse des données transmises par une tierce partie. Au 31 décembre, la part combinée de 4,9 % d'ICI RDI, ICI ARTV et ICI EXPLORA est légèrement inférieure à la cible.

Les revenus autogénérés totaux sont en deçà de la cible annuelle en raison du ralentissement persistant du marché publicitaire francophone.

Rendement des Services français

	Cibles annuelles 2014-2015	1 ^{er} avril au 31 décembre 2014	Résultats annuels 2013-2014	1 ^{er} avril au 31 décembre 2013
Réseaux de radio				
ICI Radio-Canada Première et ICI Musique				
Part d'auditoire de la journée complète ¹	20,6 %	21,4 %	21,5 %	21,5 %
Télévision				
ICI Radio-Canada Télé				
Part d'auditoire aux heures de grande écoute, saison automne/hiver ²	20,0 %	19,8 %	20,6 %	21,5 %
ICI RDI, ICI ARTV, ICI EXPLORA				
Part d'auditoire de la journée complète, avril à mars ²	5,0 %	4,9 %	5,0 %	5,2 %
Service régional				
ICI Radio-Canada Première				
Part d'auditoire des émissions du matin, lundi au vendredi, de 6 h à 9 h ¹	19,5 %	19,2 %	20,9 %	20,9 %
Téléjournal 18h				
Télespectateurs par minute en moyenne, moyenne hebdomadaire, lundi au vendredi, de 18 h à 18 h 30, saison automne/hiver ²	0,350 million	0,327 million	0,355 million	0,324 million
Pages web régionales				
Moyenne mensuelle, visiteurs uniques, avril à mars ³	0,592 million	0,712 million	0,660 million	0,692 million
Sites web				
ICI.Radio-Canada.ca, ICI.Tou.tv, ICIMusique.ca, RCInet.ca, ICI.ARTV.ca et ICI.EXPLORATV.ca				
Moyenne mensuelle, visiteurs uniques, avril à mars ³	1,8 million	1,8 million	2,0 millions	2,0 millions
Chaînes de télévision spécialisées				
ICI RDI				
Abonnés	11,1 millions	11,1 millions	11,1 millions	11,1 millions
ICI ARTV				
Abonnés	2,0 millions	1,9 million	2,0 millions	2,0 millions
ICI EXPLORA				
Abonnés	0,5 million	0,6 million	0,5 million	0,4 million
Revenus⁴				
Services généralistes, spécialisés et en ligne	246,1 millions \$	176,5 millions \$	243,3 millions \$	184,8 millions \$

¹Source : Numeris (Sondages BBM), sondages du printemps et de l'automne (cahiers d'écoute), personnes âgées de 12 ans et plus. Part d'auditoire pour l'ensemble de la journée : résultats pour les stations de radio francophones, dans les marchés desservis par une station de base de Radio-Canada. Part d'auditoire pour les émissions du matin : résultats pour tous les francophones dans des marchés desservis par une station de base de Radio-Canada.

²Source : Numeris (Sondages BBM), audimètres portables (PPM), francophones du Québec (chaînes spécialisées : francophones du Québec abonnés à un service de distribution de télévision), personnes âgées de 2 ans et plus. Résultats à ce jour pour 2014-2015 : au 4 janvier 2015.

³Source : comScore, personnes âgées de 2 ans ou plus.

⁴Les revenus de la chaîne ICI ARTV sont intégrés à 100 % même si CBC/Radio-Canada ne détient qu'une part de 85 % dans la chaîne. Les revenus comprennent les crédits du FAPL, un fonds créé par le CRTC pour soutenir la programmation locale. Les montants reflètent l'élimination du Fonds sur trois ans jusqu'à son élimination complète le 31 août 2014.

Services anglais

Les Services anglais sont en bonne voie d'atteindre ou de dépasser d'ici la fin de l'exercice les cibles fixées pour plusieurs indicateurs de rendement clés pour 2014-2015. En revanche, ils tirent de l'arrière dans certains cas.

Pour CBC Radio, les sondages d'automne par cahiers d'écoute ont continué d'être de plus en plus positifs. CBC Radio One et CBC Radio 2 ont obtenu une part d'auditoire combinée de 18,1 %, ce qui dépasse largement les cibles de rendement établies et représente une augmentation de trois points de pourcentage par rapport à la performance de l'an dernier.

En revanche, la part d'auditoire aux heures de grande écoute sur six jours pour la saison régulière de CBC Television suit une tendance inférieure à la cible. Le retrait d'émissions étrangères populaires au début de la période de grande écoute pour l'automne, ainsi que la baisse générale de notre auditoire, font en sorte que la part d'auditoire est inférieure à la cible de plus d'un point de pourcentage.

La part d'auditoire de CBC News Network est stable depuis le début de l'exercice, tendant à s'établir à un dixième de point de la cible.

Nos indicateurs de rendement pour la radio et la télévision régionales sont actuellement inférieurs aux cibles annuelles. Dans le cas de la radio locale, le déclin de l'auditoire dans certains marchés explique l'écart défavorable par rapport à la cible et aux résultats de l'exercice précédent. Du côté de la télévision locale, la performance est inférieure à la cible, bien qu'historiquement l'auditoire a tendance à augmenter durant l'hiver.

La moyenne mensuelle de visiteurs uniques des pages web régionales devrait dépasser les attentes. Pour ce qui est du site CBC.ca, cette moyenne évolue au-dessus de la cible et des résultats de l'exercice précédent. Cette performance s'explique par des événements d'importance nationale, internationale et locale, comme ceux qui ont été mentionnés dans la section Faits saillants des activités.

Les abonnements à nos chaînes de télévision spécialisées se portent bien : que ce soit pour CBC News Network ou *documentary*, les résultats sont actuellement conformes aux attentes.

Les revenus depuis le début de l'exercice progressent favorablement, stimulés, entre autres, par le succès d'événements ponctuels comme la Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014.

Rendement des Services anglais

	Cibles annuelles 2014-2015	1 ^{er} avril au 31 décembre 2014	Résultats annuels 2013-2014	1 ^{er} avril au 31 décembre 2013
Réseaux de radio				
CBC Radio One et CBC Radio 2				
Part d'auditoire de la journée complète ¹	15,6 %	18,1 %	15,5 %	15,5 %
Télévision				
CBC Television				
Saison régulière, lundi au vendredi ^{2,3}	n. d.	s. o.	8,3 %	8,4 %
Part d'auditoire aux heures de grande écoute, saison régulière, lundi au vendredi et dimanche ^{2,3}	6,4%	5,5 %	n. d.	n. d.
CBC News Network				
Part d'auditoire de la journée complète, avril à mars ³	1,6 %	1,5 %	1,6 %	1,6 %
Service régional				
Émissions du matin de CBC Radio One				
Durée d'écoute moyenne hebdomadaire (lundi au vendredi), saison régulière ³	5,2 millions	5,0 millions	5,2 millions	5,5 millions
Émissions de nouvelles télévisées de début/fin de soirée				
Durée d'écoute moyenne hebdomadaire (lundi au vendredi), saison régulière ³	3,7 millions	3,3 millions	3,7 millions	3,7 millions
Pages d'accueil régionales ⁴				
Moyenne mensuelle, visiteurs uniques, avril à mars ⁵	n. d.	n. d.	0,941 million	0,95 million
Contenu régional				
Moyenne mensuelle, visiteurs uniques, avril à mars ⁵	3,7 millions	4,0 millions	n. d.	n. d.
Site web				
CBC.ca				
Moyenne mensuelle, visiteurs uniques, avril à mars ⁵	7,0 millions	7,3 millions	7,1 millions	6,8 millions
Chaînes de télévision spécialisées				
CBC News Network				
Abonnés	11,2 millions	11,3 millions	11,3 millions	11,3 millions
<i>documentary</i>				
Abonnés	2,7 millions	2,7 millions	2,7 millions	2,7 millions
Revenus⁶				
Services généralistes, spécialisés et en ligne	298 millions \$	263 millions \$	390 millions \$	291 millions \$

s. o. sans objet / n. d. non disponible

¹Source : Numeris (Sondages BBM), sondage de l'automne (cahiers d'écoute), personnes âgées de 12 ans et plus.

²Dans le cadre d'une entente contractuelle entrée en vigueur pendant la saison régulière 2014-2015, la programmation diffusée par CBC le samedi soir est produite par Rogers Communications qui en est également propriétaire. Étant donné que CBC n'a aucun contrôle sur le contenu de la programmation du samedi soir, cette programmation ne fait plus partie de notre nouvelle cible présentée dans le tableau ci-dessus ni de nos résultats pour 2014-2015. En 2013-2014 ainsi qu'au cours des exercices précédents, ce créneau horaire était inclus dans notre évaluation du rendement puisque la programmation qui y était diffusée était soit produite soit acquise par CBC.

³Source : Numeris (Sondages BBM), audimètres portables (PPM), personnes âgées de 2 ans et plus. CBC Television, saison régulière 2014-2015 jusqu'à présent, semaines 5 à 17. CBC News Network, exercice 2014-2015 : semaines 32+ pour l'année de diffusion 2013-2014 et semaines 1 à 17 pour l'année de diffusion 2014-2015; exercice 2013-2014 : semaines 32+ pour l'année de diffusion 2012-2013 et semaines 1 à 31 pour l'année de diffusion 2013-2014. Émissions du matin de CBC Radio One : saison régulière 2014-2015 jusqu'à présent, semaines 1 à 17. Émissions de début et de fin de soirée de CBC Television (lundi au vendredi) : saison régulière 2014-2015 jusqu'à présent, semaines 1 à 17.

⁴Cet indicateur est désormais mesuré en fonction du nombre mensuel moyen de visiteurs uniques pour tout le contenu régional, et non plus simplement pour les pages d'accueil régionales (c.a.d. pages de destination). Compte tenu de l'évolution du comportement de l'auditoire, qui accède maintenant au contenu par recherche directe ou par liens dans les médias sociaux, il n'est plus justifié d'utiliser la page d'accueil comme page de destination pour mesurer l'auditoire. Cette nouvelle mesure est donc mieux adaptée aux tendances observées parmi l'auditoire.

⁵Source : comScore, personnes âgées de 2 ans et plus.

⁶Les revenus de la chaîne *documentary* sont intégrés à 100 %, même si CBC/Radio-Canada ne détient qu'une part de 82 % dans la chaîne. Les revenus comprennent les crédits du FAPL, un fonds créé par le CRTC pour soutenir la programmation locale. Les montants reflètent l'élimination du Fonds sur trois ans jusqu'à son élimination complète le 31 août 2014, mais ne tiennent pas compte des revenus provenant de l'entente avec Rogers Communications Inc. qui prévoit la poursuite de la diffusion des matchs de hockey du samedi soir et des séries éliminatoires à *Hockey Night in Canada*.

2. Capacité de produire des résultats

2.1 Personnes et leadership

Au cours du trimestre, l'équipe de Personnes et Culture s'est principalement concentrée sur les réaménagements d'effectifs prévus dans le cadre du budget 2014-2015 et de la première phase du nouveau plan stratégique quinquennal *Un espace pour nous tous*. Elle a aussi été mobilisée pour intégrer un ensemble de nouveaux outils qui serviront à améliorer la gestion du rendement, la planification de la relève et le recrutement. Ces outils seront déployés au cours du prochain exercice et contribueront à réduire les dépenses et à dégager des gains d'efficience dans la composante.

Réaménagement des effectifs

La majorité des réductions d'effectifs annoncées dans la foulée du budget 2014-2015 ont été effectuées. Les derniers postes à abolir ont été désignés et leur abolition est prévue pour le début de 2015-2016. Les employés touchés par la première phase de réductions – environ 400 postes équivalents à temps plein (ETP) – ont été avisés, pour la plupart, en novembre.

Développement organisationnel

Deux projets ont été entrepris pendant le trimestre dans le but de réduire les coûts d'embauche de personnel et d'améliorer l'efficience des opérations. Le premier, un module de développement des compétences des employés, nous permettra d'intensifier notre recrutement à l'interne. Le second, une plateforme d'évaluation des candidats, automatisera certains tests auxquels les candidats sont soumis.

Au cours du trimestre, CBC/Radio-Canada a mis un site national d'apprentissage bilingue à la disposition de tous ses employés; terminé les premières séances de formation au numérique pour les leaders; et déployé les cours de français et d'anglais, qui ont attiré un nombre de participants relativement plus élevé que les deux dernières années. Nous avons également fourni un soutien en matière de développement organisationnel à des projets stratégiques et lancé le programme pilote sur le développement du leadership, sans pour autant relâcher nos efforts en ce qui concerne le respect en milieu de travail. Toutes ces initiatives concourent au succès de la mise en œuvre de la stratégie *Un espace pour nous tous*. Les systèmes RH ont également retenu notre attention. Nous avons ainsi engagé des négociations pour relever l'efficience et l'efficacité de nos outils et processus pour la gestion du rendement, la planification de la relève et la mobilisation.

Relations de travail et conventions collectives de syndicats d'artistes

Le 19 septembre 2014, le Conseil canadien des relations industrielles (CCRI) a déclaré que les unités syndicales actuelles des Services français n'étaient plus habiles à négocier. Devant cette décision, la Société a déposé au CCRI, le 17 décembre 2014, une demande pour suspendre toutes les négociations en cours ou à venir avec les unités syndicales des Services français. Pour en savoir plus, veuillez consulter la section 3.3, Le point sur les perspectives et les risques.

En novembre 2014, Radio-Canada et la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) se sont entendues pour renouveler la convention collective pour une durée de quatre ans, soit du 10 juillet 2012 au 17 juillet 2016. Entrée en vigueur le 1^{er} décembre 2014, la nouvelle entente prévoit une augmentation des tarifs minimums à raison de 1,5 % chaque année du contrat sans effet rétroactif.

Pendant le trimestre, la poursuite intentée par Jian Ghomeshi pour abus de confiance, mauvaise foi et diffamation en lien avec la décision de CBC de mettre fin à son emploi a été rejetée. L'affaire est maintenant soumise au processus d'arbitrage du syndicat.

La Société a retenu les services de Janice Rubin, B.A., LL.B., pour mener une enquête indépendante sur les allégations de comportements inappropriés dans nos milieux de travail et pour examiner nos politiques et procédures en place. Nous attendons son rapport au quatrième trimestre.

Mobilisation du personnel

Les lauréats des prix du président 2013 ont été dévoilés ce trimestre. À cette occasion, des employés de toutes les régions du pays ont reçu une marque de gratitude pour leur contribution exceptionnelle à CBC/Radio-Canada.

En novembre, CBC/Radio-Canada a été l'une des dix organisations canadiennes à recevoir le Prix de l'employeur remarquable du Canada décerné en 2014 par le Partenariat en Éducation, en reconnaissance de sa participation à la journée Invitons nos jeunes au travail 2014. À l'instigation principalement de bénévoles, de nombreux établissements de CBC/Radio-Canada dans l'ensemble du pays ont répondu à cette invitation annuelle d'accueillir des élèves de 9^e année.

La cinquième édition du forum du personnel, Mettez-nous au défi!, s'est déroulée à Montréal les 4 et 5 novembre. L'événement national a réuni 150 employés qui ont réfléchi à des façons de transposer *Un espace pour nous* tous dans les activités quotidiennes de la Société. Les résultats de ce remue-méninges ont été compilés et présentés à l'Équipe de la haute direction au début de la nouvelle année.

Au temps des Fêtes, la tradition à CBC/Radio-Canada veut, entre autres choses, que les employés prennent part à des activités de financement et de sensibilisation, à titre de bénévoles ou dans le cadre de la programmation. Collectes de dindes, assistance aux banques alimentaires, campagnes de financement, prestations spéciales pour répandre une atmosphère festive, le radiodiffuseur public n'a, cette année encore, reculé devant rien pour soutenir les communautés canadiennes à une période parfois difficile pour certains. En novembre et en décembre, nous avons recueilli plus de 7 770 500 \$ en argent, plus de 415 600 lb de nourriture et 12 000 dindes pour les Canadiens dans le besoin. Vous trouverez plus de détails sur les différentes initiatives [ici](#).

Gouvernance

Changements au Conseil d'administration

Le 9 octobre 2014, M^{me} Sonja Chong a été nommée au Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada pour un mandat de cinq ans. M^{me} Chong remplace Peter D. Charbonneau, qui siégeait au Conseil depuis décembre 2008 et qui, entre autres responsabilités, assumait dernièrement la présidence du Comité de la vérification.

Également membre du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada, George T.H. Cooper a terminé son dernier mandat à la fin d'octobre. M. Cooper siégeait au Conseil depuis mai 2008. Son poste est vacant.

Changements au sein de la haute direction

En janvier 2015, après six ans au service du radiodiffuseur public, Suzanne Morris a quitté son poste de vice-présidente et chef de la direction financière. Ses responsabilités ont été confiées à titre intérimaire à Michael Mooney, directeur général, Finances et Administration, Finances nationales, jusqu'à la nomination d'un titulaire permanent.

Normes et pratiques journalistiques

CBC/Radio-Canada adhère aux normes d'intégrité journalistique les plus élevées qui soient, et nos normes et pratiques sont parmi les plus rigoureuses dans le domaine des médias au Canada.

Depuis le mois de janvier 2015, tout journaliste d'antenne de CBC/Radio-Canada qui souhaite accepter une invitation pour parler devant public, animer un débat ou participer à tout autre type d'apparition publique doit s'assurer au préalable que cette activité ne représente pas un conflit d'intérêt réel ou apparent. Il doit également obtenir la permission de son superviseur pour accepter cette invitation.

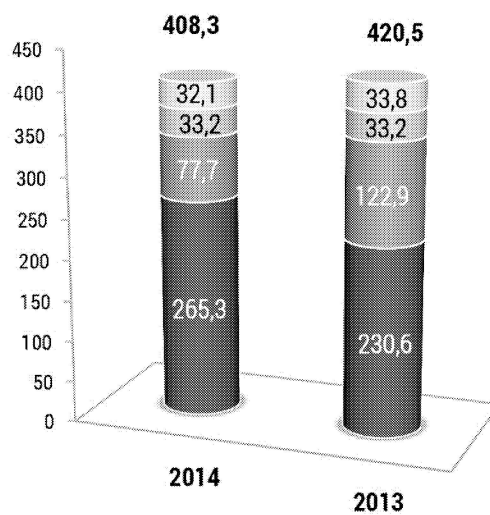
Étant donné les répercussions négatives qu'elles peuvent avoir sur la Société, CBC/Radio-Canada n'approuvera plus les apparitions rémunérées de ses journalistes d'antenne. Afin de respecter notre engagement envers la transparence, nous continuerons de divulguer toutes les apparitions de notre personnel sur nos sites web.

2.2 Capacité des ressources

Nous disposons de quatre sources de financement direct : les crédits parlementaires pour les activités d'exploitation et les dépenses en immobilisations, les revenus publicitaires, les revenus d'abonnement, et les revenus financiers et autres revenus.

REVENUS ET SOURCES DE FINANCEMENT

Trois mois terminés le 31 décembre



(en millions de dollars canadiens)

■ Financement public ■ Revenus publicitaires ■ Revenus d'abonnement ■ Revenus financiers et autres revenus

La section 3 Résultats et perspectives renferme une analyse détaillée des variations depuis le début de l'exercice.

Financement public

Le financement public comptabilisé a représenté approximativement 65 % des revenus totaux et des sources de financement de la Société au troisième trimestre de 2014-2015. Cela comprenait 25,0 millions de dollars attribuables à l'amortissement du financement des immobilisations différé.

Dans son budget de 2012, le gouvernement fédéral a annoncé des réductions du financement qui ont été mises en œuvre graduellement sur trois ans. Les réductions nous visant s'élèvent maintenant à 115,0 millions de dollars par an. D'ici la fin de l'exercice, le financement public total devrait être inférieur de 45,5 millions de dollars à celui de l'exercice précédent. Cette baisse reflète aussi la diminution de notre crédit parlementaire pour les activités d'exploitation, qui s'établit cette année à 929,3 millions de dollars.

Un gel du financement au titre de l'inflation salariale pour les exercices 2014-2015 et 2015-2016 a été confirmé par le gouvernement dans sa Mise à jour économique de novembre 2013. Cela signifie que toute hausse au titre de l'inflation salariale consentie aux employés de CBC/Radio-Canada doit être financée par des réductions de coûts dans d'autres secteurs. La direction devrait donc dégager chaque année des économies de 14,0 millions de dollars pour accorder des augmentations de salaire de 1,5 % en moyenne.

Revenus publicitaires

Nous tirons des revenus de la vente de publicité sur nos chaînes de télévision généralistes et spécialisées, sur les ondes de CBC Radio 2 et d'ICI Musique, et sur d'autres plateformes. Au troisième trimestre 2014-2015, ces revenus ont représenté environ 19 % du total des revenus et des sources de financement de la Société. La proportion des revenus publicitaires par rapport au total des revenus et des sources de financement a diminué en raison de la fin, en juin 2014, de notre contrat de diffusion avec la LNH. Du même coup, les coûts associés à la diffusion et à la production du hockey ont aussi diminué.

Les revenus publicitaires constatés au troisième trimestre sont normalement plus élevés que ceux du deuxième trimestre en raison du caractère saisonnier de la grille de radiodiffusion.

Revenus d'abonnement

Les revenus d'abonnement de nos services spécialisés – CBC News Network, *documentary*, ICI EXPLORA, ICI ARTV, ICI RDI, le nouveau forfait Extra d'ICI Tou.tv et Curio.ca – ont représenté environ 8 % du total des revenus et des sources de financement au troisième trimestre de 2014-2015.

Revenus financiers et autres revenus

Les revenus financiers et les autres revenus, qui comprennent les contributions provenant du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) et du Fonds des médias du Canada (FMC), ainsi que les revenus issus d'activités comme la vente d'émissions, la location de cars de reportage à des tiers, la location d'actifs immobiliers et d'espaces aux sites d'émetteurs, et le marchandisage, ont compté pour environ 8 % du total des revenus et des sources de financement pour le troisième trimestre 2014-2015 (9 % pour les neuf premiers mois de 2014-2015).

Capacité d'emprunt

Le paragraphe 46(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* accorde à CBC/Radio-Canada le pouvoir de contracter des emprunts ne dépassant pas 220,0 millions de dollars, ou des emprunts de tout montant supérieur autorisés par le Parlement, sous réserve de l'approbation du ministre des Finances. Le paragraphe 54(3.1) de la *Loi* stipule que notre plan d'emprunt doit être inclus dans notre Plan d'entreprise pour être approuvé par le ministre des Finances.

En septembre 2014, le ministre a donné son accord de principe à des emprunts totaux jusqu'à concurrence de 25,0 millions de dollars pour l'exercice 2014-2015. Les lignes directrices établies par le ministère des Finances limitent nos activités d'emprunt à des initiatives à court terme, avec une période de récupération d'un maximum de six ans. Les emprunts visant à financer le fonds de roulement sont interdits.

En vertu du paragraphe 47(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la Société a la qualité de mandataire de Sa Majesté et, de ce fait, jouit des mêmes immunités, privilèges et prérogatives constitutionnels que Sa Majesté (l'État). Sa Majesté, ou l'État, est aussi entièrement responsable de toutes nos actions et décisions lorsque nous exécutons notre mandat, et elle en assume tous les risques financiers. En d'autres mots, les actifs et les passifs de la Société sont les actifs et les passifs de l'État.

3. Résultats et perspectives

3.1 Résultats

Sommaire – résultat net

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Revenus	142 971	189 897	(24,7)	473 692	501 616	(5,6)
Dépenses	(416 216)	(460 893)	(9,7)	(1 248 660)	(1 315 372)	(5,1)
Financement public	265 305	230 585	15,1	641 237	750 959	(14,6)
Résultat avant éléments hors exploitation	(7 940)	(40 411)	(80,4)	(133 731)	(62 797)	113,0
Éléments hors exploitation	1 988	(286)	N. S.	41 003	(2 560)	N. S.
Résultat net de la période	(5 952)	(40 697)	(85,4)	(92 728)	(65 357)	41,9
Résultat d'exploitation sur une base courante¹	15 394	(15 841)	N. S.	(51 958)	(6 988)	N. S.

N. S. non significatif

¹ Le résultat d'exploitation sur une base courante n'est pas une mesure conforme aux IFRS. Un rapprochement du résultat net avec le résultat d'exploitation sur une base courante est présenté ci-dessous.

Résultat en IFRS

Les revenus ont diminué de 46,9 millions de dollars (24,7 %) au cours du trimestre considéré et de 27,9 millions de dollars (5,6 %) depuis le début de l'exercice comparativement aux mêmes périodes de 2013-2014, principalement en raison de la baisse des revenus publicitaires occasionnée par la fin de nos droits de diffusion des matchs de la Ligue nationale de hockey (LNH). Nos revenus publicitaires ont également souffert de l'affaiblissement du marché publicitaire par rapport à l'an dernier. La diminution des revenus au troisième trimestre a été compensée en partie, sur une base cumulative annuelle, par les revenus tirés de la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014.

Les dépenses ont diminué de 44,7 millions de dollars (9,7 %) par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent, et de 66,7 millions de dollars (5,1 %) depuis le début de l'exercice. Cette diminution tient à la baisse des coûts de programmation attribuable à la fin de notre contrat avec la LNH et à la poursuite de nos initiatives de réduction des coûts dans tous les secteurs de la Société. Elle a été compensée en partie par les coûts des cessations d'emploi en lien avec les réductions de personnel annoncées au premier et au troisième trimestres, et sur une base cumulative annuelle, par les coûts de production associés à la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

Pendant l'exercice en cours, les prélèvements sur le financement public n'ont pas été effectués et comptabilisés en résultat aux mêmes moments qu'en 2013-2014. Ces différences temporaires s'expliquent par une révision de nos besoins en trésorerie après la réception du produit de la vente d'une partie de nos titres de capitaux propres dans Sirius XM Canada Holdings Inc., et par d'autres variations du fonds de roulement survenues plus tôt dans l'exercice. Au final, nous avons prélevé comparativement plus de fonds au troisième trimestre et moins de fonds aux deux premiers trimestres de l'exercice. Si les prélèvements effectués depuis le début de l'exercice sont moins élevés qu'à la même période de l'exercice précédent, le financement public total devrait être inférieur de 45,5 millions de dollars, conformément au dernier volet de réductions annoncées dans le budget fédéral de 2012.

Le résultat avant éléments hors exploitation correspond à une perte de 7,9 millions de dollars ce trimestre. Des gains hors exploitation de 2,0 millions de dollars ont fait passer cette perte à 6,0 millions de dollars. Le gain hors exploitation le plus important dans le trimestre provient de la vente d'une propriété à Yellowknife. Depuis le début de l'exercice, le résultat avant éléments hors exploitation correspond à une perte de 133,7 millions de dollars. Des gains hors exploitation de 41,0 millions de dollars ont abaissé la perte comptabilisée à 92,7 millions de dollars. Le gain hors exploitation le plus important, soit 33,5 millions de dollars, provient de la vente d'une partie des titres de capitaux propres que nous détenons dans SiriusXM. Le résultat net comprend également des éléments qui ne nécessitent pas d'apport en fonds d'exploitation ou qui ne contribuent pas aux fonds d'exploitation pour la période considérée, comme il est expliqué ci-après.

Rapprochement du résultat net en IFRS avec le résultat d'exploitation sur une base courante

CBC/Radio-Canada définit le résultat d'exploitation sur une base courante comme le résultat net en IFRS diminué des ajustements pour les dépenses qui n'exigent pas le décaissement de fonds d'exploitation sur une période d'un an et des ajustements pour les revenus qui ne génèrent pas de fonds d'exploitation sur une période d'un an. La direction se sert de cette mesure pour suivre la performance de la Société et pour tenir le budget de la Société en équilibre constant avec la méthodologie du financement public. Nous considérons qu'elle constitue une information complémentaire utile pour les lecteurs de nos rapports financiers, même s'il est vrai qu'elle n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et qu'il est peu probable qu'elle puisse être comparée avec les mesures présentées par d'autres entreprises.

Un ajustement est effectué pour éliminer les dépenses sans effet sur la trésorerie au titre des régimes de retraite et des autres avantages du personnel postérieurs à l'emploi, qui représentent l'excédent des dépenses calculées selon les IFRS sur les cotisations monétaires réelles de la période. Des ajustements concernent également d'autres éléments hors trésorerie, comme l'amortissement et la mise hors service d'immobilisations corporelles; l'amortissement du financement des immobilisations différé; et les congés annuels non budgétaires. D'autres postes moins significatifs principalement reliés aux avantages du personnel, auxquels des fonds ne sont pas affectés ou qui ne génèrent pas de fonds dans la période considérée, sont ajustés aux fins du rapprochement du résultat net avec le résultat d'exploitation sur une base courante.

Durant le trimestre, un gain de 15,4 millions de dollars a été comptabilisé au titre du résultat d'exploitation sur une base courante, ce qui représente une hausse de 31,2 millions de dollars par rapport à l'an dernier. Cette hausse traduit principalement la baisse des coûts d'exploitation et l'augmentation du financement public comptabilisé en résultat ce trimestre conformément aux différences temporaires dans les prélèvements sur le financement public et leur comptabilisation en résultat, comme nous l'avons mentionné dans la section portant sur le résultat en IFRS.

Depuis le début de l'exercice, les prélèvements sur le financement public (comptabilisés directement en résultat) sont inférieurs de 104,3 millions de dollars par rapport à ceux de l'exercice précédent, ce qui a contribué de façon importante à réduire notre résultat sur une base d'exploitation courante à 52,0 millions de dollars. La diminution du financement public comptabilisé en résultat comparativement à la période correspondante de l'exercice précédent est compensée par des sources additionnelles de fonds d'exploitation au cours de l'exercice provenant de la vente de certaines de nos actions dans SiriusXM et par des coûts d'exploitation plus bas. D'autres explications de ces facteurs sont fournies dans les sections ci-après.

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Résultat net de la période	(5 952)	(40 697)	(85,4)	(92 728)	(65 357)	41,9
Éléments ne contribuant pas aux fonds d'exploitation ou ne nécessitant pas d'apport en fonds d'exploitation						
Avantages du personnel	8 544	12 558	(32,0)	32 427	44 175	(26,6)
Amortissement et coûts de mise hors service, déduction faite de l'amortissement du financement des immobilisations différé	5 606	4 753	17,9	16 728	12 599	32,8
Congés annuels non budgétaires	6 645	7 957	(16,5)	4 652	11 294	(58,8)
Autres	551	(412)	N. S.	(13 037)	(9 699)	34,4
Résultat d'exploitation sur une base courante	15 394	(15 841)	N. S.	(51 958)	(6 988)	N. S.

N. S. non significatif

Sommaire – total du résultat global

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Résultat net de la période	(5 952)	(40 697)	(85,4)	(92 728)	(65 357)	41,9
Autres éléments du résultat global	31 338	111 649	N. S.	89 253	256 968	N. S.
Total du résultat global de la période	25 386	70 952	N. S.	(3 475)	191 611	N. S.

N. S. non significatif

Outre l'incorporation de la charge de retraite dans le résultat net, les réévaluations trimestrielles des régimes d'avantages du personnel postérieurs à l'emploi, dont les régimes de retraite, ont entraîné la comptabilisation, au titre des autres éléments du résultat global, de 31,3 millions de dollars pour le trimestre et de 89,3 millions de dollars depuis le début de l'exercice. Ceci est le résultat de réévaluations sans effet sur la trésorerie qui sont attribuables à des changements dans les hypothèses actuarielles et le rendement des actifs du régime. D'autres renseignements sont fournis à la note 10 de nos états financiers consolidés résumés intermédiaires.

Revenus

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Revenus publicitaires						
Services anglais	37 960	78 689	(51,8)	165 561	192 408	(14,0)
Services français	39 777	44 258	(10,1)	104 350	109 301	(4,5)
	<u>77 737</u>	<u>122 947</u>	<u>(36,8)</u>	<u>269 911</u>	<u>301 709</u>	<u>(10,5)</u>
Revenus d'abonnement						
Services anglais	18 739	18 620	0,6	56 318	56 162	0,3
Services français	14 427	14 535	(0,7)	44 376	43 256	2,6
	<u>33 166</u>	<u>33 155</u>	<u>-</u>	<u>100 694</u>	<u>99 418</u>	<u>1,3</u>
Revenus financiers et autres revenus						
Services anglais	14 663	13 328	10,0	45 807	40 334	13,6
Services français	8 479	10 216	(17,0)	25 513	29 992	(14,9)
Services institutionnels	8 926	10 251	(12,9)	31 767	30 163	5,3
	<u>32 068</u>	<u>33 795</u>	<u>(5,1)</u>	<u>103 087</u>	<u>100 489</u>	<u>2,6</u>
TOTAL	<u>142 971</u>	<u>189 897</u>	<u>(24,7)</u>	<u>473 692</u>	<u>501 616</u>	<u>(5,6)</u>

Les paragraphes suivants expliquent les diminutions des revenus de 46,9 millions de dollars (24,7 %) et de 27,9 millions de dollars (5,6 %) survenues respectivement au troisième trimestre et pour les neuf premiers mois de 2014-2015, comparativement aux mêmes périodes de l'exercice précédent.

Revenus publicitaires

Les revenus publicitaires des Services anglais ont connu des baisses de 40,7 millions de dollars (51,8 %) au troisième trimestre, et de 26,8 millions de dollars (14,0 %) pour les neuf premiers mois de 2014-2015, comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice précédent. La perte des revenus publicitaires à la suite de la fin de notre contrat avec la LNH est le principal facteur de baisse. Depuis le début de l'exercice, cette perte est compensée en partie par les revenus générés par la diffusion, en juin et en juillet, de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

Les revenus publicitaires des Services français ont reculé de 4,5 millions de dollars (10,1 %) au troisième trimestre, et de 5,0 millions de dollars (4,5 %) pour les neuf premiers mois de 2014-2015, comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice précédent. Ces reculs découlent principalement de l'affaiblissement du marché publicitaire. Le recul comptabilisé depuis le début de l'exercice a été compensé en partie par les revenus générés par la diffusion, en juin et en juillet, de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

Revenus d'abonnement

Les revenus d'abonnement ont été stables au troisième trimestre et ont progressé de 1,3 million de dollars (1,3 %) dans les neuf premiers mois de l'exercice, comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice précédent. Le résultat favorable obtenu depuis le début de l'exercice tient à la popularité accrue d'ICI EXPLORA et au lancement du nouveau forfait Extra d'ICI Tou.tv.

Revenus financiers et autres revenus

Les revenus financiers et autres revenus ont enregistré une baisse de 1,7 million de dollars (5,1 %) au troisième trimestre, et une hausse de 2,6 millions de dollars (2,6 %) depuis le début de l'exercice, comparativement à l'exercice précédent.

La baisse accusée au troisième trimestre est attribuable à une diminution des contributions du FAPL, laquelle a été compensée en partie par les revenus supplémentaires découlant de l'accord passé avec Rogers pour la poursuite de la couverture du hockey à l'émission *Hockey Night in Canada*, en vertu duquel CBC offre certains services et du temps d'antenne à Rogers. Ces facteurs ont également eu un effet sur les revenus depuis le début de l'exercice. Par ailleurs, la hausse des revenus depuis le début de l'exercice tient aux revenus générés par les droits de diffusion numérique de la Coupe du Monde de la FIFA et de la Coupe du Monde féminine U-20 de la FIFA, ainsi qu'à une augmentation des droits de retransmission et de la location d'espaces excédentaires dans le cadre de notre programme de réduction de notre empreinte immobilière.

Dépenses d'exploitation

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Coûts des services de télévision, de radio et de nouveaux médias						
Services anglais	212 018	245 493	(13,6)	679 929	717 527	(5,2)
Services français	176 886	186 544	(5,2)	498 194	512 879	(2,9)
	<u>388 904</u>	<u>432 037</u>	<u>(10,0)</u>	<u>1 178 123</u>	<u>1 230 406</u>	<u>(4,2)</u>
Transmission, distribution et collecte	17 985	18 611	(3,4)	52 007	53 700	(3,2)
Administration nationale	2 380	2 838	(16,1)	7 452	8 097	(8,0)
Paiements aux stations privées	597	503	18,7	1 795	1 771	1,4
Charges financières	7 721	7 678	0,6	22 995	23 245	(1,1)
Quote-part des profits de l'entreprise associée	(1 371)	(774)	77,1	(13 712)	(1 847)	N. S.
TOTAL	416 216	460 893	(9,7)	1 248 660	1 315 372	(5,1)

N. S. non significatif

Les paragraphes qui suivent expliquent les baisses des dépenses d'exploitation de 44,7 millions de dollars (9,7 %) et de 66,7 millions de dollars (5,1 %) survenues respectivement au troisième trimestre et pour les neuf premiers mois de 2014-2015, comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice précédent.

Services de télévision, de radio et de nouveaux médias

Au troisième trimestre, les dépenses des Services anglais et des Services français ont baissé respectivement de 33,5 millions de dollars (13,6 %) et de 9,7 millions de dollars (5,2 %). Ces baisses découlent des initiatives de réduction des coûts mises en œuvre dans tous les secteurs de la Société. Les dépenses des Services anglais reflètent aussi la diminution des dépenses de production par suite de la fin de notre contrat avec la LNH en juin 2014. La baisse générale des dépenses pour le trimestre a été compensée en partie par les coûts associés à la poursuite de la couverture du hockey à l'émission *Hockey Night in Canada* le samedi soir, en vertu de notre nouveau contrat passé avec Rogers.

Depuis le début de l'exercice, les dépenses des Services anglais et des Services français se sont abaissées respectivement de 37,6 millions de dollars (5,2 %) et de 14,7 millions de dollars (2,9 %). Ces baisses s'expliquent notamment par les facteurs que nous avons mentionnés ci-dessus dans notre analyse du troisième trimestre. Cependant, la baisse des dépenses au troisième trimestre a été compensée en partie par la comptabilisation, depuis le début de l'exercice, de coûts de cessations d'emploi survenues dans l'ensemble de la Société en lien avec les mesures de restructuration annoncées en juin et en novembre 2014, et de coûts de production plus élevés à cause de la diffusion, l'été dernier, de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

Transmission, distribution et collecte

Les dépenses de transmission, de distribution et de collecte ont fléchi de 0,6 million de dollars (3,4 %) au troisième trimestre et de 1,7 million de dollars (3,2 %) depuis le début de l'exercice, en raison principalement d'une baisse des coûts de mise hors service des sites d'émetteurs de la télévision analogique par rapport à l'exercice précédent.

Autres dépenses d'exploitation

Au troisième trimestre, l'augmentation de 0,6 million de dollars (77,1 %) de la quote-part des profits de l'entreprise associée est principalement attribuable à un dividende ordinaire de 1,3 million de dollars reçu pour nos titres de capitaux propres de SiriusXM. Cette quote-part a augmenté de 11,9 millions de dollars depuis le début de l'exercice, principalement grâce à un dividende spécial de 10,4 millions de dollars reçu de SiriusXM au cours du premier semestre.

Financement public

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Crédit parlementaire pour les activités d'exploitation	239 339	202 870	18,0	561 375	665 694	(15,7)
Crédit parlementaire pour le fonds de roulement	1 000	1 000	-	3 000	3 000	-
Amortissement du financement des immobilisations différé	24 966	26 715	(6,5)	76 862	82 265	(6,6)
TOTAL	265 305	230 585	15,1	641 237	750 959	(14,6)

Au troisième trimestre, le crédit parlementaire pour les activités d'exploitation est supérieur de 36,5 millions de dollars (18 %) à celui de la période correspondante de l'exercice précédent. Pour les neuf premiers mois de l'exercice, il accuse une baisse de 104,3 millions de dollars (15,7 %) sur la même base de comparaison. Les crédits parlementaires sont comptabilisés en fonction des besoins prévus.

Depuis le début de l'exercice, nous avons diminué le montant de nos prélèvements sur le financement public en raison de variations du fonds de roulement et de la réception du produit de la vente d'une partie de nos titres de capitaux propres de SiriusXM dans le premier semestre. D'ici la fin de l'exercice, le financement public comptabilisé pour les activités d'exploitation devrait être inférieur de 46,3 millions de dollars à celui de l'exercice précédent (45,5 millions de dollars pour le financement public total), conformément à la mise en œuvre de la dernière phase de réduction prévue dans le budget fédéral de 2012.

Le financement des immobilisations est comptabilisé comme un financement des immobilisations différé. Il est amorti et comptabilisé comme revenu sur les mêmes périodes que celles où les immobilisations corporelles et incorporelles sont utilisées dans le cadre des activités de CBC/Radio-Canada.

Éléments hors exploitation

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Gain sur la vente d'actions	-	-	N. S.	33 548	-	N. S.
Gain (perte) sur la sortie d'immobilisations corporelles et incorporelles	1 988	(286)	N. S.	7 455	(2 560)	N. S.
TOTAL	1 988	(286)	N. S.	41 003	(2 560)	N. S.

N. S. non significatif

Des gains de 2,0 millions de dollars ont été comptabilisés dans le trimestre au titre des éléments hors exploitation, dont le principal, un gain de 1,7 million de dollars, provient de la vente d'une propriété à Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest). D'autres gains nets dans le trimestre sont attribuables à la mise hors service et à la sortie d'actifs liés à la poursuite de la modernisation de notre équipement et de la réduction de notre empreinte immobilière. Depuis le début de l'exercice, nos gains sur la sortie d'immobilisations corporelles sont aussi composés du produit attendu d'une réclamation d'assurance à laquelle est associé l'amortissement complet d'un car de reportage incendié. En outre, les gains hors exploitation cumulés depuis le début de l'exercice s'établissent à 41,0 millions de dollars, dont 33,5 millions de dollars pour la vente, en juillet 2014, d'une partie des titres de capitaux propres détenus dans SiriusXM.

Total du résultat global

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Résultat net de la période	(5 952)	(40 697)	(85,4)	(92 728)	(65 357)	41,9
Autres éléments du résultat global						
Réévaluations des régimes de retraite à prestations définies	31 336	111 649	N. S.	89 253	256 968	N. S.
Total du résultat global de la période	25 386	70 952	N. S.	(3 475)	191 611	N. S.

N. S. non significatif

Outre le résultat net, les autres éléments du résultat global résultant des réévaluations de notre régime de retraite et de nos régimes d'avantages ont porté le résultat global total à 25,4 millions de dollars dans le trimestre. Depuis le début de l'exercice, le résultat global total correspond à une perte de 3,5 millions de dollars. D'importantes variations hors trésorerie des obligations et des actifs de notre régime de retraite quand les résultats réels ou les taux d'intérêt diffèrent des hypothèses actuarielles sont à l'origine de ces résultats. Chaque trimestre, nous comptabilisons immédiatement ces variations dans les autres éléments du résultat global.

Le solde du trimestre pour les autres éléments du résultat global, soit 31,3 millions de dollars, tient à un écart favorable entre le rendement réel des actifs du régime et leur rendement hypothétique.

D'autres renseignements sur notre régime de retraite sont fournis à la note 10 de nos états financiers consolidés résumés intermédiaires.

3.2 Situation financière, flux de trésorerie et liquidités

Les flux de trésorerie liés à nos activités d'exploitation, d'investissement et de financement pour le troisième trimestre terminé le 31 décembre 2014 sont résumés dans le tableau suivant. Notre solde de trésorerie s'élevait à 115,9 millions de dollars au 31 décembre 2014, comparativement à 62,0 millions de dollars au 31 mars 2014.

Position de trésorerie

(en milliers de dollars canadiens)	Pour les trois mois terminés le 31 décembre			Pour les neuf mois terminés le 31 décembre		
	2014	2013	Écart en %	2014	2013	Écart en %
Trésorerie – Début de la période	92 765	81 647	13,6	61 974	51 459	20,4
Variations de la période						
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	28 764	(29 256)	N. S.	10 276	(5 784)	N. S.
Flux de trésorerie affectés aux activités de financement	(25 821)	(26 059)	(0,9)	(55 471)	(55 328)	0,3
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	20 232	8 294	N. S.	99 161	44 279	N. S.
Écart net	23 175	(47 021)	N. S.	53 966	(16 833)	N. S.
Trésorerie – Fin de la période	115 940	34 626	N. S.	115 940	34 626	N. S.

N. S. non significatif

Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation

Les activités d'exploitation ont donné lieu à des entrées de trésorerie de 28,8 millions de dollars dans le trimestre, contre des sorties de trésorerie de 29,3 millions de dollars au troisième trimestre de l'exercice précédent. Depuis le début de l'exercice, elles ont donné lieu à des entrées de 10,3 millions de dollars, comparativement à des sorties de 5,8 millions de dollars dans la période correspondante de l'exercice précédent. Les entrées de trésorerie liées aux activités d'exploitation fluctuent en fonction de variations normales du fonds de roulement. De plus, le prélèvement sur le financement public a été effectué plus tard dans le courant de l'exercice qu'en 2013-2014. Ce décalage explique en partie l'augmentation des entrées de trésorerie au troisième trimestre considéré comparativement au trimestre correspondant de l'exercice précédent. L'augmentation des entrées de trésorerie survenue depuis le début de l'exercice en dépit du report du prélèvement sur le financement public est attribuable à la couverture des Jeux Olympiques de Sotchi et à la vente d'une partie des actions détenues dans Sirius XM Canada Holdings Inc. (SiriusXM).

Flux de trésorerie liés aux activités de financement

Les activités de financement ont donné lieu à des sorties de trésorerie comparables à celles de l'an dernier, pour le troisième trimestre et pour les neuf premiers mois de l'exercice. Ces sorties, évaluées à 25,8 millions de dollars au troisième trimestre et à 55,5 millions de dollars depuis le début de l'exercice, ont trait à des paiements effectués à des titres variés : intérêts, remboursements semestriels des obligations émises par le Centre canadien de radiodiffusion de Toronto, effets à payer et obligation au titre de contrats de location-financement.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

Les activités d'investissement ont donné lieu à des entrées de trésorerie de 20,2 millions de dollars dans le trimestre considéré, contre 8,3 millions de dollars au troisième trimestre de l'exercice précédent. La hausse enregistrée dans le trimestre considéré est notamment attribuable à un prélèvement sur le crédit parlementaire de 5,0 millions de dollars de plus qu'au troisième trimestre de l'exercice précédent, dans le but de financer des projets d'immobilisations. L'autre facteur principal de hausse est le produit plus élevé provenant de la sortie d'immobilisations corporelles. Les activités d'investissement ont donné lieu à des entrées de trésorerie de 99,2 millions de dollars depuis le début de l'exercice, contre 44,3 millions de dollars au cours de la même période de l'exercice précédent. Cet écart s'explique entre autres par la réception du produit net de la vente, en juillet 2014, d'une partie des actions détenues dans SiriusXM, soit 33,5 millions de dollars. En outre, les dividendes reçus de SiriusXM dans l'exercice en cours sont supérieurs de 10,3 millions de dollars à ceux reçus dans l'exercice précédent. Enfin, le produit plus élevé provenant de la sortie d'immobilisations corporelles a également contribué à la hausse des entrées de trésorerie liées aux activités d'investissement depuis le début de l'exercice.

3.3 Le point sur les perspectives et les risques

CBC/Radio-Canada évolue dans un contexte économique fluctuant et dans un environnement médiatique très concurrentiel. Bien que nous ayons pris des mesures pour gérer l'insuffisance de nos ressources budgétaires en 2014-2015, nous devons maintenir une planification financière prudente pour parer à tout événement susceptible de compromettre nos revenus et nos activités.

Nous avons annoncé le 10 avril 2014 que nous devons retrancher 130 millions de dollars de notre budget et que l'une des mesures qui nous permettaient d'y parvenir était l'élimination de 657 postes à temps plein. La plupart de ces postes sont maintenant éliminés. Notre plan financier fera l'objet d'une surveillance étroite et, le cas échéant, il sera adapté. Notre réussite dépend de notre capacité d'atteindre les cibles de génération de revenus et de réduction de coûts, ainsi que de la vitalité du marché de la publicité.

Le 26 juin 2014, nous avons dévoilé notre nouvelle stratégie *Un espace pour nous tous*, qui nous aidera à continuellement nous adapter et à demeurer pertinents dans un environnement instable. Il s'agit d'un cadre de référence qui permet à la Société de faire des choix stratégiques alors même que les conditions du marché et les habitudes des auditoires se transforment. Les trois secteurs prioritaires sont la pertinence, l'agilité organisationnelle et la viabilité financière.

CBC/Radio-Canada doit créer un modèle financier durable s'appuyant sur une structure de coûts gérable, une source de revenus adéquate et fiable, ainsi qu'un flux de trésorerie disponible suffisant pour investir dans l'avenir. Notre plan financier soutient *Un espace pour nous tous* en poursuivant quatre objectifs :

- * Réduire les coûts fixes de base afin d'équilibrer le budget pour l'avenir proche;
- * Créer une réserve pour aider à gérer le risque financier ou pour investir dans des initiatives stratégiques;
- * Réinvestir conformément aux priorités stratégiques;
- * Diversifier les revenus et partager les risques au moyen de partenariats.

Nous avons terminé d'examiner en profondeur les économies proposées et avons soumis un plan financier quinquennal complet au Conseil d'administration, qui l'a approuvé en novembre 2014. La plupart des employés concernés par l'abolition, annoncée le 30 octobre, de 400 postes à temps plein dans le cadre de la première phase de la mise en œuvre du plan stratégique ont été avisés avant la fin du mois de novembre.

L'entente visant les droits de diffusion télévisuelle et numérique conclue par CBC avec la Ligue nationale de hockey (LNH) s'est terminée en juin 2014. Rogers Communications Inc. (Rogers) a obtenu les droits exclusifs de diffusion du hockey pour les 12 prochaines années, à compter de la saison de hockey 2014-2015. Le 25 novembre 2013, la Société a signé une entente avec Rogers qui prévoit la poursuite de la diffusion des matchs de hockey du samedi soir et des séries éliminatoires à *Hockey Night in Canada* (HNIC). En vertu de cette entente, nous continuons de diffuser HNIC pendant les quatre prochaines années, mais nous ne payons plus les droits de diffusion et nous ne percevons plus les revenus publicitaires qui y sont associés. Nous fournissons également des ressources de production pour les matchs diffusés sur CBC et demeurons propriétaires de la marque HNIC.

Le gouvernement a confirmé qu'il réinstaurait le gel du financement au titre de l'inflation salariale pour les exercices 2014-2015 et 2015-2016. Les réductions annoncées récemment tiennent compte des répercussions de cette décision.

L'examen des politiques télévisuelles entrepris par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans le cadre de l'initiative *Parlons télé* peut mener à des changements réglementaires ayant des effets sur l'exploitation de nos réseaux de télévision ainsi que sur nos revenus de publicité et d'abonnement. Dans le mémoire que nous avons déposé auprès du CRTC à cette instance, et lors de notre intervention à l'audience publique du CRTC le 12 septembre 2014, nous nous sommes principalement intéressés à des solutions applicables à l'ensemble de l'industrie et nous avons mis en évidence les deux principaux points suivants :

- ✦ Nous appuyons le nouveau cadre favorable au consommateur que le CRTC et le gouvernement ont proposé pour la télévision, qui repose sur un modèle de services à la carte et un petit forfait de services de base obligatoire sur le câble. Notre appui est cependant conditionnel à la mise en place de mécanismes qui permettront de protéger les radiodiffuseurs indépendants (comme nous) des pratiques anticoncurrentielles des grands fournisseurs intégrés verticalement.
- ✦ Nous sommes favorables à l'idée d'assujettir les radiodiffuseurs généralistes au libre jeu du marché. Ils pourront ainsi négocier un tarif pour leurs services avec les fournisseurs de télévision par câble et par satellite comme le font les services spécialisés.

Nous avons par ailleurs soumis deux nouvelles propositions à l'examen du CRTC :

- ✦ Le Conseil pourrait mettre sur pied un nouveau fonds de nouvelles locales. Ce fonds, qui servirait à renouveler et à rendre plus novatrice l'offre de nouvelles télévisées locales dans les marchés locaux partout au pays, serait financé de la même façon que l'ancien Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) l'était jusqu'à récemment.
- ✦ Le CRTC pourrait exiger que les fournisseurs de services par contournement, comme Netflix, contribuent à la production de programmation canadienne de la même façon que les autres distributeurs comme Bell, Rogers, Vidéotron et Shaw.

Le 29 janvier 2015, le CRTC a publié une décision sur la télévision locale (politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-24) dans le cadre de l'instance *Parlons télé*. Le Conseil a conclu que les stations de télévision locales devaient continuer de transmettre en direct leurs signaux de télévision. Il n'a pas traité de questions de financement dans cette décision, mais a plutôt indiqué son intention de réexaminer la situation générale de la programmation télévisuelle locale dans l'exercice 2015-2016.

Le Conseil annoncera d'autres décisions rattachées à l'instance *Parlons télé* dans les semaines et les mois à venir.

Nous nous attendons à ce que notre portefeuille immobilier génère des revenus accrus, à mesure que nous louerons les locaux inutilisés dans certains de nos immeubles. Nous envisageons également de réduire nos coûts totaux d'occupation et notre risque immobilier en vendant et en libérant certains immeubles que nous détenons pour louer des locaux plus économiques. Par exemple, nous continuons de préparer des locaux pour de nouveaux locataires au Centre canadien de radiodiffusion de Toronto : environ 22 000 pieds carrés ont été loués au cours du trimestre, ce qui porte à 278 000 pieds carrés la superficie totale déjà louée. En novembre 2014, nous avons aussi quitté les deux immeubles dont nous sommes propriétaires à Halifax pour déménager dans un immeuble loué. Le processus de demande de propositions (DP) pour le réaménagement de notre établissement de Montréal se poursuit avec un consortium. Le deuxième consortium s'est retiré du projet en janvier 2015. Toutefois, la définition des besoins de CBC/Radio-Canada ainsi que les règles et les paramètres financiers pour la réalisation du projet demeurent les mêmes. Nous devrions recevoir la proposition en réponse à cette DP au printemps 2015. Comme nous l'avons annoncé dans le cadre d'*Un espace pour nous tous*, nous avons haussé notre cible de réduction de nos infrastructures immobilières afin de diminuer au moins de moitié notre empreinte actuelle, ce qui représente deux millions de pieds carrés d'ici 2020.

En septembre, le Conseil canadien des relations industrielles (CCRI) a rendu une décision favorable à la demande de CBC/Radio-Canada concernant la révision de la structure syndicale de ses employés travaillant au Québec et à Moncton. Cette structure, en place depuis 1995, comprend quatre unités de négociation. La Société estime que, pour réussir dans l'environnement concurrentiel d'aujourd'hui et répondre adéquatement aux attentes des auditoires, un allègement de cette structure s'impose. À cette fin, elle a déposé en décembre une demande auprès du CCRI en vue de suspendre les négociations en cours et à venir avec les quatre unités de négociation jusqu'à ce que la nouvelle structure syndicale soit en place. Si le CCRI approuvait la suspension des négociations, les conventions collectives actuelles demeureraient en vigueur jusqu'à la conclusion d'une entente avec la ou les nouvelles unités de négociation.

CBC/Radio-Canada a obtenu les droits de diffusion au Canada pour les Jeux panaméricains et les Jeux parapanaméricains de 2015 qui se dérouleront dans le Grand Toronto respectivement en juillet et en août, pour les Jeux Olympiques de Pyeongchang 2018, en Corée du Sud, et pour les Jeux Olympiques de Tokyo 2020, au Japon. De plus, la Société a annoncé en octobre qu'elle diffuserait ces Jeux en partenariat avec Bell Média et Rogers Communications.

Une analyse détaillée des risques et des stratégies d'atténuation est incluse dans le [Rapport annuel 2013-2014](#).

4. Présentation de l'information financière

4.1 Normes comptables futures

Des informations relatives aux changements comptables qui prendront effet pendant l'exercice 2014-2015 et aux prises de position comptables publiées qui entreront en vigueur dans les années à venir sont présentées à la note 2 des états financiers consolidés résumés intermédiaires.

4.2 Principales estimations comptables et jugements importants

Le compte rendu de notre situation financière et de notre résultat d'exploitation repose sur nos états financiers consolidés résumés intermédiaires, qui ont été préparés conformément aux IFRS. Les principales estimations comptables et les jugements importants sont présentés à la note 2 de nos états financiers annuels.

4.3 Transactions entre parties liées

Transactions avec des régimes de retraite à prestations définies

Comme il est indiqué à la note 16, nous avons versé des cotisations à titre d'employeur à nos régimes à prestations définies, auxquels nous avons également fourni des services de gestion et d'administration.

Déclaration de la responsabilité de la direction par des cadres supérieurs

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers trimestriels consolidés conformément à la norme IAS 34 : *Information financière intermédiaire*, ainsi que des contrôles internes qu'elle considère comme nécessaires pour permettre la préparation d'états financiers trimestriels consolidés exempts d'anomalies significatives. La direction veille aussi à ce que tous les autres renseignements fournis dans ce rapport financier trimestriel concordent, s'il y a lieu, avec les états financiers trimestriels consolidés.

À notre connaissance, ces états financiers trimestriels consolidés non audités donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière, des résultats d'exploitation et des flux de trésorerie de la Société, à la date et pour les périodes visées dans les états financiers trimestriels consolidés.

Hubert T. Lacroix,
Président-directeur général

Michael Mooney,
Vice-président et chef de la direction financière par intérim

Ottawa, Canada
25 février 2015