



**PLANS DE GESTION ET BUDGETS
D'EXPLOITATION ET
D'IMMOBILISATIONS POUR
2013-2014
- Annexes -**

CONTENU

• Annexe A – Mise à jour de la <i>Stratégie 2015</i>	3
• Annexe B – Le point sur les mesures budgétaires	12
• Annexe C – Personnes – Le point sur les compressions d’effectif	26
• Annexe D – Aperçu financier des Jeux olympiques	28
• Annexe E – Gestion de trésorerie	30
• Annexe F – Gestion du risque	32
• Annexe G – Indicateurs de rendement clés des médias	35
• Annexe H – Grands événements	42
• Annexe I – Budgets détaillés des composantes médias	45
• Annexe J – Réserves engagées	56
• Annexe K – Plan de contingences – Rejet de la publicité à la Radio	58
• Annexe L – Budget d’immobilisations – Initiatives clés par catégories d’investissement	61
• Annexe M – Budget d’immobilisations 2013-2014 par programmes d’investissement	71
• Annexe N – Budget d’immobilisations – Priorités, défis et risques par grandes composantes	74
• Annexe O – Budget d’immobilisations pour les projets supérieurs à 5 M\$	86

**ANNEXE A –
MISE À JOUR
DE LA STRATÉGIE 2015**

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE RELATIVE AUX GENRES D'ÉMISSIONS

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

Plan de gestion 2012-2013			Plan de gestion 2013-2014			
2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013 (Prévisions)	2013-2014	2014-2015	2015-2016

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Impact sur les revenus

Remplacer <i>Jeopardy</i> et <i>Wheel of Fortune</i> par un contenu canadien	
Variétés, jeux - canadien	
Journée : annuler la programmation américaine	
Musique	
Impact total sur les revenus	

--	--

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Coût des nouvelles initiatives

Variétés, jeux - canadien	
Musique	
Promotion	
Coût total des nouvelles initiatives	

--	--

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Réaffectations et économies de coûts

Remplacer <i>Jeopardy</i> et <i>Wheel of Fortune</i> par un contenu canadien	
Journée : annuler la programmation américaine	
Musique	
Promotion	
Total réaffectations et économies de coûts	

--	--

POSITION NETTE

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE RÉGIONALE

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

Stratégie régionale

Plan de gestion 2012-2013

2012-2013 2013-2014 2014-2015

Plan de gestion 2013-2014

2012-2013
(Prévisions) 2013-2014 2014-2015 2015-2016

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Impact sur les revenus

Incremental local revenue	
Impact total sur les revenus	

--	--

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Coût des nouvelles initiatives

Revitalisation de la Radio	
Plan d'expansion de la radio - nouveaux établissements	
Revitalisation des Nouvelles	
Plan d'expansion des services - établissements existants	
Plan d'expansion des services - services numériques	
Développement - services numériques	
Développement - On Air	
Communications	
Recherches/consultation/conception/gestion de projet, etc.	
Moins : Réduction de l'expansion du service local pour PARD	
Coût total des nouvelles initiatives	

--	--

POSITION NETTE

SERVICES ANGLAIS – EXPANSION DE L’OFFRE LOCALE

- Le Plan d’expansion du service local s’articule sur l’exploitation des ressources régionales et réseau existantes, comme la collecte d’information et la souscription
 - En misant sur les ressources existantes, le plan d’expansion regroupe les initiatives d’expansion sous trois modèles:
 1. Service numérique
 2. Radio et service numérique
 3. Radio, service numérique et collecte d’information
- Pour une description détaillée de ces modèles, voir la diapo suivante.

SERVICES ANGLAIS – EXPANSION DE L’OFFRE LOCALE

Modèles et stations	Service	Ressources	Critères	Risques
<p>1) Service numérique : Hamilton, Lethbridge, Fort McMurray, Red Deer</p>	<p>Site web à contenu tout local : nouvelles, actualités et interactions communautaires, bulletin de circulation, chroniques, commentaires, choses à faire, galeries de photos, et page Facebook. Service mobile.</p>			
<p>2) Radio/service numérique : Kamloops, Kelowna, région de Waterloo et London</p>	<p>Émission de radio du matin, bulletins locaux; service numérique allant de celui décrit ci-dessus à une présence en ligne beaucoup plus restreinte à Kamloops. Pas de collecte d'information pour la télé, ni émissions. Petits reportages locaux à la radio.</p>			
<p>3) Radio/service numérique/ collecte d'information: Saskatoon</p>	<p>Émission de radio du matin, bulletins locaux, service numérique étendu. (Le bureau de Saskatoon est désormais un centre de collecte important pour les services de télé et de radio de la province.) Émission de télévision de début de soirée de 30 minutes à Regina.</p>			

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE EN MATIÈRE DE PLATEFORMES

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

Stratégie en matière de plateformes

Plan de gestion 2012-2013		
2012-2013	2013-2014	2014-2015

Plan de gestion 2013-2014			
2012-2013 (Prévisions)	2013-2014	2014-2015	2015-2016

Initiatives pour la Stratégie 2015 - Coût des nouvelles initiatives

Chaînes enfants non linéaires			
Réductions PARD			
Coût total des nouvelles initiatives			

POSITION NETTE

--	--	--

--	--	--	--

SERVICES FRANÇAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE RELATIVE AUX GENRES D'ÉMISSIONS

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

Stratégie liée aux genres d'émissions

Plans de gestion 2012-2013			Plans de gestion 2013-2014			
			Prévisions			
2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016

Coûts des nouvelles initiatives - Stratégie 2015

Poursuivre le développement de l'offre multiplateforme continue (nationales/ internationales)

Poursuivre l'engagement envers les émissions multiplateformes « de marque »

Compléter l'offre en ligne grâce à « Espace.mu » (Projet Musique)

Total des coûts de nouvelles initiatives

POSITION NETTE

SERVICES FRANÇAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE RÉGIONALE

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

Stratégie régionale

Plans de gestion 2012-2013			Plans de gestion 2013-2014			
			Prévisions			
2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016

Coûts des nouvelles initiatives - Stratégie 2015

Création d'un nouveau centre multimédia à Rimouski pour desservir l'Est du Québec (**note 1**)

Améliorer l'offre local en ligne et la collecte d'informations le week-end.

Maintenir et développer des émissions hors-nouvelles

Expérimenter un service hyperlocal dans les banlieues montréalaises (450) (**Note 2**)

Réinvestir dans les principaux marchés de télévision afin d'accroître la part d'écoute

Régionaliser Espace musique

Accroître les investissements dans des sites en ligne locaux

Total des coûts des nouvelles initiatives

POSITION NETTE

SERVICES FRANÇAIS – STRATÉGIE 2015 – STRATÉGIE EN MATIÈRE DE PLATEFORMES

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

Stratégie en matière de plateformes

Plans de gestion 2012-2013			Plans de gestion 2013-2014			
2012-2013	2013-2014	2014-2015	Prévisions			
2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016

Impact sur les revenus - Initiatives reliées à Stratégie 2015

Investissements dans le contenu numérique, la promotion et les plateformes (Note 3)

Lancer une nouvelle chaîne spécialisée en 2011-2012 : EXPLORA

Total des impacts sur les revenus

Coûts des nouvelles initiatives - Stratégie 2015

Investissements dans le contenu numérique, la promotion et les plateformes (Note 4)

Lancer une nouvelle chaîne spécialisée en 2011-2012 : EXPLORA

Explorer les possibilités d'offres spécialisées : TRÉSOR (Note 5)

Poursuivre le développement de tou.tv et de contenu original pour le web

Total des coûts de nouvelles initiatives

POSITION NETTE

Commentaires

(4) : Seulement les initiatives d'internet et services numériques sont présentées dans cette section. Les autres initiatives numériques sont présentées sur d'autres lignes dont le projet 450, par exemple. De plus, le montant inclut une portion correspondant au net de L'équilibre est présenté pour les autres subséquentes.

(5) : L'initiative 3, de la stratégie en matière de plateforme (Trésor) est présentée au net. Le montant inclut un investissement en capital de 600K

**ANNEXE B –
LE POINT SUR LES MESURES
BUDGÉTAIRES**

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES - SOMMAIRE

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

Dans les plans de gestion de l'année dernière, CBC/Radio-Canada avait défini des mesures budgétaires importantes totalisant 200 M\$ pour contrebalancer les effets du PARD, des plans d'investissement prévus dans la *Stratégie 2015* et d'autres pressions financières ainsi que la création d'un plan de contingences de M\$ pour contrebalancer d'éventuelles insuffisances au titre des revenus et du financement de l'inflation salariale.

Tout au long de 2012-2013, nous avons exercé un suivi sur ces initiatives et les plus récentes données sont incluses dans les pages qui suivent. Il convient de signaler que le financement du plan de contingences est actuellement utilisé pour contrebalancer la perte des contributions du FAPL, comme l'a approuvé le Conseil d'administration en octobre 2012.

Certaines initiatives ont été reportées, surtout parce qu'il a fallu absorber des coûts ponctuels pour la mise en œuvre des gains d'efficacité générale et administrative. La page qui suit indique que d'ici 2015--2016, des plans ont été mis en place pour générer 183 M\$ des 200 M\$ nécessaires au financement des initiatives.

Cet écart de 17 M\$ (200 M\$ moins 183 M\$) s'explique comme suit :

-
-
-

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES - SOMMAIRE

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

TOUS LES SERVICES	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
PARC	27 800	69 149	94 520	27 800	68 390	93 217	93 353
PRESSIONS							
STRATÉGIE 2015							
À L'ACTION - EXAMEN VERTICAL							
À L'ACTION - EXAMEN HORIZONTAL							
PLANS DE CONTINGENCE							
INITIATIVES DE REVENUS - SERVICES IMMOBILIERS							
EFFICACITÉS - GÉNÉRAL ET ADMIN.							
Total des réductions - Tous les services							

*

*

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES ANGLAIS

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

PARD	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
<ul style="list-style-type: none"> • Ajout de minutes de publicité - Télévision • Introduction de la publicité à Radio 2 (Montant net après coûts d'implantation de système et de démarrage) • Nouvelles (Services spécialisés et chaîne principale) (Réductions des ressources de collecte de l'information suite à l'amélioration des processus de travail) 						
<ul style="list-style-type: none"> • Grille réseau - Revoir à la baisse la programmation canadienne en heures de grande écoute; grands évènements; programmation jeunesse • Programmation transculturelle • Radio (Réduire la programmation radio en réduisant le nombre de concerts) • Efficacités (Efficacités reliées aux médias) 						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES ANGLAIS

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

Pressions	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
<p>• Révision à la baisse des projets</p> <p><i>Redirection de la réduction de 2012-2013 - afin de financer PARD en 2013-2014 et 2014-2015</i></p>						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES ANGLAIS

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

À l'action - Examen vertical	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Examen de l'administration et des services - examen aux Services anglais de l'ensemble des ressources et des processus administratifs dans les secteurs hors-programmation.						
Autres projets d'efficacités - Examen aux Services anglais des processus dans les anciens secteurs qui étaient exclus de l'examen administratif; et examen de toutes les dépenses non liées aux immobilisations et des dépenses numériques						
À l'action - Examen horizontal	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
À l'action - Économies liées à la sous-traitance des Normes publicitaires, profits de la division du merchandising et amélioration des revenus de la vente de programmes et d'archives						
Total - À l'action						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES ANGLAIS

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

Plans de contingence (maintenant partiellement utilisés pour contrer à la perte du FAPL)	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
<ul style="list-style-type: none"> • Efficacités (réduction des dépenses discrétionnaires) 						
Total des réductions - Services anglais						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES FRANÇAIS

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

PARD	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Génération de nouveaux revenus publicitaires							
Introduction de publicité commerciale et de commandite sur Espace Musique (AU NET)							
Transformation de RCI	0	10 000	10 000	0	10 000	10 000	10 000
Méthodes de production							
Réduction du budget des Grands événements							
Réduction du budget Transculturel							

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES FRANÇAIS

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

À l'action - Examen vertical	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Gestion de droits						
Mise à l'horaire de programmes						
Examen et normalisation des ressources de production						
Examen des méthodes de production						
Processus administratifs et financiers						
À l'action - Examen horizontal	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Code publicitaire						
Centralisation des ventes Internet (Revenus)						
Marchandisage (Revenus nets)						
Total - À l'action						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES FRANÇAIS

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

Stratégie 2015	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	
Programmation et production							
Révision des méthodes de production							
Gains d'efficience - Services de soutien							
Plans de contingence (maintenant utilisés pour contrer à la perte du FAPL)	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Réduction des coûts de production à la Télévision générale							
Réduction du budget transculturel							
Méthodes de production							
Programmation réseau							

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES HORS MÉDIAS

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

PARC	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions -Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Mise hors service accélérée des émetteurs analogiques	5 833	10 000	10 000	5 833	10 000	10 000
	5 833	10 000	10 000	5 833	10 000	10 000
Stratégie 2015 (reflète seulement la réduction de 2% en 2012-2013 - une réduction additionnelle de 2% avait été faite en 2011-2012)	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions -Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil						
Ombudsmen						
Affaires réglementaires						
Conseil d'administration						
Service juridique et secrétariat générale						
Image de marques, communications et affaires inst.						
Stratégie d'entreprise et partenariats commerciaux						
Personnes et culture						
Services partagés						
Finances and administration						
Technologies de l'information						
Relations internationales						
Services immobiliers						
Services technologiques aux médias						
Centre de radiodiffusion Ottawa						
Gestion de contenu						
Conseil stratégique des technologies						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES HORS MÉDIAS

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

À l'action - Examen vertical (réduction de 2% en 2012-2013, 4% en 2013-2014 augmentant à 6% en 2014-2015)	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions -Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil						
Ombudsmen						
Affaires réglementaires						
Conseil d'administration						
Service juridique et secrétariat générale						
Image de marques, communications et affaires inst.						
Stratégie d'entreprise et partenariats commerciaux						
Personnes et culture						
Services partagés						
Finances and administration						
Technologies de l'information						
Relations internationales						
Services immobiliers						
Services technologiques aux médias						
Centre de radiodiffusion Ottawa						
Gestion de contenu						
Conseil stratégique des technologies						

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES – SERVICES HORS MÉDIAS

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

À l'action - Examen horizontal	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions -Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Initiatives générant des revenus (Services immobiliers)	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions -Troisième trimestre		
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Total des réductions - Services hors-médias						

INITIATIVES GÉNÉRANT DES ÉCONOMIES – GÉNÉRALES ET ADMINISTRATIVES

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

Efficacités générales et d'administration	Selon les plans de gestion 2012-2013			Prévisions - Troisième trimestre			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$	en milliers de \$
Projet d'optimisation des opérations d'impression							
Projet d'approvisionnement de nouvelle génération							
Projet de consolidation - Halifax							
Projet de télécommunication							
Autres Économies							
Total - Efficacités générales et d'administration*/**							

*

**

**ANNEXE C –
PERSONNES – LE POINT SUR LES
COMPRESSIONS D’EFFECTIF**

LE POINT SUR LES COMPRESSIONS D'EFFECTIF

Composante	Réduction d'ETP par année				Réduction d'ETP par affiliation				
	2012-13	2013-14	2014-15	Total	Cadre	Conf	APS	Syndiqué	Total
Services anglais									
Services français (y compris RCI)									
Image de marques, communications et affaires instituti									
Stratégie d'entreprise et partenariats commerciaux									
Service juridique et secrétariat générale									
Affaires réglementaires									
Finances and administration									
Technologies de l'information									
Services partagés									
Personnes et culture									
Services technologiques aux médias									
Services immobiliers									
Productions Mobiles									
Centre de radiodiffusion Ottawa									
Gestion de contenu									
Total	467	176	55	698	78	10	44	566	698
					11,2%	1,4%	6,3%	81,1%	
<i>Selon les plans de gestion 2012-2013</i>	<i>455</i>	<i>143</i>	<i>9</i>	<i>607</i>					
	<i>Distribution des effectifs au 27 janvier 2013</i>				<i>12%</i>	<i>2%</i>	<i>9%</i>	<i>77%</i>	<i>100%</i>

ANNEXE D – APERÇU FINANCIER DES JEUX OLYMPIQUES

JEUX OLYMPIQUES D'HIVER 2014 DE SOTCHI – LE POINT SUR LA SITUATION FINANCIÈRE

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

En millions de dollars canadiens

*Jeux olympiques d'hiver de
2014 à Sotchi seulement*

Plan révisé	Plan initial	Écart
-------------	--------------	-------

Revenues

Publicité à CBC

Publicité à Radio-Canada

Total des revenus

Coûts d'exploitation

Coûts de production

Ventes et promotion

Coûts liés aux droits

Coûts totaux

Profits nets

ANNEXE E – GESTION DE TRÉSORERIE

PRÉVISIONS DE TRÉSORERIE - 2013-2014

2013-2014 Prévisions					
	Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total
Solde d'ouverture ⁽¹⁾					
Recettes					
Financement gouvernemental ⁽²⁾					
Revenus ⁽³⁾					
Vente - immobilisations ⁽⁴⁾					
Vente - Bold! ⁽⁵⁾					
Financement par bail et emprunt ⁽⁶⁾					
Déboursés					
Dépenses ⁽⁷⁾					
Versements au CIO ⁽⁷⁾					
Solde de fermeture ⁽¹⁾					

2012-2013 Réels (r) / Prévisions (p)				
Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total
56 836	67 200	40 612		
305 000	225 000	302 200		
196 075	192 804	159 229		
-	-	-		
-	-	-		
-	-	-		
(490 711)	(433 323)	(445 515)		
-	(11 069)	-		
67 200	40 612	56 526		
r	r	r		p

Note 1:

Note 2:

Note 3:

Note 4:

Note 5:

Note 6:

Note 7:

ANNEXE F – GESTION DU RISQUE

GESTION DU RISQUE

- Le programme de gestion des risques de CBC/Radio-Canada repose sur un cadre intégré dans les processus opérationnels à l'échelle de la Société. Il est un élément clé du cadre de planification annuelle des activités.
- Les composantes médias et institutionnelles ont détecté, évalué et classé les risques, puis ont établi des plans d'action en vue d'atténuer les principaux risques dans le cadre des plans de gestion soumis pour 2013-2014. Pour l'évaluation et le classement des risques, les composantes se sont appuyées sur un ensemble commun de critères d'évaluation et de définitions des risques énoncés dans les lignes directrices pour l'élaboration des plans de gestion.
- Le classement des principaux risques de la Société a été compilé et présenté à l'Équipe de la haute direction pour son approbation le 12 février 2013, puis au Comité de vérification le 20 février 2013 et au Conseil d'administration le 21 février 2013.
- Le classement des risques repose sur les cotes d'évaluations qui ont été attribuées à chacun, en fonction de l'impact appréhendé et de la probabilité, évaluations mesurées sur une échelle de 1 (faible) à 5 (élevé). Les risques dont la cote est égale ou inférieure à 12 sont suivis et gérés par les composantes, et ne font pas l'objet d'un rapport détaillé au Conseil.
- Le Rapport annuel sur la gestion des risques est compris dans la documentation distribuée aux administrateurs à la réunion de février. La diapo suivante présente le classement des principaux risques pour 2013-2014.

CLASSEMENT DES PRINCIPAUX RISQUES DE 2013-2014

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

Rang	Risques principaux	2013-2014			2012-2013
		Impact	Probabilité	Évaluation du risque	Évaluation du risque
1					
2					
3					
4					
5					
6					

ANNEXE G – INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS DES MÉDIAS

SERVICES ANGLAIS : APERÇU 2013-2014

Réseaux de radio		2011-2012 <i>Réel</i>	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>Réel</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Part d'auditoire de la radio (12 ans et +, sondage d'automne)	Radio One				À déterminer
	Radio Two				
	Combinée	14,5 %	14,3 %	15,4 %	
Sondage d'automne					

Nouvelles plateformes / site Web		2011-2012 <i>Réel</i>	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>Au 31 janvier</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Nouvelles plateformes (2 ans et +, nombre moyen de visites uniques mensuelles établi par Comscore) [^]	CBC.ca	6,2 M\$ [^]	6,5 M\$ [^]		À déterminer
<p>* Ces données sont des mesures utilisées à l'interne par les Services anglais. Elles ne sont pas indiquées dans le Plan d'entreprise de CBC/Radio-Canada ni dans ses rapports trimestriels ou annuels.</p> <p>[^] Recalculé en fonction de la nouvelle période de mesure de 12 mois : soit d'avril à mars. Avant ce changement, la période de mesure allait de septembre à mars seulement.</p>					

SERVICES ANGLAIS : APERÇU 2013-2014

Part d'auditoire de la télévision		2011-2012 <i>Réel</i>	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>En janvier</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Télévision généraliste (2 ans et +, heures de grande écoute pendant la saison régulière)	CBC Television	8,6 %	8,1 %		À déterminer
CBC News Network (2 ans et +; toute la journée) ^	CBC News Network	1,5 %^	1,4 %^		
<p>Résultats à ce jour jusqu'à la semaine 22, soit jusqu'au dimanche 27 janvier 2013.</p> <p>^ Recalculé en fonction de la nouvelle période de mesure de 12 mois : soit d'avril à mars. Avant ce changement, la période de mesure allait de septembre à mars seulement.</p>					

Abonnés des chaînes de télévision spécialisée		2011-2012 <i>Réel</i>	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>Au 31 janvier</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Abonnés des chaînes spécialisées	CBC News Network	11,3 millions	11,4 millions		À déterminer
	bold	2,6 millions	2,7 millions		
	<i>Documentary</i>	2,6 millions	2,6 millions		

SERVICES ANGLAIS : APERÇU 2013-2014

Services régionaux		2011-2012 <i>Réel</i>	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>En janvier</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Émissions du matin à la radio (du lundi au vendredi)	Moyenne hebdomadaire d'heures d'écoute, saison régulière**	6 047 000	6 047 000		À déterminer
Nouvelles de début et de fin de soirée à la TV (du lundi au vendredi)	Moyenne hebdomadaire d'heures d'écoute, saison régulière**	3 292 000	3 500 000		
Services en ligne régionaux	(2 ans et +, nombre moyen de visites uniques mensuelles établi par Comscore) [^]	941 000 [^]	975 000 [^]		
<p>* Radio de la semaine 1 à la semaine 22, soit jusqu'au vendredi 25 janvier 2013. Télévision de la semaine 4 à la semaine 22, soit jusqu'au vendredi 25 janvier 2013. Services en ligne d'avril à janvier.</p> <p>[^] Recalculé en fonction de la nouvelle période de mesure de 12 mois : soit d'avril à mars. Avant ce changement, la période de mesure allait de septembre à mars seulement.</p>					

SERVICES ANGLAIS : APERÇU 2013-2014

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

Aspects financiers : revenus		2011-2012 <i>Réel</i> ^	2012-2013 <i>Ciblé</i>	2012-2013 <i>Au 31 décembre</i>	2013-2014 <i>Prévu</i>
Revenus <i>(TV généraliste, services spécialisés et web)</i>	Publicité par catégorie	CBC TV y compris le service numérique			
		CBC News Network			
		Autre publicité (par exemple, trac , bold et documentary *)			
		Jeux olympiques			
		Radio 2			
	Publicité (toutes catégories)				
Autres revenus ** / ^^					
Total des revenus des Services anglais		399 M\$ ^	399 M\$		

^ Pour 2011-2012, la mesure *exclut* la Division des licences (anciennement la Division du merchandising) tant pour les rapports internes que ceux destinés à un public extérieur (par exemple, rapports trimestriels et rapport annuel). Cette manière de présenter l'information en 2011-2012 est reprise ci-dessus. À partir de 2012-2013, la Division des licences est *incluse* dans les cibles et les prévisions pour l'ensemble de l'exercice.

^^ Pour 2013-2014, cette mesure *comprend* les revenus de location des cars de reportage, qui étaient *exclus* les années précédentes.

SERVICES FRANÇAIS : APERÇU 2013-2014

		Résultats annuels 2011-2012	Cibles annuelles 2012-2013	Résultats à ce jour 2012- 2013	Aperçu 2013-2014
Réseaux de radio					
Première Chaîne et Espace musique	Part d'auditoire pour la journée complète ¹	17,8 %	16,0 %	18,5 %	à confirmer
Télévision					
Télévision de Radio-Canada	Part d'auditoire aux heures de grande écoute saison automne/hiver ⁴	18,7 %	18,2 %	20% ⁵	à confirmer
RDI, ARTV, Explora	Part d'auditoire pour la journée complète avril à mars ⁴	4,6 % ³	4,7 %	5,1 % ⁵	à confirmer
Service régional					
Première Chaîne	Part d'auditoire des émissions du matin (lundi-vendredi de 6 h à 9 h) ¹	17,0 %	16,0 %	17,7 %	à confirmer
<i>Téléjournal 18h</i>	Télespectateurs par minute en moyenne hebdomadaire (lundi-vendredi de 18 h à 18 h 30) saison automne/hiver ⁴	0,291 million	0,290 million	0,343 million ⁵	à confirmer
Pages web régionales	Visiteurs uniques par mois en moyenne avril à mars ²	0,476 million ³	0,497 million	0,637 million ⁹	à confirmer

SERVICES FRANÇAIS : APERÇU 2013-2014

		Résultats annuels 2011-2012	Cibles annuelles 2012-2013	Résultats à ce jour 2012- 2013	Aperçu 2013-2014
Sites web					
Radio-Canada.ca, Tou.tv, Bandeapart.fm, RCI.net, Espace.mu	visiteurs uniques par mois en moyenne avril à mars ²	2,1 millions ³	2,1 millions	2,2 millions ⁹	à confirmer
Chaînes de télévision spécialisées					
RDI	Abonnés	11,1 millions ⁶	11,2 millions ⁶	11,2 millions ⁶	à confirmer
ARTV	Abonnés	2,1 millions	2,1 millions	2,1 millions	à confirmer
Revenus⁷					
Services généralistes, spécialisés et en ligne		228,6 millions \$ ⁸	253,5 millions \$	187,3 millions \$	à confirmer

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

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

3. Pour 2011-2012, les cibles et résultats des chaînes spécialisées et des sites web de Radio-Canada ont été calculés de septembre à mars, alors que pour 2012-2013, ils ont été calculés en fonction de l'exercice financier (d'avril à mars).

4. Source : BBM Canada, audimètres portables (PPM), personnes âgées de 2 ans et plus.

5. Au 10 février 2013.

6. Pendant l'exercice en cours, nous avons trouvé une erreur dans le calcul du nombre d'abonnés au RDI affectant nos cibles annuelles, résultats à ce jour et résultats annuels. Nous avons rajusté les chiffres dans le tableau ci-dessus pour refléter la méthode de calcul révisée pour l'ensemble des chiffres et périodes concernés.

7. Les revenus de la chaîne ARTV sont intégrés à 100 pour cent même si CBC/Radio-Canada ne détient qu'une part de 85 pour cent dans la chaîne. Les revenus comprennent les crédits du FAPL, un fonds créé par le CRTC pour soutenir la programmation locale, et qui est accessible aux stations de télévision généralistes présentes dans les marchés non métropolitains.

8. Les chiffres de 2011-2012 ne comprennent pas les revenus d'ARTV ni les revenus tirés du merchandising et des droits de diffusion, qui sont toutefois inclus dans les cibles de 2012-2013.

9. Au 31 janvier 2013.

ANNEXE H – GRANDS ÉVÉNEMENTS

SERVICES ANGLAIS – GRANDS ÉVÉNEMENTS

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

Définition des grands événements

Représente les émissions « spéciales », c'est-à-dire celles qui s'écartent du contenu habituel.

Génère certaines retombées patrimoniales, une importance sur le plan culturel, des qualités fédératrices ou de partage à l'échelle nationale.

Est présenté sur toutes nos plateformes ou presque.

Comprend un élément important de mobilisation du public destiné à attirer un large auditoire.

Événements 2012-2013

Fête du Canada <i>(en direct de la colline du Parlement et fête du Canada dans la capitale)</i>	100 ^e anniversaire du Stampede de Calgary
Canadian Country Music Awards	<i>Bully Proof</i>
Prix Giller Scotiabank	<i>March to the Top</i>
Prix du cinéma canadien	
Journée du hockey au Canada	
<i>Canada Reads</i>	

Événements possibles en 2013--2014*

SERVICES FRANÇAIS – GRANDS ÉVÉNEMENTS

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

2012-2013

- 1 Gala des Oliviers
- 2 100^e du Stampede de Calgary – Concert country
- 3 Les Francofolies de Montréal
- 4 Lancement de Rimouski
- 5 Gala des Prix Gémeaux
- 6 Gala de l'ADISQ
- 7 Raconte-moi demain...Dans 10 ans...Dans 100 ans
- 8 Le Show du Refuge
- 9 Scientifique de l'année
- 10 Soirée Excellence La Presse / Radio-Canada

2013-2014

ANNEXE I – BUDGETS DÉTAILLÉS DES MÉDIAS

TÉLÉVISION ANGLAISE

(Y COMPRIS CBC NEWS NETWORK ET BOLD)

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

	2012-2013 Budget annuel (milliers de \$)	2012-2013 Prévisions (milliers de \$)	2013-2014 Budget proposé (milliers de \$)
PROVENANCE DES FONDS			
Portion des crédits parlementaires			
Report de l'exercice précédent			
Fonds d'amélioration de la programmation locale			
Revenus publicitaires - télévision			
Revenus - plateformes numériques			
Revenus - contrats-échange			
Olympiques			
Revenus - CBC News Network			
Revenus - Bold			
Revenus - Mobiles			
Revenus Divers			
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - PROGRAMMATION ET PRODUCTION			
AFFECTATION DES FONDS - AUTRES			
Administration générale:			
Administration			
Formation			
Finances, administration et stratégie			
Droits et gestion du contenu			
Services générant des revenus			
Expansion du service local			
Autres engagements pour la programmation			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - AUTRES			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - TÉLÉVISION ANGLAISE			
POSITION NETTE			

TÉLÉVISION ANGLAISE

(PROGRAMMATION ET PRODUCTION)

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

	2012-2013 Budget annuel (milliers de \$)	2012-2013 Prévisions (milliers de \$)	2013-2014 Budget proposé (milliers de \$)
AFFECTATION DES FONDS - PROGRAMMATION ET PRODUCTION			
Programmation et production réseau:			
Sports			
Olympiques			
Bureau de contenu, y compris les UPD, les programmations scénarisées et non-scénarisées			
Nouvelles et actualités			
CBC News Network			
Bold			
Communications			
Opérations numériques			
Services techniques - Télévision anglaise			
Gestion de contenu			
Mobiles			
Exploitation régionale - Télévision anglaise:			
Terre-Neuve			
Maritimes			
Ottawa			
Toronto			
Windsor			
Québec			
CBC nord			
Manitoba			
Saskatchewan			
Calgary			
Edmonton			
Colombie-Britannique			
Gestion des programmes			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - PROGRAMMATION ET PRODUCTION			

RADIO ANGLAISE

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

	2012-2013 Budget annuel (milliers de \$)	2012-2013 Prévisions (milliers de \$)	2013-2014 Budget proposé (milliers de \$)
PROVENANCE DES FONDS			
Portion des crédits parlementaires			
Revenus publicitaires - Radio 2			
Revenus divers			
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS			
AFFECTATION DES FONDS - RADIO ANGLAISE			
Programmation réseau - Radio anglaise:			
Arts et divertissements			
Programmation musicale			
Radio 3			
Sirius et Promotion			
Nouvelles et actualités			
Services réseau			
Services techniques - Radio anglaise			
Exploitation régionale - Radio anglaise:			
Terre-Neuve			
Maritimes			
Ottawa			
Ontario			
Toronto			
Québec			
CBC nord			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
Colombie-Britannique			
Administration générale, activités commerciales et distribution			
Autres engagements pour la programmation			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RADIO ANGLAISE			
POSITION NETTE			

FINANCEMENT – SERVICES ANGLAIS – CHANGEMENTS DEPUIS LE PLAN DE GESTION 2012-2013

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

2012-2013

2013-2014

2014-2015

POSITION NETTE SELON LE PLAN DE GESTION 2012-2013

Changements du financement:

Revenus publicitaires

- Lockout de la LNH - ponctuel
- Hypothèses de revenus révisées - selon la performance 2012-2013
 - Réduction des revenus internet résultant d'un niveau inférieur de visiteurs
 - Réduction de la base de revenus publicitaires résultants d'une baisse des auditoires
 - Impact des jeux olympiques sur les revenus ordinaires
 - Augmentation des revenus de CBCNN

Sous-total: revenus publicitaires

Revenus divers - augmentation des ventes de souscriptions

Revenus ponctuels

Revenus des jeux olympiques

Sous-total: revenus ponctuels

Autres

- Augmentation des crédits parlementaires
- Réduction du FAPL
- Financement salarial
- Changement dans le report de de l'exercice précédent

Sous-total: autres

Total des changement du financement:

DÉPENSES – SERVICES ANGLAIS – CHANGEMENTS DEPUIS LE PLAN DE GESTION 2012-2013

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

2012-2013

2013-2014

2014-2015

Changements des dépenses prévues:

Sports

Hockey

- Économies suite au lockout (droits et coûts de production)
- Augmentation des droits selon les contrats
- Augmentation de coûts de production

Dépenses des jeux olympiques

Sous-total: Sports

Réductions budgétaires pour compenser les diminutions de financement

- Réductions budgétaires pour compenser les diminutions de revenus
- Réductions des dépenses hors programmation
- Réductions des dépenses pour compenser l'élimination du FAPL

Sous-total: Réductions budgétaires

Autres pressions financières

Estimé SODRAC

Augmentation des coûts (obligations contractuelles, augmentation des coûts de maintenance, bande passan

Coûts ponctuels de projets planifiés pour 2012-2013 mais retardés à 2013-2014

Projets/engagements abandonnés

Réserve pour risque aux revenus - impact sur la position nette

Autres

Sous-total: Autres

Total - Changements aux dépenses

POSITION NETTE REVISÉE SELON LE PLAN DE GESTION 2013-2014

TÉLÉVISION FRANÇAISE (Y COMPRIS RDI ET EXPLORA)

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

	Budget Annuel 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Prévision 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Budget Proposé 2013-2014 <i>En millier \$</i>
PROVENANCE DES FONDS			
Portion des crédits parlementaires			
Report de l'exercice précédent			
Fonds d'amélioration de la programmation locale			
Revenus publicitaires - Télévision			
Revenus publicitaires - Contrats			
Revenus d'internet et autres plateformes			
Réseau de l'information			
Explora			
Revenus divers - Ententes de collaboration			
Revenus divers - (incluant merchandising)			
<hr/>			
TOTAL PROVENANCE DES FONDS			
<hr/>			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RÉSEAU			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RÉGIONS			
<hr/>			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - TÉLÉVISION FRANÇAISE			
<hr/>			
POSITION NETTE			

TÉLÉVISION FRANÇAISE (RÉSEAU)

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

	Budget Annuel 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Prévision 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Budget Proposé 2013-2014 <i>En millier \$</i>
AFFECTATION DES FONDS - RÉSEAU			
Programmation réseau- Télévision Française			
Sports			
Arts et divertissement			
Information			
Internet et services numériques			
Communications			
Direction chaînes spécialisées			
Explora			
CPO			
Gestion de contenu			
Radio-Canada, Productions			
Réseau de l'information			
Groupe revenus (y compris Marchandisage)			
Autres engagements de programmation			
Administration Générale:			
Planification Stratégique			
Bureau et cabinet VP			
Médiathèque et Archives			
Finance et administration			
Opérations internationales			
Formation			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RÉSEAU			

TÉLÉVISION FRANÇAISE (RÉGIONS)

	Budget Annuel 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Prévision 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Budget Proposé 2013-2014 <i>En millier \$</i>
AFFECTATION DES FONDS - RÉGIONS			
Atlantique			
Québec/ Régions du Québec			
Ottawa-Gatineau / Ontario			
Ouest			
Direction			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RÉGIONS			

RADIO FRANÇAISE

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

	Budget Annuel 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Prévision 2012-2013 <i>En millier \$</i>	Budget Proposé 2013-2014 <i>En millier \$</i>
PROVENANCE DES FONDS			
Portion des crédits parlementaires			
Report de l'exercice précédent			
Revenus publicitaires - Espace musique			
Revenus divers - RCI			
<hr/>			
TOTAL PROVENANCE DES FONDS			
<hr/>			
AFFECTATION DES FONDS			
Programmation			
Information			
Première chaîne			
Espace musique			
Radio-Canada, Productions			
Autres engagements de programmation			
Programmation régionale			
Atlantique			
Québec/ Régions du Québec			
Ottawa-Gatineau / Ontario			
Ouest			
Direction			
Radio Canada International			
<hr/>			
TOTAL AFFECTATION DES FONDS - RADIO FRANÇAISE			
<hr/>			
POSITION NETTE			

SERVICES FRANÇAIS – CHANGEMENTS DEPUIS LE PLAN DE GESTION 2012-2013

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

2012-2013 2013-2014 2014-2015

POSITION NETTE SELON LE PLAN DE GESTION 2012-2013

Ajustement du Plan de gestion 2012-13 (présenté au CA mai 2012)

POSITION NETTE RÉVISÉE SELON PLAN APPROUVÉ EN MAI 2012

Changements prévus - revenus:

Impact des revenus publicitaires -

Déficit annoncé en décembre 2012

Impact des olympiques

Ajustement FIFA

Ajustement de la valeur de la grille

Cible de croissance des revenus revue à la baisse

Impact revenus divers -

Revenus FAPL -

Causé par l'abolition du fonds FAPL

Écart sur le report de surplus qui était prévu au Plan de gestion 2012-2013

Changements prévus - dépenses:

Meilleure gestion de la structure de coûts combinée avec des avancements de mesures de réductions de coûts . Initiatives de réduction des coûts reliées à la diminution du FAPL. Report d'initiatives stratégiques

RCI

Autres Griefs / Litiges / Droits

Gain d'efficience pour contrer la baisse de la cible de revenus

POSITION NETTE RÉVISÉE SELON LE PLAN DE GESTION 2013-2014

ANNEXE J – RÉSERVES ENGAGÉES

RÉSERVES ENGAGÉES

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

2012-2013 Budget (en milliers de \$)	2012-2013 Prévisions (en milliers de \$)	2013-2014 Prévisions (en milliers de \$)	2014-2015 Prévisions (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)
--	--	--	--	--

**ANNEXE K – PLAN DE
CONTINGENCES – REJET DE LA
PUBLICITÉ À LA RADIO
(TEL QU’APPROUVÉ PAR LE CONSEIL À SA RÉUNION
DU 9 OCTOBRE 2012)**

PLAN DE CONTINGENCES – REJET DE LA PUBLICITÉ À RADIO 2 – SERVICES ANGLAIS

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

Recommandation					Millions de \$				
Total - Plans Radio 2									

PLAN DE CONTINGENCES – REJET DE LA PUBLICITÉ À ESPACE MUSIQUE – SERVICES FRANÇAIS

COMPOSANTE	INITIATIVE/PROPOSITION : Réductions appliquées à Espace musique	MILLIONS DE \$	ETP
Services français s.18(a) s.18(b) s.21(1)(b) s.68.1	<p><u>DESCRIPTION</u></p> <p><u>IMPACT</u></p>		

**ANNEXE L – BUDGET
D’IMMOBILISATIONS –
PRINCIPALES INITIATIVES PAR
CATÉGORIE D’INVESTISSEMENT**

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

INFRASTRUCTURE DE PRODUCTION

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL INFRASTRUCTURE DE PRODUCTION

(SUITE)

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL
INFRASTRUCTURE DE PRODUCTION

(SUITE)

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

SYSTÈMES D'ENTREPRISE ET INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

SYSTÈMES D'ENTREPRISE ET INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

MISE EN ONDES, COLLECTE, DISTRIBUTION ET DIFFUSION

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

MISE EN ONDES, COLLECTE, DISTRIBUTION ET DIFFUSION

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL

GESTION IMMOBILIÈRE

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

POINTS SAILLANTS DU PLAN QUINQUENNAL - PARC AUTOMOBILE ET ACHATS DE BIENS D'ÉQUIPEMENT SECONDAIRES

s.18(a)

s.18(b)

s.21(1)(b)

**ANNEXE M : BUDGET
D'IMMOBILISATIONS
2013- 2014 PAR PROGRAMMES
D'INVESTISSEMENT**

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT POUR 2013-2014

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

TOTAL DU PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2013-2014

Composante	Programme	Total
Infrastructure de production		52 039 000
TA/TF		
ΓW		
TA/TF/NMA		
IA/IF		
NMA/NMF		
TF		
IA		
RA/RF		
NMA/NMF		
NMA/NMF		
TA/TF		
IA/IF		
EW		
TA		
NMA/NMF		
EW		
EW		
TF		
TF		
IA/IF		
EW		
EW		
TF		
RA		
Système d'entreprise		
EW		
STM		
STM		
II		
COMPOSANTE INST.		
TI		
II		
TI		

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT POUR 2013-2014 (SUITE)

TOTAL DU PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2013-2014

Composante	Programme	Total
------------	-----------	-------

**ANNEXE N : BUDGET
D'IMMOBILISATIONS —
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES
DES PRINCIPALES
COMPOSANTES**

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Services anglais

Télévision anglaise

Priorités

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Télévision anglaise (suite)

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Radio anglaise

Priorités

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Services français

Télévision française

Priorités

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Radio française

Priorités

Nouveaux Médias:

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014 PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

STM/Télécommunications

Priorités

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

STM/Transmission

Priorités

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Technologies de l'information

Priorités

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Gestion du parc automobile

Priorités

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Services immobiliers

Priorités :

Défis

Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

À l'échelle de l'entreprise

Priorités

Défis/Risques

**ANNEXE O : BUDGET
D'IMMOBILISATIONS POUR LES
PROJETS SUPÉRIEURS À 5 M\$**

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2013-2014

BUDGET D'IMMOBILISATIONS RECOMMANDÉ / PROJETS SUPÉRIEURS À 5 M\$

s.18(a)

s.18(b)

s.21(1)(b)

PROJETS APPROUVÉS (en milliers de \$)

Projets	Date d'approbation C.A. (1)	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Total quinquennal	Total general	Budget original
---------	-----------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------------------	---------------	-----------------

PROJETS PRÉVUS (en milliers de \$)