

REVIEW ON OFFICIAL LANGUAGES 2016-2017
BILAN SUR LES LANGUES OFFICIELLES 2016-2017

Minister responsible / Ministre responsable :

The Honourable Mélanie Joly / L'honorable Mélanie Joly

Deputy Head / Administrateur général :

Hubert T. Lacroix
President and CEO / Président-Directeur général

Official Languages Champion / Championne des langues officielles :

Monique Marcotte
Vice-President, People and Culture / Vice-Présidente, Personnes et Culture

Name of the person responsible for official languages (Parts IV, V, VI and section 41 of Part VII of the *Official Languages Act*) and annual review prepared by / Nom de la personne responsable des langues officielles (parties IV, V, VI et article 41 de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*) et bilan annuel préparé par :

Jovane Drouin
Manager, Diversity and Inclusion | Talent Acquisition / Chef, Diversité et Inclusion | Acquisition des talents
Telephone number / Numéro de téléphone : 613 288-6047
Email / Courriel : jovane.drouin@cbc.ca / jovane.drouin@radio-canada.ca

Name(s) of the regional contact person(s) for section 41 of the *Official Languages Act* (OLA) / Nom(s) de la (des) personne(s)-ressource(s) en région pour l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* (LLO) :

CBC (English Services) / CBC (Services anglais)

Quebec Region / Région du Québec

Debbie Hynes
Communications Manager / Chef des Communications
Telephone number / Numéro de téléphone : 514 597-4522
Email / Courriel : debbie.hynes@cbc.ca

Radio-Canada (French Services) / Radio-Canada (Services français)

National coordination / Coordination nationale

Pierre Guérin
Director, Western Canada / Directeur, Ouest du Canada
Telephone number / Numéro de téléphone : 204 788-3237
Email / Courriel : pierre.guerin@radio-canada.ca

Acadie Region / Région de l'Acadie

Geneviève Arseneau
Communications Manager / Chef des Communications
Telephone number / Numéro de téléphone : 506 853-6722
Email / Courriel : genevieve.arseneau@radio-canada.ca

Ottawa-Gatineau Region / Région d'Ottawa-Gatineau

Martine Descarreaux
ACTING Communications Manager / Chef des Communications PAR INTERIM
Telephone number / Numéro de téléphone : 514 597-4204
Email / Courriel : martine.descarreaux@radio-canada.ca

Ontario Region / Région de l'Ontario

Martine Descarreaux
ACTING Communications Manager / Chef des Communications PAR INTERIM
Telephone number / Numéro de téléphone : 514 597-4204
Email / Courriel : martine.descarreaux@radio-canada.ca

Manitoba and Saskatchewan Region / Région du Manitoba et de la Saskatchewan

Sylvie Laurencelle-Vermette
Communications Manager / Chef des Communications
Telephone number / Numéro de téléphone : 204 788-3699
Email / Courriel : sylvie.laurencelle-vermette@radio-canada.ca

Alberta, British Columbia and Yukon Region / Région de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et du Yukon

Yolaine Dupont
Communications Manager / Chef des Communications
Telephone number / Numéro de téléphone : 780 468-7858
Email / Courriel : yolaine.dupont@radio-canada.ca

Scale of measurement elements / Échelle pour les éléments de mesure

Nearly always	In 90% or more of cases	Presque toujours	Dans 90 % des cas ou plus
Very often	Between 70% and 89% of cases	Très souvent	Entre 70 % et 89 % des cas
Often	Between 50% and 69% of cases	Souvent	Entre 50 % et 69 % des cas
Sometimes	Between 25% and 49% of cases	Quelquefois	Entre 25 % et 49 % des cas
Almost never	In less than 25% of cases	Presque jamais	Dans moins de 25 % des cas
N/A	Does not apply to your institution	S/O	Ne s'applique pas dans le contexte de votre institution
Yes	Completely agree with the statement	Oui	Totalement d'accord avec l'énoncé
No	Completely disagree with the statement	Non	Totalement en désaccord avec l'énoncé
N/A	Does not apply to your institution	S/O	Ne s'applique pas dans le contexte de votre institution
Regularly	With some regularity	Régulièrement	Avec une certaine assiduité
Sometimes	From time to time, but not regularly	De temps à autre	Ici et là dans le temps sans régularité
Almost never	Rarely	Presque jamais	En de rares occasions
N/A	Does not apply to your institution	S/O	Ne s'applique pas dans le contexte de votre institution

Governance of the Official Languages / Gouvernance des langues officielles

<p>1. The institution has a distinct official languages action plan or has integrated precise and complete objectives into another planning instrument in order to ensure that its obligations with regard to Part VII (section 41) of the OLA are met.</p>	<p>L'institution a un plan d'action distinct sur les langues officielles ou a intégré des objectifs précis et complets dans un autre instrument de planification de façon à veiller au respect de ses obligations en vertu de la partie VII (article 41) de la LLO.</p>
<p>Answer / Réponse : No / Non</p>	
<p>Clarifications: CBC/Radio-Canada usually has a three-year action plan devoted solely to its Official Languages Program, which covers all parts of the OLA. On March 31, 2017, the Corporation was in the process of updating its Official Languages Policy, and decided to postpone the launch of the new three-year strategy so that it would be fully consistent with the Corporation's new policy. The Corporation continues to implement the Program by using its 2013–2016 three-year strategy, which serves as a dashboard in the interim. The new policy and three-year strategy are expected to be launched in 2017–2018.</p>	<p>Précisions : CBC/Radio-Canada dispose normalement d'un plan d'action triennal exclusivement consacré à son Programme des langues officielles, lequel couvre toutes les parties de la LLO. Au 31 mars 2017, la Société en était à mettre à jour sa politique sur les langues officielles. Il a été décidé de repousser le lancement de la nouvelle stratégie triennale pour que cette dernière soit en plein appui à la nouvelle politique de la Société. La Société continue de s'assurer que son Programme est mis en œuvre via sa stratégie triennale 2013-2016, laquelle est utilisée à titre de tableau de bord de manière intérimaire. Il est prévu que les nouvelles politique et stratégie triennale soient lancées en 2017-2018.</p>
<p>2. Taking into consideration the institution's size and mandate, performance agreements include performance objectives related to Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA, as appropriate.</p>	<p>En tenant compte de la taille et du mandat de l'institution, les ententes de rendement comprennent des objectifs de rendement à l'égard de la mise en œuvre des parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO, le cas échéant .</p>
<p>Answer / Réponse : Yes (Include copy of wording or template) / Oui (Joignez une copie du libellé ou gabarit en annexe)</p>	
<p>Clarifications: Please see Appendix A for the 2016-2017 official languages performance objectives of the Manager, Diversity and Inclusion Talent Acquisition.</p>	<p>Précisions : Voir l'annexe A pour les objectifs de rendement en matière de langues officielles 2016-2017 du chef, Diversité et Inclusion Acquisition des talents .</p>
<p>3. Obligations arising from Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA, are on the Senior Management Committee's agenda.</p>	<p>Les obligations découlant des parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO figurent à l'ordre du jour du Comité de la haute direction de l'institution.</p>
<p>Answer / Réponse : Regularly / Régulièrement</p>	
<p>4. The champion (and/or co-champion), and the person or persons responsible for Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA meet to discuss the official languages file.</p>	<p>Le champion (et/ou le cochampion), et la ou les personnes responsables des parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO se réunissent pour discuter du dossier des langues officielles.</p>
<p>Answer / Réponse : Regularly / Régulièrement</p>	

<p>5. An official languages committee, network or working group made up of representatives from different sectors or regions of your institution holds meetings to deal horizontally with questions related to Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA.</p>	<p>Un comité, un réseau ou un groupe de travail sur les langues officielles composé de représentants des différents secteurs ou régions de votre institution se réunit pour traiter de façon horizontale des questions touchant les parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO.</p>
<p style="text-align: center;">Answer / Réponse : Almost never / Rarement</p>	
<p>Clarifications: Meetings and working groups are used for specific initiatives such as developing a new policy on official languages. Other mechanisms are also used to deal with official languages matter, like our quarterly official languages report sent to our senior executive team.</p>	<p>Précisions : Des rencontres et des groupes de travail sont utilisés pour des initiatives spécifiques, telles que le développement d'une nouvelle politique des langues officielles. D'autres mécanismes sont également utilisés, par exemple le rapport trimestriel des langues officielles envoyé à notre équipe de la haute direction.</p>

Monitoring of Official Languages / Surveillance des langues officielles

6. Measures are regularly taken to ensure that employees are well aware of the federal government's obligations related to Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA.	Des mesures sont prises régulièrement pour s'assurer que les employés sont bien au fait des obligations reliées aux parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO.
Answer / Réponse : Yes / Oui	
7. Activities are conducted throughout the year to measure the availability and quality of the services offered in both official languages (Part IV).	Des activités sont menées au cours de l'exercice pour mesurer la disponibilité et la qualité des services offerts dans les deux langues officielles (partie IV).
Answer / Réponse : Yes (Explain and include evidence) / Oui (Expliquez et joindre élément de preuve) Please see Appendix B / Voir l'annexe B.	
8. Activities are carried out to periodically measure whether employees (in regions designated as bilingual for language-of-work purposes) can use their official language of choice in the workplace (Part V).	Des activités sont tenues pour mesurer périodiquement si le personnel peut utiliser la langue officielle de son choix au travail (dans les régions désignées bilingues aux fins de la langue de travail) (partie V).
Answer / Réponse : Yes / Oui	
9. Mechanisms are in place to ensure that the institution remains systematically informed of official-language minority communities' priorities (Part VII).	Des moyens sont pris pour s'assurer que l'institution se tient systématiquement au fait des priorités des communautés de langue officielle en situation minoritaire (partie VII).
Answer / Réponse : Yes / Oui	
10. Deputy heads are informed of the results of monitoring activities.	L'administrateur général est informé des résultats des activités de surveillance.
Answer / Réponse : Yes / Oui	
11. Mechanisms are in place to determine and document the impact of the institution's decisions on the implementation of Parts IV, V, VI and VII (section 41) of the OLA (such as adopting or revising a policy, creating or abolishing a program, or establishing or closing a service location).	Des mécanismes sont en place pour déterminer et documenter l'impact des décisions prises par l'institution sur la mise en œuvre des parties IV, V, VI et VII (article 41) de la LLO (p. ex. des décisions ayant trait à l'adoption ou à la révision d'une politique, à la création ou à l'abolition d'un programme, ou à la mise en place ou à l'élimination d'un point de service).
Answer / Réponse : Yes / Oui	

<p>12. Audit or evaluation activities are undertaken, either by the internal audit unit or by other units, to evaluate to what extent official languages requirements are being implemented.</p>	<p>Des activités d’audit ou d’évaluation sont menées, soit par l’entremise de l’unité de vérification interne, soit par d’autres unités, afin d’évaluer le degré d’application des exigences en matière de langues officielles.</p>
---	--

Answer / Réponse :

Yes / Oui

<p>13. When the institution’s monitoring activities or mechanisms reveal shortcomings or deficiencies steps are taken and documented to quickly improve or rectify the situation.</p>	<p>Lorsque les activités ou les mécanismes de suivi révèlent des manquements ou des lacunes, des mesures sont mises de l’avant et documentées pour améliorer ou rectifier la situation dans les meilleurs délais.</p>
--	--

Answer / Réponse :

Yes / Oui

**Communications with and Services to the Public
in Both Official Languages /
Communications avec le public et prestation des services
dans les deux langues officielles**

***In offices designated bilingual for the purposes of communications with and services to the public /
Dans les bureaux désignés bilingues aux fins des communications avec le public
et de la prestation des services***

14. Oral communications occur in the official language chosen by the public when the office is designated bilingual.	Les communications orales se font dans la langue officielle choisie par le public lorsque le bureau est désigné bilingue.
Answer / Réponse : Very often / Très souvent	
15. Written communications occur in the official language chosen by the public when the office is designated bilingual.	Les communications écrites se font dans la langue officielle choisie par le public lorsque le bureau est désigné bilingue.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
16. All communications material is produced in both official languages and is simultaneously issued in full in both official languages when the material comes from a designated bilingual office.	Tout le matériel de communication est produit dans les deux langues officielles et est diffusé simultanément et intégralement dans les deux langues officielles lorsque le matériel vient d'un bureau désigné bilingue.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
17. Signs identifying the institution's offices or facilities are in both official languages at all locations.	Les panneaux et enseignes identifiant les bureaux de l'institution sont dans les deux langues officielles dans tous ses bureaux.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
18. Appropriate measures are taken to greet the public in person in both official languages.	Des mesures appropriées sont prises pour accueillir en personne le public dans les deux langues officielles.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
19. Contracts and agreements with third parties contain clauses setting out the office's or facility's linguistic obligations which the third party must meet.	Les marchés et les accords conclus avec des tiers comprennent des clauses qui énoncent les obligations linguistiques des bureaux auxquelles les tiers doivent se conformer.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	

20. Have the linguistic obligations in these clauses been met?	Est-ce que les obligations linguistiques dans ces clauses étaient respectées?
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
21. Your institution selects and uses advertising media that reach the targeted public in the most efficient way possible in the official language of their choice.	Votre institution choisit et utilise des véhicules publicitaires qui lui permettent de joindre de la manière la plus efficace le public visé dans la langue officielle de son choix.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	

Language of Work / Langue de travail

*In regions designated bilingual for language-of-work purposes /
Dans les régions désignées bilingues aux fins de la langue de travail*

22. Incumbents of bilingual or either / or positions are supervised in their official language of preference, regardless of whether the supervisors are located in bilingual or unilingual regions.	Les titulaires de postes bilingues ou réversibles sont supervisés dans la langue officielle de leur choix, que les superviseurs soient situés dans des régions bilingues ou unilingues.
Answer / Réponse : Very often / Très souvent	
23. Personal and central services are provided to employees in bilingual regions in the official language of the employee's choice.	Les services personnels et centraux sont fournis aux employés situés dans les régions bilingues dans la langue officielle de leur choix.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
24. The institution offers employees training in the official language of their choice.	L'institution offre de la formation aux employés dans la langue officielle de leur choix.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
25. Meetings are conducted in both official languages and employees may use the official language of their choice.	Les réunions sont menées dans les deux langues officielles et les employés peuvent y utiliser la langue officielle de leur choix.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
26. Documentation and regularly and widely used work instruments and electronic systems are available in the official language of the employees' choice.	La documentation, les instruments de travail et les systèmes informatiques d'usage courant et généralisé sont disponibles aux employés dans la langue officielle de leur choix.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
27. It is possible for employees to write documents in their official language of choice.	Le personnel a la possibilité de rédiger des documents dans la langue officielle de son choix.
Answer / Réponse : Very often / Très souvent	

In unilingual regions / Dans les régions unilingues

28. Regularly and widely used work instruments are available in both official languages for employees who are responsible for providing bilingual services to the public or to employees in bilingual regions.

Les instruments de travail d'usage courant et généralisé sont disponibles dans les deux langues officielles pour le personnel tenu d'offrir des services bilingues au public ou aux employés d'une région désignée bilingue.

Answer / Réponse :

Nearly always / Presque toujours

Human Resources Management /Gestion des ressources humaines

29. Overall, the institution has the necessary resources to fulfill its linguistic obligations related to services to the public and language of work.	L'institution dispose globalement des ressources nécessaires pour pouvoir s'acquitter de ses obligations linguistiques en matière de service au public et de langue de travail.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
30. The language requirements of bilingual positions are established objectively. The linguistic profiles reflect the duties of employees or their work units as well as the obligations with respect to service to the public and language of work.	Les exigences linguistiques des postes bilingues sont établies objectivement. Les profils linguistiques correspondent au travail des employés ou de leurs unités de travail et tiennent compte des obligations linguistiques relatives au service au public et à la langue de travail.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
31. Bilingual positions are staffed by candidates who are bilingual upon appointment.	Les postes bilingues sont dotés par des candidats qui sont bilingues au moment de leur nomination.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
32. Administrative measures are taken to ensure that the public and employees are offered services in the official language of their choice when required by Treasury Board policies.	Des mesures administratives sont prises pour s'assurer que les services au public et aux employés sont offerts dans la langue officielle de leur choix lorsque les politiques du Conseil de Trésor l'exigent.
Answer / Réponse : Nearly always / Presque toujours	
33. Language training is provided for career advancement.	La formation linguistique est accordée pour la progression de carrière.
Answer / Réponse : Very often / Très souvent	
34. The institution provides working conditions conducive to the use and development of second-language skills of employees returning from language training and, to that end, gives employees all reasonable assistance to do so, particularly by ensuring that they have access to the tools necessary for learning retention.	L'institution assure des conditions de travail propices à l'utilisation et au perfectionnement des compétences en langue seconde des employés de retour de formation linguistique et leur fournit à cette fin toute aide raisonnable, notamment en s'assurant qu'ils ont accès aux outils nécessaires au maintien de l'acquis.
Answer / Réponse : Very often / Très souvent	

Other questions related to Parts IV, V, and VI of the OLA / Autres questions reliées aux parties IV, V et VI de la LLO

<p>Q35.The following question was included in the Monitoring Section: “Activities are carried out throughout the year to measure the availability and quality of the services offered in both official languages (Part IV).”</p> <p>If you answered “no” to this question, you may indicate “not applicable” below.</p> <p>If you answered “yes” to this question, then please answer the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • What types of activities are carried out? • Does your institution currently have service standards that relate to communications and services in both official languages? • If your institution has service standards that relate to communications and services in both official languages, please provide us with a copy of the wording. • If your institution has service standards that relate to communications and services in both official languages, what are the results? How do you currently report these results? 	<p>Q35. La question suivante a été incluse dans la section du bilan portant sur la surveillance : « Des activités sont réalisées au cours de l’exercice pour mesurer la disponibilité et la qualité des services offerts dans les deux langues officielles (partie IV) ».</p> <p>Si vous avez répondu « non » à cette question, vous pourriez indiquer « sans objet » ci-dessous.</p> <p>Si vous avez répondu « oui » à cette question, répondez aux questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels types d’activités ont été réalisés? • Est-ce que votre institution a présentement des normes de services liées aux communications et services dans les deux langues officielles? • Si votre institution a des normes de services liées aux communications et services dans les deux langues officielles, joignez une copie du libellé. • Si votre institution a des normes de services liées aux communications et services dans les deux langues officielles, quels sont les résultats? Comment est-ce que vous rendez compte de ces résultats?
<p><i>English:</i></p> <p>The Corporation normally provides service to the public, within the meaning of the OLA, in its facilities, on its corporate website and in audience relations. In order to provide a high level of client service that respects the spirit and the letter of the OLA, both the Corporation and third parties use a monitoring process. To monitor service delivery at its locations, CBC/Radio-Canada regularly conducts “mystery client” type telephone audits. Third parties operating at locations also have a responsibility under a contractual agreement to audit the offer of service to the public on a regular basis. Audits are also conducted to ensure the compliance of the corporate website and audience relations. In all cases of monitoring, action plans are implemented should issues arise following review. See Appendix B for a sample quarterly in-person audit report.</p> <p>Employees of third parties must also watch a short video on service delivery, which is available on our internal training</p>	<p><i>Français :</i></p> <p>Le service au public tel qu’entendu sous la LLO est normalement offert par la Société dans ses établissements, sur son site web institutionnel et via les relations avec l’auditoire. Pour assurer un haut niveau de service à la clientèle qui respecte l’esprit et la lettre de la LLO, la Société dispose d’un processus de surveillance assuré autant par elle-même que par des tiers. Quant à la surveillance de la prestation de services dans ses établissements, CBC/Radio-Canada procède régulièrement à des vérifications téléphoniques de type « client-mystère ». Les tiers opérant dans les établissements sont également responsables à même une entente contractuelle d’assurer la vérification sur une base régulière de l’offre de service au public. Des vérifications sont également effectuées pour assurer la conformité du site web institutionnel et des relations à l’auditoire. Dans tous les cas de surveillance, des plans d’action sont mis en place advenant que des enjeux ressortent après examen. Voir annexe B pour un exemple de rapport de vérification trimestrielle en personne.</p>

<p>portal. They must agree in writing to comply with the requirements set out in Part IV of the OLA, as explained in the video.</p>	<p>Les employés des tiers doivent également visionner une courte vidéo sur la prestation de service, laquelle est disponible sur notre portail de formation interne. Ils doivent s’engager par écrit à respecter les exigences de la partie IV de la LLO telles qu’expliquées dans la vidéo.</p>
<p>Q36. How does your institution ensure that it has the capacity (as defined in the Directive on Official Languages for Communications and Services) to fulfill its linguistic obligations related to a) communications with and services to the public (Part IV) and b) language of work (Part V)?</p>	<p>Q36. Comment votre institution s’assure qu’elle dispose de la capacité (telle que définie dans la Directive sur les langues officielles pour les communications et les services) pour satisfaire à ses obligations linguistiques en matière de a) communications et services au public (partie IV) et b) langue de travail (partie V)?</p>
<p><i>English:</i></p> <p>In addition to the monitoring task mentioned in the previous question, the Corporation regularly conducts a language-of-work survey with employees in official language minority communities working in regions designated bilingual for language-of-work purposes. The survey contains the following questions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The material and tools provided for my work, including software and other automated tools, are available in the official language of my choice. 2. When I prepare written materials, including email, I feel free to use the official language of my choice. 3. When I communicate with my immediate supervisor, I feel free to use the official language of my choice. 4. During meetings in my work unit, I feel free to use the official language of my choice. 5. The training offered by my organization is available in the official language of my choice. 6. When I communicate with the corporate components of CBC/Radio-Canada (e.g., Shared Services, IT, Finance, People and Culture, etc.), I feel free to use the official language of my choice. 7. Is there anything else you would like to add? <p>Respondents can add comments for each question.</p> <p>The Corporation’s policy, which covers Parts IV and V of the OLA, is released to the public and posted online at http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/acts-and-policies/management/human-resources/2-2-14/.</p>	<p><i>Français :</i></p> <p>En plus du travail de surveillance énoncé à la question précédente, la Société conduit sur une base régulière un sondage en matière de langue de travail auprès des employés de langue officielle en situation minoritaire dans les endroits désignés bilingues aux fins de la langue de travail. Le sondage contient les questions suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le matériel et les outils mis à ma disposition dans le cadre de mon travail, y compris les logiciels et les autres outils informatisés, sont disponibles dans la langue officielle de mon choix. 2. Lorsque je rédige des documents, y compris des courriels, je me sens libre d’utiliser la langue officielle de mon choix. 3. Lorsque je communique avec mon supérieur immédiat, je me sens libre d’utiliser la langue officielle de mon choix. 4. Durant les réunions de mon unité de travail, je me sens libre d’utiliser la langue officielle de mon choix. 5. Mon organisation offre de la formation dans la langue officielle de mon choix. 6. Lorsque je communique avec les composantes institutionnelles de CBC/Radio-Canada (p. ex., les Services partagés, les TI, les Finances, Personnes et Culture, etc.), je me sens libre d’utiliser la langue officielle de mon choix. 7. Avez-vous quelque chose à ajouter? <p>Pour chaque question du sondage, des commentaires peuvent être ajoutés par le sondé.</p>

	<p>La politique de la Société, laquelle couvre notamment les parties IV et V de la LLO est rendue publique et disponible à l'adresse suivante : http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/lois-et-politiques/gestion/ressources-humaines/2-2-14/</p>
--	---

<p>Q37. Describe your institution's most important accomplishment and biggest challenge in the area of official languages this year.</p>	<p>Q37. Décrivez la plus grande réussite et le plus grand défi en matière de langues officielles de votre institution cette année.</p>
<p><i>English:</i> In 2016–2017, there were discussions about the Corporation's Official Languages Program. Because the new Official Languages Policy and associated framework were being developed throughout the year, numerous conversations took place about the right philosophy to adopt and these ultimately will serve as the basis for the new framework of the Corporation's Official Languages Program. This is the Corporation's greatest achievement, because the many strategic discussions laid the groundwork for solutions better suited to the Corporation's needs. However, updating the corporate policy also proved to be the Corporation's biggest challenge, given that it was not approved by March 31, 2017, as initially anticipated.</p>	<p><i>Français :</i> L'année 2016-2017 en a été une de conversations au sujet du Programme des langues officielles de la Société. Étant donné que la nouvelle politique sur les langues officielles et cadre afférent ont été en chantier tout au cours de l'année, de nombreuses activités ont visé à discuter de la philosophie à adopter en la matière. Cela jettera ultimement les bases du nouveau cadre pour le Programme des langues officielles de la Société. Il s'agit de la plus grande réussite de la Société, car de nombreuses discussions stratégiques ont pu cheminer, ce qui aboutira à des solutions mieux adaptées au besoin de la Société. Cependant, le renouvellement de la politique de la Société s'est aussi avéré le plus grand défi de la Société, du fait qu'elle n'a pas été approuvée avant le 31 mars 2017, tel que cela était anticipé au départ.</p>

Development of official-language minority communities and promotion of English and French in Canadian society (*Part VII of the OLA*) / Développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne (*Partie VII de la LLO*)

Preamble

The vast majority of the initiatives taken by CBC/Radio-Canada to support the development of official language minority communities (OLMCs), as well as promote English and French, are through its programming. Given that programming is subject to the *Broadcasting Act* and Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) conditions of licence, which contain multiple official-languages obligations and obligations toward OLMCs, for this annual review on the implementation of Part VII of the OLA, the Corporation will present the various reports that it submits to the CRTC in this area, while also highlighting some of its key programming activities.

Each year, CBC/Radio-Canada files numerous reports with the Commission, including an OLMC consultation report, an OLMC survey report, and various detailed lists of programs intended for and reflecting OLMCs. These documents are available on CBC/Radio-Canada's corporate website at <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/>.

Préambule

La grande majorité des initiatives prises par CBC/Radio-Canada pour appuyer le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et la promotion du français et de l'anglais se font en matière de programmation. Considérant que la programmation relève de la *Loi sur la radiodiffusion* et des conditions de licence du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui contiennent plusieurs obligations concernant les langues officielles et les CLOSM, elle présentera pour ce bilan annuel sur la partie VII de la LLO les différents rapports qu'elle soumet au CRTC en cette matière, de même que certaines activités clés de programmation qu'elle désire mettre de l'avant.

CBC/Radio-Canada dépose chaque année au CRTC de nombreux rapports détaillés, incluant un rapport de consultation des CLOSM, un rapport de sondage des CLOSM et diverses listes détaillées de programmation destinée aux CLOSM et/ou reflétant les CLOSM. Ces documents sont disponibles sur le site institutionnel de CBC/Radio-Canada : <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/presentations/>

Ongoing Dialogue / Des dialogues continus

38. How does your institution ensure that it is aware of the priorities and needs of French-speaking communities outside Quebec and English-speaking communities in Quebec and that it takes them into account?

Please specify:

- a) The mechanisms used.**
- b) The organizations/communities whom you were in contact with.**
- c) How these priorities were taken into account?**

38. Comment votre institution s'assure-t-elle de connaître les priorités et les besoins des communautés francophones de l'extérieur du Québec et des communautés d'expression anglaise au Québec et d'en tenir compte?

Veillez préciser :

- a) les moyens utilisés.**
- b) les organismes/communautés avec lesquels vous avez été en contact.**
- c) la manière dont vous avez tenu compte de ces priorités.**

English:

a) The mechanisms used.

A number of methods are used. There is, of course, a natural flow of communications and continuous feedback from employees who work in CBC/Radio-Canada's many radio and television stations in markets where there are OLMCs, and who endeavour to provide content in their language for radio, television, and digital/mobile platforms at the local, regional, national and international levels.

In addition, CBC/Radio-Canada uses more formal communications methods, such as:

- an annual survey and official consultations required by the CRTC; and
- regular discussions with associations representing OLMCs.

Additional information is provided below.

Surveys and official consultations required by the CRTC

As of September 1, 2013, CBC/Radio-Canada has been required under condition of licence to "hold a formal consultation at least once every two years with official language minority communities (OLMCs) located in each of the regions of Atlantic Canada, Ontario, Western Canada, the North and Quebec to discuss issues that affect their development and vitality. For the French-language services, the relevant regions are Atlantic Canada, Ontario, Western Canada and the North. For the English-language services, the relevant region is Quebec. Consultations shall include independent producers from OLMCs. The licensee shall report annually on consultations that took place that year and demonstrate how feedback from the consultations was taken into consideration in the Corporation's decision making process."

CBC/Radio-Canada is also required under condition of licence to submit every year to the CRTC the results of an OLMC audience perception survey.

The annual reports on the official consultations with OLMCs, as well as the results of annual surveys submitted to the CRTC can be found on the CBC/Radio-Canada corporate website at <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/crtc-submissions/>.

Discussions with associations representing OLMCs

French Services (Radio-Canada)

Wishing to keep the dialogue going and strengthen its ties with the various organizations and associations representing Canada's French-speaking communities, the Corporation had set up OLMC consultation mechanisms before the condition of licence came into effect. In addition to the many meetings held by regional management with community representatives, there are currently also:

- formal official bilateral meetings with the Fédération culturelle canadienne-française (FCCF);
- quarterly meetings with the FCCF and the Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA);
- meetings with the Alliance des radios communautaires du Canada (ARC); and
- regular communications with OLMC independent producers via the Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC).

Lastly, it should also be pointed out that the regional directors in the three regions maintain ongoing relationships with the provincial associations – AFO, ACFA, and others.

English Services (CBC)

- biennial CRTC minority-language public roundtable and consultation held on May 2, 2017.
- regular communications with independent OLMC producers through the Quebec English-language Production Council (QEPC).
- annual participation in the meeting of representatives of the English-language Arts Network (ELAN), the Quebec Anglophone Heritage Network (QAHN) and the Canadian Heritage Working Group on the Arts.
- ongoing communication and participation with the Quebec Community Groups Network (QCGN).
- quarterly community roundtables with various diverse communities and stakeholders through our Real Talk on Race project.

b) The organizations/communities whom you were in contact with.

See answer to Question a) above.

c) How these priorities were taken into account?

CBC/Radio-Canada takes these priorities into account in its programming decisions and in its decisions concerning the delivery/transmission of its programming services in the regions with OLMCs.

As mentioned previously, CBC/Radio-Canada must report annually to the CRTC on consultations that took place that year and demonstrate how feedback from the consultations was incorporated into the Corporation's decision-making process. The most recent report filed with the CRTC can be found on the corporate website: see the link provided in section a).

**

Français :

a) les moyens utilisés.

Cela est fait par de nombreux moyens. Il y a évidemment des communications et rétroactions constantes découlant naturellement de la présence des employés des nombreuses stations de radio et de télévision de CBC/Radio-Canada dans les marchés où se trouvent des CLOSM, et qui travaillent à offrir dans leur langue du contenu de radio, télévision et internet/mobile local, régional, national et international.

De plus, CBC/Radio-Canada utilise des moyens de communications plus formels, notamment :

- un sondage annuel et des consultations officielles requis par le CRTC ; ainsi que
- des discussions régulières avec des associations représentant les CLOSM.

Plus de détails se trouvent ci-dessous.

Sondages et consultations officielles requis par le CRTC

Depuis le 1^{er} septembre 2013, la Société Radio-Canada est tenue, par 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. Pour les services de langue française, les régions pertinentes sont l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest canadien et le Nord. Pour les services de langue anglaise, la région pertinente est le Québec. Les consultations doivent inclure les producteurs indépendants des CLOSM. La titulaire doit faire rapport annuellement sur les consultations tenues au cours de l'année et démontrer comment le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ces consultations ».

CBC/Radio-Canada est aussi tenue par condition de licence de déposer à chaque année au CRTC des résultats de sondages sur la perception de l'auditoire des CLOSM.

Les rapports annuels de consultations officielles des CLOSM, ainsi que les résultats de sondages annuels déposés au CRTC se trouvent sur le site institutionnel de CBC/Radio-Canada à : <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/presentations/crtc-presentations/>.

Discussion avec des associations des CLOSM

Services français (Radio-Canada) :

Soucieuse d'entretenir le dialogue et de consolider ses liens avec les divers organismes et associations représentant les communautés francophones du Canada, la Société s'était déjà dotée, avant l'entrée en vigueur de la condition de licence, de mécanismes de consultation auprès des CLOSM. En ce moment, en plus de nombreuses rencontres tenues chaque année par les directions régionales avec des représentants de diverses communautés,

on retrouve notamment :

- des rencontres bilatérales formelles avec la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF);
- des entretiens trimestriels avec la FCCF et la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA);
- des rencontres avec l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC);
- des communications régulières avec les producteurs indépendants des CLOSM via l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC).

Enfin, soulignons également que les directeurs régionaux des trois régions entretiennent des liens constants avec les associations provinciales : AFO, ACFA, etc.).

Services anglais (CBC) :

- la table ronde publique bisannuelle du CRTC sur les langues minoritaires qui a eu lieu le 2 mai 2017;
- communications régulières avec des producteurs indépendants des CLOSM par l'entremise du Conseil québécois de la production en langue anglaise (Quebec English-language Production Council);
- participation annuelle à la réunion du groupe de travail sur les arts avec le English-language Arts Network (ELAN), le Quebec Anglophone Heritage Network (QAHN) et Patrimoine canadien;
- communications et participation en cours avec Quebec Community Groups Network (QCGN);
- tables rondes trimestrielles communautaires avec différentes communautés et parties intéressées issues de la diversité dans le cadre de notre projet Real Talk on Race.

b) les organismes/communautés avec lesquels nous avons été en contact.

Voir réponse à la question a) ci-dessus.

c) la manière dont nous avons tenu compte de ces priorités.

CBC/Radio-Canada tient compte de ces priorités dans le cadre de ses décisions de programmation et de ses décisions concernant la diffusion/transmission de ses services de programmation dans les régions où habitent les CLOSM.

Tel que mentionné précédemment, CBC/Radio-Canada doit faire rapport annuellement au CRTC sur les consultations tenues au cours de l'année et démontrer comment le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ces consultations. Le dernier rapport déposé au CRTC se trouve sur le site institutionnel au lien cité ci-dessus dans la section a).

Tangible Support / Des appuis concrets

39. Did your institution provide support (financial or other types of support) for projects or initiatives that contributed to the development of official-language minority communities or to the promotion of English and French in Canadian society?

If yes, please:

- a) Describe these projects or initiatives.**
- b) Identify which type(s) of support was provided (financial or other).**
- c) Explain their impacts on the development of official-language minority communities and on the promotion of English and French in Canadian society.**
Please indicate if your institution has other specific programs or initiatives that could be of interest to official-language minority communities.

39. Votre institution a-t-elle appuyé (financement ou autres formes d'appuis) des projets ou des initiatives qui ont contribué au développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire ou à la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne?

Si oui, veuillez :

- a) décrire ces programmes ou initiatives.**
- b) identifier de quel(s) type(s) de soutien il s'agit (financement ou autres).**
- c) expliquer quelles en sont les incidences sur le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et sur la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne.**
Veuillez indiquer si votre institution a d'autres programmes ou initiatives spécifiques qui pourraient intéresser les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

English:

- a) Describe these projects or initiatives.**

In addition to the programming activities described in the answer to Question 41, the public broadcaster considers the partnerships as mechanisms for strengthening the identity of OLMCs. Some examples are provided below.

French Services (Radio-Canada)

Radio-Canada is currently associated with more than 90 partners in OLMCs (all departments combined).

An active observer of the Canadian cultural scene, the public broadcaster supports the development and promotion of Canadian talent, as demonstrated by its commitment over the past many years to the *FrancoFête en Acadie*, the *Éloizes* awards, the *Jeux de la francophonie canadienne*, *Contact Ontariois*, the Jazz Sudbury Festival, the *Théâtre français de Toronto*, the *Festival du Voyageur*, *Chant'Ouest*, and various book fairs across Canada.

Radio-Canada is also committed to showcasing some high-profile charity events, such as the *Grand partage de Windsor*, the *Arbre de l'espoir* in Acadia, the *Francothon* in Alberta and Saskatchewan, and the *Mouvement d'implication francophone d'Orléans* (MIFO), which all speak to the public broadcaster's commitment to being a "citizen engagement organization" with deep roots in the communities that it serves and its desire to create a vibrant public space that connects Canadians.

English Services (CBC)

CBC Quebec is proud to partner with more than a dozen OLMC organizations, including the QCGN, the Townshippers' Association, the ELAN, the Quebec Writers' Federation (QWF), West Island Community Shares, the

Segal Centre for Performing Arts, and McGill and Concordia universities.

In addition to these organizations, the CBC is deeply rooted in the community through annual charitable events, such as the CBC Montreal Sing-In charity drive and the Jeffery Hale Community Partners hamper campaign. Each year, the CBC Do Crew connects with a dozen charities dedicated to English-speaking Quebecers.

b) Identify which type(s) of support was provided (financial or other).

Primarily partnerships of the type described above in section a).

c) Explain their impacts on the development of official-language minority communities and on the promotion of English and French in Canadian society. Please indicate if your institution has other specific programs or initiatives that could be of interest to official-language minority communities.

As demonstrated above, the public broadcaster contributes directly to talent development by bringing talented people together, establishing contacts for them, and providing encouragement.

See answers to Question a) and Question 41.

**

Français :

a) décrire ces programmes ou initiatives.

Outre les activités de programmation décrites dans la réponse à la question 41, le radiodiffuseur public considère les partenariats comme des leviers permettant de renforcer l'identité des CLOSM. Des exemples sont mentionnés ci-dessous.

Services français (Radio-Canada)

Radio-Canada est présentement associée avec plus de 90 partenaires issus des CLOSM (tous secteurs confondus).

Témoin actif de la scène culturelle canadienne, le radiodiffuseur public soutient le talent et le rayonnement des talents canadiens, comme en témoigne son engagement depuis de nombreuses années avec la FrancoFête en Acadie, les Éloizes, les Jeux de la francophonie canadienne, Contact Ontarois, le Festival de Jazz de Sudbury, le Théâtre français de Toronto, le Festival du Voyageur, Chant'Ouest, de même qu'avec les différents salons du livre au pays.

Radio-Canada s'engage également à faire rayonner certains événements caritatifs de première importance, comme le Grand partage de Windsor, l'Arbre de l'espoir en Acadie, le Francothon de l'Alberta et en Saskatchewan ou encore le MIFO (Mouvement d'implication francophone d'Orléans), témoignant de l'importance du radiodiffuseur public en tant que « moteur d'engagement citoyen », bien ancré dans les communautés et désireux d'animer la place publique tout en créant des liens entre les citoyens.

Services anglais (CBC)

CBC Quebec est fière de s'associer à plus d'une douzaine d'organismes des CLOSM, notamment le QCGN,

l'Association des Townshippers, ELAN, la Quebec Writers' Federation (QWF), West Island Community Shares, le Centre Segal des arts de la scène et les universités McGill et Concordia.

En plus de ces organismes, CBC est profondément ancrée dans la communauté par l'entremise d'événements caritatifs annuels : la campagne de bienfaisance CBC Montreal Sing-In et la campagne annuelle des paniers de Noël des Partenaires communautaires Jeffery Hale. Tous les ans, l'équipe CBC Do Crew est en contact avec une douzaine d'organismes de bienfaisance qui se consacrent aux Québécois anglophones.

b) identifier de quel(s) type(s) de soutien il s'agit (financement ou autres).

Principalement par des partenariats du type de ceux décrits ci-dessus, section a).

c) expliquer quelles en sont les incidences sur le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et sur la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne. Veuillez indiquer si votre institution a d'autres programmes ou initiatives spécifiques qui pourraient intéresser les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Tel que démontré ci-haut, le radiodiffuseur public contribue directement au rayonnement du talent. Il rassemble, connecte et propulse.

Voir réponses à la question a) et à la question 41.

Key Collaborations / Des collaborations clés

40. Did your institution collaborate with other federal institutions or stakeholders (municipalities, provinces, territories, private sector) as part of a program, project or other initiative aimed at the development of official-language minority communities or the promotion of English and French in Canadian society?

If yes, please:

- a) Describe each of these collaborations and each of these partnerships.**
- b) Indicate who your partners were.**
- c) Identify the tangible results for the development of official-language minority communities or for the promotion of English and French in Canadian society.**

40. Votre institution a-t-elle collaboré avec d'autres institutions fédérales ou intervenants (municipalités, provinces, territoires, secteur privé) dans le cadre d'un programme, d'un projet ou de toute autre initiative visant le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire ou la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne?

Si oui, veuillez :

- a) décrire chacune de ces collaborations et chacun de ces partenariats.**
- b) indiquer qui étaient les partenaires.**
- c) identifier quels sont les résultats concrets sur le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire ou sur la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne.**

English:

- a) Describe each of these collaborations and each of these partnerships.**

French Services (Radio-Canada)

Radio-Canada is pleased to collaborate and join forces with other federal cultural institutions to promote the development and vitality of official-language minority communities. The following are some examples of collaborative projects in progress:

- National Film Board of Canada (with regional stations):
 - pre-purchase or acquisition of documentaries produced by the National Film Board of Canada (NFB);
 - joint participation in the *Tremplin* competition, which supports the production of first or second documentary works (competition intended to promote the next generation of documentary filmmakers in Acadia, Ontario and Western Canada).
- National Arts Centre (NAC)
 - umbrella agreement with the NAC that encompasses four agreements with Radio-Canada Ottawa-Gatineau, which are primarily agreements in exchange for visibility:
 - 1) NAC French Theatre
 - 2) *NAC Presents* (in association with the *Révélation*s Radio-Canada concerts)
 - 3) *Théâtre et bien plus* (podcasts for Première Plus)
 - 4) *En direct du Canada* (as part of Canada's 150th anniversary of Confederation).
- Canada Media Fund (CMF)
 - Radio-Canada launches a large number of projects every year with funding from the CMF program intended for French-language productions in official language minority communities.

English Services (CBC)

CBC Quebec is pleased to collaborate with other provincial and municipal cultural institutions to promote the vitality of English-speaking communities throughout Quebec. The following are some examples of collaborative projects in 2016–2017:

- the Quebec Writers' Federation (QWF), McGill University's Institute for the Public Life of Arts and Ideas (IPLAI) and the Kahnawake Survival School worked collaboratively to produce Turtle Island Reads, as well as programming, live events and workshops celebrating Indigenous writers and storytelling.
- the QWF partnered to support new and emerging writers through a digital writer-in-residence program.
- Quebec Community Groups Network (QCGN) – Three-year partnership to engage young Quebecers in the celebration of the sesquicentennial of Canadian Confederation.
- Morrin Centre ImagiNation Festival – CBC supported the literary festival by providing visibility and content.
- Blue Metropolis Literary Festival – CBC produces the Blue Series, featuring hosts and writers in conversation.
- Arts Alive! Quebec – In partnership with the English-Language Arts Network (ELAN) for the second year, CBC Montreal was the official sponsor of the event, a summer arts festival circuit linking six English-language community festivals.

b) Indicate who your partners were.

See the answer to Question a) above.

c) Identify what the tangible results were for OLMC development or the promotion of English and French in Canadian society.

French Services (Radio-Canada)

- contribution to strengthening regional identity:
 - the pre-purchase or acquisition from the NFB of documentaries on specific regional topics helps to spotlight specific issues in a unique way and share the regional perspective with a bigger audience.
- contribution to social cohesion:
 - for example, as part of the NAC French Theatre series, Radio-Canada is hosting, producing, recording and broadcasting five live podcasts along with a play to air on Première Plus.
 - as part of Canada's 150th anniversary of Confederation, Radio-Canada will produce and broadcast four episodes of *En direct du Canada* at the NAC on Friday, July 7, and Saturday, July 8, 2017. Live recording to air on Première Plus.
- contribution to developing and promoting emerging Canadian talent:
 - the *Tremplin* project, with the NFB, is directly linked to developing and promoting new talent in the documentary field.
 - *NAC Presents* and *Révélation*s Radio-Canada provide an ideal forum for emerging Canadian musical talent (in all musical genres).

- promotion of a diverse Canadian French-speaking community:
 - all Radio-Canada initiatives on all platforms every day.

English Services (CBC)

Our initiatives reflect the contribution of English-speaking Quebecers in a provincial and national context:

- *Montreapolis: People Making Modern Montreal* – A special podcast series featuring eight people who are making modern Montreal. The eight-part podcast series features conversations with Montrealers who have lived through changes in the city’s ever-evolving cultural, political and religious landscape and who offer candid views from their unique perspectives.
- *Roots of Montreal* – Digital series profiling Chinese, Haitian, Irish, Italian, Syrian, Indigenous/Mohawk and French Montrealers. The videos tell the story of their personal journey to Montreal, when they arrived, where their ancestors chose to settle, why they chose a particular neighbourhood and what impact this had on the development of Montreal.
- *Leonard Cohen: Une brèche en toute chose / A Crack in Everything* – As part of the exhibition paying tribute to this international star and touchstone of Montreal culture, CBC/Radio-Canada, in partnership with the Musée d’art contemporain de Montréal, will produce a series of concerts and public events (November 2017–April 2018).
- Events and Partnerships – Canada 150:
 - Community Knowledge Exchange (CKX) Summit – In partnership with Community Foundations of Canada, CBC Montreal hosted this summit in January 2017.
 - Walrus Talks National Tour “Conversations about Canada: We Desire a Better Country” – In partnership with *Walrus* magazine, CBC participated in this 13-week, 13-city event.
 - National Canadian Film Day and Movie Night in Canada – In partnership with Reel Canada, CBC Montreal and CBC Quebec will participate in both of these events celebrating Canadian film.
 - *La Grande Tournée* and Canada Day 150 – CBC Montreal will be participating in Montreal *Neighbourhoods Come Alive for the 375th* events throughout the summer of 2017, including one on Canada Day.
 - ELAN’s Arts Alive has received Canada 150 funding. For the third year, CBC Quebec will be working with Arts Alive on activities in six rural Quebec communities.
 - CBC Montreal is partnering with Winnipeg Art Gallery/ART EXPRESS’D on its stop at the Montreal Museum of Fine Arts in June/July.

**

Français :

a) décrire chacune de ces collaborations et chacun de ces partenariats.

Services français (Radio-Canada)

Radio-Canada est heureuse de collaborer et d’unir ses forces à celles d’autres institutions culturelles fédérales afin de promouvoir le rayonnement et la vitalité des communautés linguistiques francophones en milieu minoritaire. À titre d’exemples, voici quelques projets de collaboration en cours :

- Office national du film du Canada (avec stations régionales) :
 - préachat ou acquisition de documentaires produits par l'Office national du film du Canada (ONF);
 - participation conjointe au concours Tremplin, qui vise à soutenir la production d'une première ou deuxième œuvre documentaire (concours pour favoriser la relève des documentaristes en Acadie, en Ontario et dans l'Ouest).

- Centre national des Arts (CNA) :
 - entente parapluie avec le CNA, au sein de laquelle on retrouve quatre (4) ententes avec Radio-Canada Ottawa-Gatineau. Ce sont principalement des ententes d'échange de visibilité :
 - 1) Théâtre français du CNA;
 - 2) CNA Présente (association avec les spectacles des Révélation Radio-Canada);
 - 3) Le Théâtre et bien plus (baladodiffusions pour Première Plus);
 - 4) *En direct du Canada* (dans le cadre du 150^e de la Confédération canadienne).

- Fonds des médias du Canada (FMC) :
 - via notamment le programme du FMC destiné aux productions de langue française œuvrant en milieu minoritaire, Radio-Canada déclenche annuellement un nombre élevé de projets qui sont financés par ce programme.

Services anglais (CBC)

CBC Quebec a le plaisir de collaborer avec d'autres institutions culturelles provinciales et municipales pour promouvoir la vitalité des communautés de langue anglaise dans tout le Québec. À titre d'exemple, voici quelques projets de collaboration de 2016-2017 :

- la Quebec Writers' Federation, l'Institut pour la vie publique et des idées de l'Université McGill et la Kahnawake Survival School – Mise sur pied du projet Turtle Island Reads (programmation, événement public et ateliers) visant à célébrer les auteurs et la littérature autochtones;
- QWF – Partenariat pour soutenir de jeunes auteurs de la relève grâce à un programme d'auteur en résidence et en mode numérique;
- partenariat de trois ans afin de faire participer les jeunes Québécois aux célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération canadienne;
- Festival ImagiNation du centre culturel Morrin – CBC appuie ce festival littéraire en lui fournissant visibilité et contenu;
- Festival littéraire Metropolis bleu – CBC commandite les Blue Series, une série de conversations entre animateurs et auteurs;
- Arts Alive! Québec – En partenariat avec ELAN, et pour une deuxième année, CBC Montreal était le commanditaire officiel de l'événement, une série de festivals artistiques estivaux faisant escale dans six (6) communautés anglophones.

b) indiquer qui étaient les partenaires.

Voir réponse a) ci-dessus.

c) identifier quels sont les résultats concrets sur le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire ou sur la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne.

Services français (Radio-Canada)

- Contribution à la consolidation de l'identité régionale :
 - préachat ou acquisition de documentaires de l'ONF portant sur des thématiques régionales particulières. Permet d'apporter un éclairage unique sur des enjeux spécifiques, et de partager ce regard au plus grand nombre.
- Contribution à la cohésion sociale :
 - à titre d'exemple, dans le cadre de la série Théâtre français du CNA, Radio-Canada anime, réalise, enregistre et monte cinq (5) baladodiffusions devant public en lien avec une pièce pour diffusion sur Première Plus;
 - dans le cadre du 150^e anniversaire du Canada, Radio-Canada réalisera et produira quatre (4) épisodes d'*En direct du Canada* le vendredi 7 juillet et samedi 8 juillet 2017 au CNA. Enregistrement devant public pour diffusion sur Première Plus.
- Contribution au développement et au rayonnement de nouveaux talents canadiens :
 - Projet Tremplin, avec l'ONF : directement lié au développement et au rayonnement de nouveaux talents dans le domaine du documentaire;
 - CNA Présente et Révélation Radio-Canada : permet d'offrir une tribune privilégiée à la relève musicale canadienne (tous genres musicaux confondus).
- Promotion d'une francophonie plurielle, canadienne et diversifiée :
 - ensemble des initiatives de Radio-Canada. À tous les jours, sur toutes les plateformes.

Services anglais (CBC)

Nos initiatives sont le reflet de la contribution des Québécois anglophones dans un contexte provincial et national :

- *Montrealopolis : People Making Modern Montreal* – Une série de baladodiffusions spéciale au sujet de huit (8) personnes qui font le Montréal moderne d'aujourd'hui. Cette série de huit baladodiffusions présentait des conversations avec des Montréalais qui ont vécu les transformations du paysage culturel, politique et religieux en pleine évolution de leur ville, et qui offraient avec franchise leurs points de vue uniques;
- *Roots of Montreal* – Une série numérique qui présentait le portrait de Montréalais d'origine chinoise, haïtienne, irlandaise, italienne, syrienne, autochtone/mohawk et française. Dans ces vidéos, ils racontent leur périple personnel vers Montréal, le moment de leur arrivée, l'endroit où leurs ancêtres ont choisi de s'établir, pourquoi ils ont choisi un quartier en particulier et les répercussions que cela a entraînées sur le développement de Montréal;
- *Leonard Cohen : Une brèche en toute chose/A Crack in Everything* – Dans le cadre de cette exposition sur cette star mondiale et icône de la culture montréalaise, CBC/Radio-Canada, en partenariat avec le Musée d'art contemporain de Montréal, commanditera une série de concerts et d'événements publics (novembre 2017-

avril 2018);

- Événements et partenariats – Canada 150 :

- Sommet CKX – En partenariat avec les Fondations communautaires du Canada, CBC Montreal a accueilli ce sommet en janvier 2017;
- la série *The Walrus Talks* « *Nous désirons une patrie meilleure* » – En partenariat avec le magazine The Walrus, CBC a participé à ce projet qui s'est déroulé dans 13 villes pendant 13 semaines;
- la Journée du cinéma canadien et les Soirées cinéma du Canada – En partenariat avec REEL CANADA, CBC Montreal et CBC Quebec participeront à ces deux événements qui célèbrent le cinéma canadien;
- la Grande Tournée et la fête du Canada 150 – CBC Montreal participera aux événements de La Grande Tournée du 375^e de Montréal tout le long de l'été 2017 et à un événement de la fête du Canada.
- *Arts Alive* d'ELAN a reçu le financement de Canada 150. Pour la troisième année, CBC Quebec travaillera avec Arts Alive pour des activités dans six collectivités rurales du Québec.
- CBC Montréal est un partenaire du Musée des beaux-arts de Winnipeg / ART EXPRIMÉ lors de son arrêt au Musée des beaux-arts de Montréal en juin / juillet.

Tangible Results / Des résultats concrets

41. If your institution had to highlight three key initiatives or more in relation to the development of official-language minority communities, which ones would those be?

- a) Describe these initiatives.
- b) What are the tangible impacts of these initiatives on/in the official-language minority communities?
- c) What do you think is the determining factor for the success of these initiatives?

41. Si votre institution devait souligner trois initiatives clés ou plus ayant contribué au développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire, quelles seraient-elles?

- a) décrivez ces initiatives.
- b) quels sont les effets concrets de ces initiatives dans/pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire?
- c) quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives?

English:

a) Describe these initiatives.

CBC/Radio-Canada pays particular attention to the needs of OLMCs in the programming for its various services provided on radio, television and digital platforms.

The Corporation is subject to multiple CRTC conditions of licence under the *Broadcasting Act* addressing specific OLMC concerns, for the full range of English- and French-language radio and television services.

Each year, the Corporation meets and even exceeds the conditions of licence regarding OLMC programming. This is reported in the program logs produced at the CRTC as well as in the many detailed reports that the Corporation submits every year to the CRTC, particularly the following, which specifically concern programming for or reflecting OLMCs.

French Services (Radio-Canada)

- Programs of National Interest (PNI) in prime time, including those from OLMCs (Appendix 3)
- Programs that are produced in OLMCs and/or reflect these communities (Appendix 4)
- Local Programming broadcast by local stations that reflect French OLMCs (Appendix 5)
- Canadian programming by independent production companies in the Atlantic, Ontario, Western Canada and Northern Canada regions (Appendix 7)
- Network programs produced in the Atlantic, Ontario, Western Canada and Northern Canada regions (Appendix 8)

English Services (CBC)

- Programs of National Interest (PNI) in prime time, including those from OLMCs (Appendix 3)
- Programs that are produced in OLMCs and/or reflect these communities (Appendix 4)
- Local programming broadcast by local stations reflects English OLMCs (Appendix 5)

- Canadian programming by independent production companies in Quebec (Appendix 7)

These reports filed with the CRTC are available on CBC/Radio-Canada's corporate website at <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/>.

b) What are the tangible impacts of these initiatives on/in the official-language minority communities?

- English- and French-speaking Canadians living in minority-language settings are informed, enlightened and entertained in their own language.
- the realities of OLMCs are reflected in our national programming.
- support is provided for the development and promotion of Canadian talent from OLMCs.

c) What do you think is the determining success factor for these initiatives?

High-quality, compelling programming that is accessible to people in regions with OLMCs.

**

Français :

a) décrivez ces initiatives.

CBC/Radio-Canada accorde une attention particulière aux besoins des CLOSM dans la programmation de ses divers services se trouvant sur trois types de plateformes, soit la radio, la télévision et internet.

Nous soulignons que la Société est soumise à plusieurs conditions de licence imposées par le CRTC, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, relatives aux besoins particuliers des CLOSM, et ce, pour l'ensemble des services de radio et de télévision de langue française et anglaise.

Chaque année, la Société rencontre et dépasse ses conditions de licence en ce qui concerne la programmation reliée aux CLOSM. Celle-ci est rapportée dans les registres d'émissions produits au CRTC ainsi que dans les nombreux rapports détaillés que la Société dépose annuellement au CRTC, notamment ceux ci-dessous, qui touchent particulièrement la programmation pour ou reflétant les CLOSM.

Services français (Radio-Canada)

- émissions d'intérêt national (EIN) aux heures de grande écoute, incluant celles provenant de CLOSM (Annexe 3);
- émissions produites dans les CLOSM ou qui reflètent ces communautés (Annexe 4);
- programmation locale reflétant les CLOSM de langue française et diffusée par les 7 stations hors Québec (Annexe 5);
- émissions canadiennes de sociétés de production indépendantes provenant des régions, incluant l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest et le Nord (Annexe 7);

- émissions au réseau produites dans les régions, incluant l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest et le Nord (Annexe 8).

Services anglais (CBC)

- émissions d'intérêt national (EIN) aux heures de grande écoute, incluant celles provenant de CLOSM (Annexe 3);
- émissions produites dans les CLOSM ou qui reflètent ces communautés (Annexe 4);
- programmation locale reflétant les CLOSM de langue anglaise et diffusée par les stations au Québec (Annexe 5);
- émissions canadiennes de sociétés de production indépendantes provenant du Québec (Annexe 7).

Ces rapports déposés au CRTC sont disponibles sur le site institutionnel de CBC/Radio-Canada :

<http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/presentations/crtc-presentations/>.

b) quels sont les effets concrets de ces initiatives dans/pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire?

- informer, éclairer et divertir les francophones et anglophones vivant en milieu linguistique minoritaire dans leur langue;
- refléter la réalité des CLOSM dans la programmation nationale;
- soutenir le développement et le rayonnement des talents canadiens provenant des CLOSM.

c) quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives ?

Une programmation de haute qualité et attrayante, accessible dans les régions où se trouvent les CLOSM.

<p>42. If your institution had to highlight <u>three key initiatives or more</u> in relation to the promotion of English and French in Canadian society (Please do not confuse with obligations related to Parts IV and V), which ones would those be?</p> <p>a) Describe these initiatives. b) What are the tangible impacts of these initiatives on the Canadian society? c) What do you think is the determining factor for the success of these initiatives?</p>	<p>42. Si votre institution devait souligner <u>trois initiatives clés ou plus</u> ayant contribué à la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne (À ne pas confondre avec les obligations relatives aux parties IV et V), quelles seraient-elles?</p> <p>a) Décrivez ces initiatives. b) Quels sont les effets concrets de ces initiatives dans la société canadienne? c) Quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives?</p>
---	---

English:

- a) Describe these initiatives.

What's Your Story public relations campaign launched on June 28, 2016

We invited Canadians to join us in creating a national collection of content that will be shared on our digital platforms and social channels throughout 2017. We invited Canadians to make history in English and French by sharing their photos, videos and anecdotes that define Canada. Canadians were invited to share their stories on Twitter: #RadioCanada2017.

Annual Public Meeting (APM) in Moncton

Public Broadcasting in the Digital Age, Seizing All Opportunities – CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting was held at the Théâtre l'Escaouette in Moncton on Tuesday, September 27, 2016, at 4:30 p.m. (EST).

Canadians attending in person or following the event online had an opportunity to hear our on-air personalities share their opinions in a panel format. By exploring the topic of public broadcasting in the digital age, the discussion raised awareness of CBC/Radio-Canada initiatives to continue telling Canadian stories in an age of always-on connectivity and unlimited content sources.

A Creative Canada: Strengthening Canadian Culture in a Digital World – Regional Consultations

On November 28, 2016, we shared our vision for the future in response to the Government's consultation on Canadian content in a digital world. A national town hall tour was organized with stakeholders to discuss this initiative.

- b) What are the tangible impacts of these initiatives on Canadian society?

What's Your Story? public relations campaign

What's Your Story? is the public outreach umbrella initiative for CBC/Radio-Canada's activities meant to position the public broadcaster as the forum where Canadians can share their stories, ideas and perspectives, and engage with one another from coast to coast to coast.

APM in Moncton

Our APM was yet another way for us to engage with Canadians and with the community of Moncton to bring this community closer to its public broadcaster. The event allowed us to engage with more Canadians than ever in Moncton and across the country, giving them more content that matters to them. It should be noted that over 16 million Canadians across the country use our English- and French-language digital platforms every month – 3 million more than in 2015–2016. This allows Canadians to connect with one another and with the content provided by their public broadcaster.

A Creative Canada: Strengthening Canadian Culture in a Digital World – Regional Consultations

The government has launched public consultations to develop a modern cultural policy framework for a digital age centred on three principles: focusing on citizens and creators; reflecting the Canadian identity and promoting democracy; and supporting social and economic innovation. In response to these public consultations, the Corporation drafted [a position paper](#) to help Canadians understand the important role that CBC/Radio-Canada plays, as well as its mandate and the value of future-oriented public broadcasting. As part of this conversation, the Corporation held regional consultations to discuss Radio-Canada's vision for the future with influencers across the country and in OLMCs. At a time when social cohesion is under threat around the world, the Corporation argues that it contributes hugely to creating social cohesion, national consciousness, strong democracy, ties that bind Canadians.

c) What do you think is the determining success factor for these initiatives?

What's Your Story? public relations campaign

The success of this campaign was assessed on the basis of public engagement and content-sharing and by ensuring that CBC/Radio-Canada digital platforms reflect today's society. *What's Your Story?* content is being created or gathered in a number of ways:

- videos shot by Regional Communications teams in their communities, including one cross-country tour in late March 2017 to gather content from across the country
- a dedicated *What's Your Story?* team to provide additional content (photos and video)
- user-generated submissions online and on social media
- *What's Your Story?* activations at outreach activities

APM in Moncton

Public attendance at and participation in the APM are key to the event's success. It was important for CBC/Radio-Canada to demonstrate in a creative, innovative way that the Corporation is an open, transparent and modern public broadcaster. Holding the meeting in Moncton also allowed us to develop and deepen our connections with Canadians and the local community.

A Creative Canada: Strengthening Canadian Culture in a Digital World – Regional Consultations

The consultations have a real impact in communities across the country. By meeting with influencers, CBC/Radio-Canada hopes to enable participants to become ambassadors for the public broadcaster's national vision for the future. We also want to showcase CBC/Radio-Canada as a public space for meaningful discussions among Canadians.

**

Français :

a) décrivez ces initiatives.

Campagne de relations publiques Raconte ton histoire - lancée le 28 juin 2016

Nous avons lancé cette grande campagne nationale dans le cadre de laquelle nous invitons les Canadiens à se joindre à CBC/Radio-Canada pour créer une collection nationale de contenus qui seront partagés sur les plateformes numériques et sur les réseaux sociaux du radiodiffuseur public tout au long de 2017. Nous invitons les Canadiens à passer à l'histoire en français et en anglais en partageant leurs photos, vidéos et anecdotes qui définissent le Canada. Les Canadiens étaient invités à partager leurs témoignages sur Twitter : #RadioCanada2017

Assemblée publique annuelle à Moncton

La radiodiffusion publique à l'ère du numérique - Saisir toutes les occasions : l'assemblée publique annuelle (APA) de CBC/Radio-Canada a eu lieu le mardi 27 septembre 2016 à 16 h 30 (heure de l'Est) au Théâtre l'Escaouette à Moncton.

Les Canadiens présents sur place ou qui ont suivi l'événement en ligne ont eu l'occasion d'entendre nos personnalités s'exprimer dans le cadre d'un panel. Explorant le thème de la radiodiffusion publique à l'ère du numérique, la discussion a permis d'en apprendre davantage sur les initiatives de CBC/Radio-Canada pour continuer de raconter les histoires des Canadiens dans un contexte de connectivité constante et de sources de contenu illimitées.

Consultations régionales « Propulser la culture canadienne - renforcer la place du Canada dans l'univers numérique »

Le 28 novembre 2016, nous avons présenté à tous les Canadiens notre vision d'avenir dans le cadre de la consultation du gouvernement sur l'avenir du contenu canadien dans un monde numérique. Afin de discuter de cette initiative, une tournée nationale de rencontres avec les parties intéressées a été organisée.

b) quels sont les effets concrets de ces initiatives dans la société canadienne?

Campagne de relations publiques Raconte ton histoire

Raconte ton histoire est une initiative de relations extérieures qui englobe toutes les activités de CBC/Radio-Canada visant à présenter le radiodiffuseur public comme l'espace public où les Canadiens pourront partager leurs histoires, leurs idées et leurs points de vue, et où ils pourront interagir d'un océan à l'autre.

APA à Moncton

Notre APA était pour nous une autre façon d'échanger avec les Canadiens et avec la communauté de Moncton, et de resserrer les liens entre elle et son radiodiffuseur public. L'événement nous a permis d'engager la conversation avec plus de Canadiens que jamais auparavant à Moncton et partout au pays, leur offrant plus de contenus qui les touchent. Fait à noter, à l'échelle nationale, plus de 16 millions de Canadiens utilisent nos plateformes numériques en français et en anglais chaque mois – une hausse de trois millions depuis 2015-2016, ce qui permet aux citoyens de vivre branchés, les uns avec les autres et avec le contenu que leur offre leur radiodiffuseur public.

Consultations régionales « Propulser la culture canadienne - renforcer la place du Canada dans l'univers numérique »

Le gouvernement a lancé une consultation publique dans le but d'élaborer un cadre moderne de politiques culturelles pour un monde numérique qui s'appuie sur trois principes : mettre l'accent sur les citoyens et les créateurs, refléter l'identité canadienne et promouvoir la démocratie, et soutenir l'innovation sociale et économique. En réponse à cette consultation publique, la Société s'est dotée [d'un mémoire](#) permettant aux Canadiens de comprendre le rôle important que joue CBC/Radio-Canada, son mandat et la valeur de la radiodiffusion publique axée vers l'avenir. Dans le cadre de cet échange, la Société a lancé des consultations régionales qui sont conçues pour discuter de la vision pour l'avenir de CBC/Radio-Canada avec les influenceurs de partout au pays et dans les CLOSM. À une époque où la cohésion sociale est menacée dans le monde, la Société soutient qu'elle contribue grandement à créer une conscience nationale, une démocratie forte et des liens qui unissent les Canadiens.

c) quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives?

Campagne de relations publiques Raconte ton histoire

Le succès de cette campagne est mesuré en fonction de la mobilisation du public, le partage de contenu et en s'assurant que les plateformes web de CBC/Radio-Canada soient des reflets de la société actuelle. Les contenus pour Raconte ton histoire sont créés ou recueillis de plusieurs façons :

- vidéos tournées par les équipes des Communications régionales dans leurs communautés, dont une tournée nationale à la fin mars 2017 pour recueillir du contenu de partout au pays.
- contenus additionnels (photos et vidéos) fournis par l'équipe responsable de Raconte ton histoire.
- contenus soumis en ligne ou sur les médias sociaux par des membres du public.
- activations de Raconte ton histoire lors d'activités publiques.

APA à Moncton

La présence et la participation du public à l'APA sont gages du succès de l'événement. Il est important pour CBC/Radio-Canada de démontrer de façon innovante et créative que la Société est un radiodiffuseur public moderne, ouvert et transparent. De plus, cette présence à Moncton permettait de développer et approfondir nos liens avec les Canadiens, et avec les gens de la communauté.

Consultations régionales « Propulser la culture canadienne - renforcer la place du Canada dans l'univers numérique »

Les consultations ont une portée réelle dans les communautés du pays. En rencontrant les influenceurs, CBC/Radio-Canada souhaite notamment outiller les participants afin qu'ils deviennent des ambassadeurs de la vision nationale du radiodiffuseur public pour l'avenir. Nous souhaitons également présenter CBC/Radio-Canada comme étant un espace public vecteur de conversations importantes pour les Canadiens.

<p>43. What “key achievement” having a regional impact (success stories or results in official-language minority communities or on the promotion of English and French in Canadian society) would your institution like to highlight?</p>	<p>43. Quel « bon coup » ayant un impact régional (succès ou résultats dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire ou pour la promotion du français et de l’anglais dans la société canadienne) votre institution souhaite-t-elle souligner?</p>
<p><i>English:</i></p> <p><u>French Services (Radio-Canada)</u></p> <p>Regional Services Transformation: In June 2014, CBC/Radio-Canada announced its 2020 strategic plan, <i>A Space for Us All</i>, in which it reiterated the essential nature of the public broadcaster’s regional presence. By building on an approach rooted in everyday life in the communities and in platform complementarity, the Corporation wished to strengthen its connection with Canadians right across the country.</p> <p>The fact is, stepping up multiplatform delivery allows the public broadcaster to consolidate its regional program offering for the benefit of all Canadians. Radio-Canada Regional Services is currently pursuing three priority areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • digital transformation • restoring social and culture programming where it had been reduced because of budget cuts • recruiting and developing new talent <p>Measures have been implemented recently, including the hiring of new experts to consolidate digital services. New regional websites have been brought online: Radio-Canada now provides Canadians with 21 regional websites, including 12 outside Quebec (four in Western Canada, four in Ontario and four in Atlantic Canada). These are continuously updated from morning to evening, 18 hours a day, 7 days a week.</p> <p>Each site includes editorial selections, a continuous news feed, a package of customizable services (e.g., weather, road conditions, etc.), live local radio and TV, access to fact sheets on programs and other documentation, and access to social media). A new improved version (adapted for mobile devices) that is location-based and includes personalization features has been online in beta mode since March. The official launch will take place shortly.</p> <p>This favourable audience response (mobile devices, such as cellphones and tablets, now account for about two thirds of the Regions’ section volume: regional sites, regional news, and regional radio and television transmission sites) encourages the public broadcaster to be innovative and offer new digital content, such as live-streaming the first 15 minutes of the <i>Téléjournal Ottawa-Gatineau</i> newscast on Facebook or broadcasting the <i>Concours Jeunes Leaders</i> in Western Canada, which generated 6,900 votes for a total of 18,000 pages views. These initiatives speak to a willingness to reach new audiences wherever they are, with local, regional and national programming, because the broadcaster works on multiple levels to serve the community.</p> <p>Lastly, Radio-Canada is implementing a “complete local service” strategy for its regional stations. Digital makes it possible to not only be more flexible in delivering content, but also to be part of an ongoing two-way relationship with audiences. The public broadcaster thus becomes a catalyst and facilitator for an inclusive, diverse, dynamic – and connected – French-speaking community.</p> <p><u>English Services (CBC)</u></p> <p>In October 2015, as part of the Corporation’s five-year strategy, <i>Strategy 2020</i>, CBC launched new local news</p>	

services specifically for mobile users, and strengthened existing desktop and web services. We are now a leading source for mobile news with nearly 1 million unique visitors coming to CBC Montreal each month. Audiences have been positive about this digital shift. In 2016–2017, CBC Montreal's (cbc.ca/montreal) digital traffic increased by 39%.

Even with growth in digital and mobile, we continue to broadcast on traditional platforms. On television, CBC Montreal offers weekday news at 6 p.m. and 11 p.m. and on weekends. We also broadcast an additional one-hour local television program, *Our Montreal*. Montreal is a hub station providing additional production, support and administration services for English-speaking Quebec. On radio every weekday, we broadcast two morning programs (*Daybreak* and *Quebec AM*), as well as *Radio Noon* and two drive programs (*Homerun* and *Breakaway*). On weekends, we provide *All in a Weekend* and the hour-long arts program *Cinq à Six*.

CBC Quebec's social media channels (Facebook, Twitter and Instagram) are an essential part of our digital strategy. They not only connect our journalists directly with the audience in a continuous dialogue, but also increase coverage of content through Facebook Live.

CBC Montreal also produces *Absolutely Quebec*: a six-part summer series by independent producers dedicated to stories by and about Quebecers. See the CRTC report for program descriptions.

**

Français :

Services français (Radio-Canada)

Transformation des Services régionaux : en juin 2014, CBC/Radio-Canada annonçait son plan stratégique 2020, *Un espace pour nous tous*, en réitérant le caractère essentiel de sa présence régionale. En misant sur une approche ancrée dans le quotidien des communautés et sur la complémentarité entre les différentes plateformes, le radiodiffuseur public souhaitait consolider son lien de proximité avec les citoyens canadiens et ce, partout au pays.

Force est de constater que l'intensification des activités multiplateformes permet au radiodiffuseur public de consolider son offre en région et ce, au bénéfice de l'ensemble des citoyens. Trois priorités guident maintenant les Services régionaux de Radio-Canada :

- transformation numérique.
- restitution de la programmation sociale et culturelle là où elle avait été réduite dans la foulée des compressions.
- développement et recrutement de la relève.

De récentes mesures ont été entreprises, dont l'embauche de nouvelles expertises pour consolider l'offre numérique. De nouveaux sites web régionaux ont été lancés : Radio-Canada met maintenant à la disposition des Canadiens 21 sites web régionaux, dont 12 à l'extérieur du Québec (quatre (4) dans l'Ouest, quatre (4) en Ontario et quatre (4) en Atlantique). Ces derniers sont mis à jour en continu du matin au soir, pratiquement 18 heures par jour, 7 jours sur 7.

Chaque site comprend des choix éditoriaux, un fil d'actualité en continu, un bouquet de services personnalisés (météo, conditions routières, etc.), les signaux en direct de la radio et télé locales, l'accès aux fiches d'émissions et dossiers, et l'accès aux médias sociaux. Une nouvelle version améliorée (adaptative sur mobilité), géolocalisée et

offrant des fonctions de personnalisation, est maintenant en ligne depuis mars en mode beta. Le lancement officiel aura lieu prochainement.

Cet accueil favorable des auditoires (environ les deux-tiers du trafic de la section Régions – sites régionaux, nouvelles régionales, sites d'émissions radio/télé régionales provient maintenant de la mobilité, donc téléphones ou tablettes) incite le radiodiffuseur public à innover et à proposer de nouveaux rendez-vous numériques dont la diffusion, depuis cet automne, des 15 premières minutes du TJ Ottawa-Gatineau via Facebook live ou encore du concours Jeunes Leaders, dans l'Ouest canadien, qui a généré 6900 votes pour un total de 18 000 pages vues. Ces initiatives témoignent de la volonté de joindre de nouveaux publics. Là où ils se trouvent. Et ce, tant sur le plan de la programmation locale, régionale, que nationale. Car le radiodiffuseur travaille sur de multiples paliers au service de la communauté.

Enfin, Radio-Canada, « média local complet » : voilà comment le radiodiffuseur public souhaite positionner ses stations régionales. Le numérique permet non seulement une diffusion de contenus plus agile, mais également de s'inscrire dans une relation bidirectionnelle et continue avec l'auditoire. Dans ce contexte, le radiodiffuseur public devient ainsi vecteur et catalyseur d'une francophonie rassembleuse, inclusive, plurielle, dynamique... et connectée.

Services anglais (CBC)

En octobre 2015, dans le cadre de la *Stratégie 2020*, le plan quinquennal de la Société, CBC a lancé de nouveaux services d'information locale pour les utilisateurs des services mobiles en plus de consolider l'offre existante sur les services numériques et en ligne. Nous sommes encore plus une source fiable pour les nouvelles diffusées sur les plateformes mobiles avec près d'un million de visiteurs uniques mensuels pour le site de CBC Montreal. Les auditoires ont réagi positivement à ce virage numérique. En 2016-2017, le trafic numérique pour CBC Montreal (cbc.ca/montreal) a augmenté de 39 %.

Même si nous prenons de l'expansion sur les plateformes numériques et mobiles, nous continuons de diffuser sur les plateformes traditionnelles. À la télévision, CBC Montreal offre des bulletins de nouvelles à 18 h et à 23 h, du lundi au vendredi et le week-end. Nous diffusons aussi *Our Montreal*, une émission de télévision locale d'une heure. La station de Montréal est une station mère, qui produit du contenu et offre des services de soutien et d'administration aux stations de langue anglaise du Québec. À la radio, du lundi au vendredi, nous diffusons deux émissions matinales (*Daybreak, Quebec AM*); *Radio Noon* et deux émissions de retour à la maison (*Homerun, Breakaway*). Le week-end, nous proposons *All in a Weekend* et l'émission d'une heure portant sur les arts, *Cinq à Six*.

Les chaînes de médias sociaux de CBC Quebec (Facebook, Instagram et Twitter) sont des composantes essentielles de notre stratégie numérique. Elles servent non seulement à connecter directement nos journalistes à l'auditoire, mais aussi à accroître la couverture de notre contenu par l'entremise de Facebook Live.

La programmation de CBC Montreal comprend également la production indépendante *Absolutely Quebec*, une série estivale en six volets produite par des Québécois pour les Québécois. Voir le rapport du CRTC pour la description des émissions.

150th anniversary of the Canadian Confederation in 2017
150^e anniversaire de la Confédération canadienne en 2017

The 150th anniversary of the Canadian Confederation is a unique opportunity for federal institutions to contribute to the development of official-language minority communities and to promote official languages.

44. Will your institution contribute to the 150th anniversary of Confederation?

- a) If so, please describe the activities planned.
- b) Please identify any processes that your institution undertook in order to comply with the obligations set out in Part VII of the OLA (for example, consultations, impact analysis, use of specific official languages clauses, forming partnerships).
- c) Please identify the expected results.

Le 150^e anniversaire de la Confédération canadienne représente une occasion unique pour les institutions fédérales de contribuer au développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et de promouvoir les deux langues officielles.

44. Votre institution contribuera-t-elle au 150^e anniversaire de la Confédération?

- a) si oui, veuillez décrire les activités prévues.
- b) veuillez indiquer les démarches que votre institution a entreprises dans le cadre de ces activités pour assurer qu'elle réponde à ses obligations en vertu de la partie VII de la LLO (par ex. consultations, analyse d'incidences, utilisation de clauses linguistiques spécifiques, création de partenariats).
- c) veuillez indiquer quels sont les résultats attendus.

English:

a) Description of planned activities.

Celebrating the best of Canada's past, present and future, CBC/Radio-Canada aims to be visible and present throughout this exciting milestone year.

The public broadcaster wants to commemorate the event through 2017-themed programming, content and outreach initiatives that encourage Canadians from all walks of life to reflect upon who we are as a people and where we are headed as a nation.

To inspire Canadians, strengthen their emotional attachment with their national public broadcaster, and allow them to express that attachment, CBC/Radio-Canada is developing partnerships with the Federal Secretariat Canada 150, Community Foundations of Canada, the National Arts Centre, MosaiCanada, and other organizations that provide us with opportunities to produce content, help promote 2017 activities, and expand our reach in the regions both in OLMCs and nationwide.

b) Please identify any processes that your institution undertook in order to comply with the obligations set out in Part VII of the OLA (for example, consultations, impact analysis, use of specific official languages clauses, forming partnerships).

In 2016–2017, CBC/Radio-Canada was the Official Media Partner for the Canada 150 Countdown, a partnership developed with the Federal Secretariat Canada 150. The Countdown made it possible to link up with all of Canada's regions, particularly on social networks, by highlighting some significant dates from August 4, 2016, to December 31,

2016. CBC/Radio-Canada highlighted Day 100 in Vancouver, and made Day 25 CBC/Radio-Canada day.

CBC/Radio-Canada will broadcast special, multiplatform programming throughout 2017 to engage viewers and enhance the experience that we are offering to Canadians. The programming launch on December 7, 2016, generated interest and excitement about what was upcoming. Among the programs offered in connection with Canada's 150th anniversary of Confederation, some are broadcast at the same time by CBC and Radio-Canada, such as *On est les meilleurs (We Are The Best)*, hosted by Ricardo, and *Canada: A People's History (Le Canada: une histoire populaire)*.

We also presented a special program on December 31 to kick off 2017. The shows were specially designed for English- and French-speaking audiences. We are preparing a much larger-scale program for the celebrations on July 1, 2017.

A digital strategy to support planned programming and activities will also be implemented, including two portals for CBC (English Services) and Radio-Canada (French Services), respectively, and a section of the corporate website dedicated to content, news, programming, partnerships and events.

c) Please identify the expected results.

This broad range of initiatives implemented for Canada's 150th anniversary of Confederation allows Canadians to be part of the public space provided by CBC/Radio-Canada, to connect with each other, and see themselves reflected on our platforms, particularly residents of OLMCs. This milestone year provides a unique opportunity to position CBC/Radio-Canada as the public broadcaster of the future, home to innovative, cutting-edge thinkers who can inspire a nation – in both English and French.

**

Français :

a) description des activités prévues.

CBC/Radio-Canada assure une présence et une visibilité tout au long de cette année qui souligne un jalon important dans l'histoire du pays, et célèbre le meilleur du Canada d'hier, d'aujourd'hui et de demain.

Le radiodiffuseur public souhaite marquer le coup en proposant une programmation thématique, ainsi que des contenus et des activités extérieures qui encouragent les Canadiens de tous les horizons à mettre de l'avant notre identité en tant que peuple et notre avenir en tant que nation.

Afin d'inspirer les Canadiens, de renforcer leur lien émotionnel avec leur radiodiffuseur public national et de leur permettre d'exprimer leur attachement à son égard, CBC/Radio-Canada développe des partenariats avec le Secrétariat fédéral Canada 150, les Fondations communautaires du Canada, le CNA, MosaïCanada, et d'autres organisations qui nous donnent l'occasion de réaliser du contenu, de contribuer à promouvoir 2017, en plus d'étendre notre portée dans les régions, au niveau des CLOSM et à l'échelle nationale.

b) démarches entreprises dans le cadre de ces activités pour assurer que la Société réponde à ses obligations en vertu de la partie VII de la LLO (par ex. consultations, analyse d'incidences, utilisation de clauses linguistiques spécifiques, création de partenariats).

En 2016-2017, CBC/Radio-Canada était le partenaire média officiel du Compte à rebours Canada 150, un partenariat élaboré avec le Secrétariat fédéral Canada 150. Le Compte à rebours a permis de faire le lien entre toutes les régions

du pays, notamment sur les réseaux sociaux, en soulignant quelques journées marquantes du 4 août 2016 au 31 décembre 2016. CBC/Radio-Canada a souligné le jour 100 à Vancouver, et a fait du jour 25 la journée CBC/Radio-Canada.

CBC/Radio-Canada diffuse une programmation spéciale multiplateforme tout au long de l'année 2017 afin d'engager la conversation avec les téléspectateurs et d'enrichir l'expérience que nous offrons aux Canadiens. Le lancement de la programmation, le 7 décembre 2016, a généré de l'intérêt et de l'excitation face à ce qui s'en vient. Parmi les émissions offertes dans le cadre du 150^e anniversaire de la Confédération, mentionnons des projets présentés à la fois à Radio-Canada et à CBC, tels que *On est les meilleurs* animé par Ricardo et *Canada : l'histoire d'un peuple*.

Nous avons aussi présenté une programmation spéciale le 31 décembre pour donner le coup d'envoi à l'année 2017. Les émissions étaient conçues spécifiquement pour les publics francophone et anglophone. Nous préparons une programmation de plus grande envergure encore pour les festivités du 1^{er} juillet 2017.

De plus, nous mettrons en œuvre une stratégie numérique pour soutenir la programmation et les activités prévues, qui comprend deux portails – un pour Radio-Canada (Services français) et un pour CBC (Services anglais) – et une section du site web institutionnel réservée au contenu, aux nouvelles, à la programmation, aux partenariats et aux événements entourant le 150^e anniversaire du Canada.

c) quels sont les résultats attendus.

Cette panoplie d'initiatives mises en œuvre dans le cadre du 150^e anniversaire de la Confédération permettent aux Canadiens de faire partie de l'espace public offert par CBC/Radio-Canada, de créer des liens entre eux, et de se reconnaître sur nos plateformes, notamment pour les citoyens habitant dans des CLOSM. Cette grande année offre une occasion unique à CBC/Radio-Canada de se positionner comme le radiodiffuseur public national de *l'avenir*; qui attire des esprits créatifs et à l'avant-garde pouvant *inspirer* toute une nation... en français et en anglais.

Distribution List / Liste de diffusion

English:

- Canadian Heritage
- Treasury Board of Canada Secretariat
- Office of the Commissioner of Official Languages
- Clerk of the Senate Standing Committee on Official Languages
- Clerk of the House of Commons Standing Committee on Official Languages
- Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA)
- Quebec Community Groups Network (QCGN)
- Fédération culturelle canadienne-française (FCCF)
- Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF)
- Provincial organizations and partners, through our network of regional coordinators
- Community organizations (organizations in OLMCs and other interested groups)

The Review on Official Languages 2016-2017 is published on the CBC/Radio-Canada website at:

<http://cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/official-languages-reports-and-plans/>

Français :

- Patrimoine canadien
- Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
- Commissariat aux langues officielles
- Greffier du Comité permanent du Sénat sur les langues officielles
- Greffier du Comité permanent de la Chambre des communes sur les langues officielles
- Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA)
- Quebec Community Groups Network (QCGN)
- Fédération culturelle canadienne-française (FCCF)
- Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF)
- Organismes et partenaires provinciaux par l'entremise de notre réseau de coordonnateurs régionaux
- Organismes communautaires (organismes faisant partie des CLOSM et d'autres groupes d'intérêt)

Le Bilan annuel sur les langues officielles 2016-2017 est publié sur le site de CBC/Radio-Canada à l'adresse suivante :

<http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/rapports-et-plans-concernant-les-langues-officielles/>

**APPENDIX A: 2016-2017 Official Languages Performance Objectives of the Manager, Diversity and Inclusion | Talent Acquisition /
ANNEXE A : Objectifs de rendement en matière de langues officielles 2016-2017 du chef, Diversité et Inclusion | Acquisition des talents**

English:

Individual Objectives / Action Plans	Performance Indicators / Timeline
Lead the revamp of the Corporation's official languages policy and related framework (i.e., procedures, guidelines and tools) in order to set new ground rules for employees to work with as the Corporation becomes more integrated.	<ul style="list-style-type: none"> • Complete revision of the internal official languages policy and related framework by end of Q2 2016-2017. • Present to and obtain buy-in from People & Culture Senior Management Team (PCSMT) on detailed suggested approach by end of Q2 2016-2017. • Complete revision of iO official languages page, as per official languages policy framework content by Q4 2016-2017. • Approval by Senior Executive Team (SET) members by end of Q4 2016-2017.
Lead the renewal of the Corporation's official languages three-year plan in order to support the application of the new official languages policy (dependence: approval of official languages policy by SET).	<ul style="list-style-type: none"> • Update OL accountability framework by November 15, 2016. • Present new three-year plan and obtain buy-in from PCSMT by end of Q3 2016-17. • Launch by end of Q4 2016-2017.
Remap the second language testing process in support of the application of the new official languages policy.	<ul style="list-style-type: none"> • Map the current process by the end of Q3 2016-2017. • In collaboration with the Talent Acquisition team, review the process mapping by the end of Q4 2016-2017, looking for ways to streamline.

**

Français :

Objectifs individuels/plans d'action	Indicateurs de rendement/échéance
Diriger la refonte de la politique de la Société en matière de langues officielles et de son cadre connexe (c.-à-d. procédures, lignes directrices et outils) afin d'établir de nouvelles règles de base que les employés pourront appliquer au fur et à mesure que l'organisation devient plus intégrée.	<ul style="list-style-type: none"> • Revoir entièrement la politique interne en matière de langues officielles ainsi que son cadre connexe d'ici la fin du T2 de 2016-2017. • Présenter l'approche détaillée proposée à l'équipe de direction de Personnes et Culture (EDPC) et obtenir son approbation d'ici la fin du T2 de 2016-2017. • Revoir entièrement la page iO sur les langues officielles, conformément aux contenus du cadre de la politique d'ici le T4 de 2016-2017. • Obtenir l'approbation des membres de l'Équipe de la haute direction (EHD) d'ici la fin du T4 de 2016-2017.
Diriger le renouvellement du plan triennal sur les langues officielles de la Société afin de soutenir l'application de la nouvelle politique (dépendamment de l'approbation	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre à jour le cadre de responsabilité en matière de langues officielles d'ici le 15 novembre 2016. • Présenter le nouveau plan triennal à l'EDPC et obtenir son approbation d'ici la fin du T3 de 2016-2017.

Objectifs individuels/plans d'action	Indicateurs de rendement/échéance
de la politique par l'EHD).	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en branle le plan triennal d'ici la fin du T4 de 2016-2017.
Restructurer le processus d'évaluation en langue seconde afin de soutenir l'application de la nouvelle politique en matière de langues officielles.	<ul style="list-style-type: none"> • Établir la structure du processus actuel d'ici la fin du T3 de 2016-2017. • En collaboration avec l'équipe de l'Acquisition des talents, revoir la structure du processus pour trouver des moyens de le simplifier d'ici la fin du T4 de 2016-2017.

***APPENDIX B: Example of Language of Service Monitoring Report /
ANNEXE B : Exemple de rapport de surveillance de langue de service***

English:

Appendix B can be found in a separate document.

Français :

L'annexe B est disponible dans un document séparé.