

REVIEW ON OFFICIAL LANGUAGES 2014-2015
BILAN SUR LES LANGUES OFFICIELLES 2014-2015

Preamble / Préambule

CBC/Radio-Canada is currently challenging in the Federal Court of Appeal the notion that the *Official Languages Act* applies to its “programming activities,” which should fall under CRTC’s jurisdiction according to the Corporation. Given the Federal Court ruling on September 8, 2014, which awards the CRTC and the Commissioner of Official Languages joint jurisdiction over CBC/Radio-Canada’s activities, and that this decision is enforceable until the Federal Court of Appeal has ruled on the appeal, we are including information on our programming within this document.

CBC/Radio-Canada conteste à la Cour d'appel fédérale l'application de la *Loi sur les langues officielles* quant à ses « activités de programmation », qui selon la Société relèvent de la compétence exclusive du CRTC. Compte tenu de la décision de la Cour fédérale en date du 8 septembre 2014 qui conclut à la compétence concurrente du CRTC et du Commissariat aux langues officielles quant aux activités de CBC/Radio-Canada et puisque cette décision est exécutoire tant et aussi longtemps que la Cour d'appel fédérale n'aura pas tranché l'appel, nous incluons l'information relative à nos émissions dans le présent document.

Minister responsible / Ministre responsable :

The Honourable Shelly Glover / L'honorable Shelly Glover

Deputy Head / Administrateur général :

Hubert T. Lacroix

Official Languages Champion and co-Champion / Championne et co-championne des langues officielles :

Monique Marcotte

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

Advisor, HR Compliance and Compensation / Conseiller, Conformité des RH et Rémunération
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 *OLA* /
Nom(s) de la (des) personne(s)-ressource(s) en région pour l'article 41 de la *LLO* :

English Services (CBC) / Services anglais (CBC)

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

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

National coordination / Coordination nationale

Noémie Dansereau-Lavoie

Manager, Strategic Planning / Chef, Planification stratégique

Telephone number / Numéro de téléphone : 514 597-7119

Email / Courriel : noemie.dansereau-lavoie@radio-canada.ca

Acadie Region / Région Acadie

Johanne Huard

Communications Manager / Chef des Communications

Telephone number / Numéro de téléphone : 506 853-6722

Email / Courriel : johanne.huard@radio-canada.ca

Ottawa-Gatineau Region / Région d'Ottawa-Gatineau

Thalie Tremblay

Communications Manager / Chef des Communications

Telephone number / Numéro de téléphone : 613 288-6289

Email / Courriel : thalie.tremblay@radio-canada.ca

Ontario Region / Région de l'Ontario

Thalie Tremblay

Communications Manager / Chef des Communications

Telephone number / Numéro de téléphone : 613 288-6289

Email / Courriel : thalie.tremblay@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

Development of official language minority communities and promotion of English and French in the 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)

Tangible Results / Des résultats concrets

<p>1. If your institution had to highlight three key initiatives or more in relation to the development of official-language minority communities (OLMCs), which three initiatives would those be?</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 success factor for these initiatives? 	<p>1. Si votre institution devait souligner <u>trois initiatives clés ou plus</u> ayant contribué au développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), quelles seraient-elles?</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

Given its status as national public broadcaster, CBC/Radio-Canada focuses particular attention on OLMC needs. The Corporation is subject to multiple conditions of licence imposed by the CRTC under the *Broadcasting Act* addressing specific OLMC concerns. These conditions of licence include the following:

All English- and French- language services (radio, television, ICI RDI, CBC, CBC News Network, ARTV, and documentary)

“The licensee shall 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.”

English- and French-language radio and television services:

“The licensee’s national news and information programming shall reflect the country’s regions and official language minority communities, and promote respect and understanding between them.”

French-language radio station CBEF Windsor (ICI Radio-Canada Première):

“During each broadcast week, the licensee shall broadcast a minimum of 15 hours of local programming.”

French-language television services (ICI Radio-Canada Télé):

“The licensee shall broadcast at least five hours of Canadian local programming per week. For the purpose of this condition of licence, ‘local programming’ means programming produced by local stations with local personnel or programming produced by locally based independent producers that reflects the particular needs and interests of the market’s residents. For the Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Ottawa, Toronto and Moncton stations, the five hours of Canadian local programming that must be broadcast over the broadcast week may be averaged over the entire broadcast year. Each station shall broadcast local news seven days a week each week, except holidays, as defined in the interpretation Act, excluding Sundays as a holiday.”

“The licensee shall broadcast on the network a minimum of five hours per week averaged over the broadcast year of Canadian programming produced in the regions of the Atlantic, Ontario, the West, the North, and Quebec (excluding Montreal).”

“The licensee shall in each broadcast year devote to the acquisition of or investment in Canadian programming by independent production companies from the regions of the Atlantic, Ontario, the West, the North, and Quebec (excluding Montreal) at least 6% of the current broadcast year’s programming expenditures on Canadian programming from independent production companies. The investments and acquisitions shall be reasonably distributed amongst all the regions during the licence term.”

“By 30 November of each year, the licensee shall provide a report, in a form acceptable to the Commission, containing:

- a) information on programs of national interest broadcast in prime time, specifying the program category, language, origin, region and whether the production comes from an official language minority community (OLMC);
- b) information on programs broadcast on the network other than programs of national interest produced in French OLMCs, and/or offering reflection of these communities;
- c) information on local programming broadcast by each television station outside the Province of Quebec that provides reflection of French OLMCs;
- d) results of a French OLMCs audience perception survey on how well the Corporation’s French-language radio and television services are reflecting the OLMCs.”

English-language television services (CBC Television):

“If the licensee operates in a:

- a) metropolitan market as defined in *Regulatory frameworks for broadcasting distribution undertakings and discretionary programming services* – Regulatory Policy, Broadcasting Public Notice CRTC 2008-100, 30 October 2008 (Broadcasting Public Notice 2008-100), the licensee shall broadcast at least fourteen hours of Canadian local programming per week. Of these 14 hours, at least 1 hour per week shall consist of non-news local programming. [Applies to the CBC Television station in Montreal.]

“The licensee shall:

- a) devote to the acquisition of or investment in Canadian programming by independent production companies from the Province of Quebec at least 6% of the current broadcast year’s programming

expenditures on Canadian programming from independent production companies, averaged over the licence term;

- b) devote at least 70% of its annual programming development expenditures to English-language programming from independent production companies in Quebec, averaged over the licence term.”

“By 30 November of each year, the licensee shall provide a report, in a form acceptable to the Commission, containing:

- a) information on programs of national interest broadcast in prime time, specifying the program category, language, origin, region and whether the production comes from an official language minority community (OLMC).
- b) information on programs broadcast on the network other than programs of national interest, produced in English OLMCs and/or offering reflection of these communities.
- c) information on local programming broadcast by the Montreal television station that provides reflection of English OLMCs.
- d) results of an English-language OLMC audience perception survey on how well the Corporation’s English-language television and radio services are reflecting the regions.

ICI RDI

“The programming of RDI shall reflect the concerns of each of the principal French-language regions in Canada: the regions of the Atlantic, Ontario, the West, the North, and Quebec (excluding Montreal). To this end, the licensee shall ensure that at least one-third of original programs and program segments broadcast by RDI each year come from the regions of the Atlantic, Ontario, the West, the North, and Quebec (excluding Montreal).”

ICI ARTV:

“The licensee: a) shall provide a national, French-language arts specialty television service that reflects the unique character of Quebec culture and the needs and circumstances of French-language communities in other parts of Canada.”

“The licensee shall devote at least 20%, averaged over the licence term, of the annual budgets for original Canadian production to programs produced outside Quebec. At least 50% of these amounts shall be devoted to Canadian programs from independent production companies outside Quebec.

Following is a list of the many detailed reports that the Corporation files annually with the CRTC:

Appendix 1	OLMC Consultation Report
Appendix 2	OLMC Survey
Appendix 3	Programs of National Interest in Prime Time
Appendix 4	Programs Produced in or Reflecting French OLMCs
Appendix 5	Local Programming That Provides Reflection of French OLMCs
Appendix 6	Board of Directors’ Response to the Recommendations Presented in the Ombudsmen’s Report
Appendix 7	Investment in Independent Production
Appendix 8	Network Programs Produced in the Following Regions: Atlantic Canada, Ontario, West, North, and Quebec (Excluding Montreal)

These reports are also available on the CBC/Radio-Canada corporate website: <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/crtc-and-lpif-submissions/>

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

1) Local Programming Serving OLMCs

As was explained at length in the detailed reports filed with the CRTC, CBC/Radio-Canada ensures that it delivers a minimum number of hours of local programming specifically for OLMCs; that is, programming produced by local stations with local personnel or programming produced by locally based independent producers that reflects the particular needs and interests of the market's residents. Local CBC/Radio-Canada content serving OLMCs can therefore be found on radio, television and the web.

2) Reflection of OLMCs Across the Network

As explained at length in the reports filed with the CRTC, the Corporation ensures that the network schedule offers programming that reflects the concerns of OLMCs.

3) Miscellaneous Consultation Mechanisms

CBC/Radio-Canada holds a formal consultation at least once every two years with 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, and submits a detailed annual report to the CRTC about these consultations.

Ongoing Dialogue

Moreover, we'd like to point out that official consultations like these are not the only opportunity for discussion and consultation with OLMCs. With an eye to keeping the dialogue going and strengthening its ties with the various organizations and associations representing Canada's French-speaking minority communities, the Corporation had already set up various consultation mechanisms for CBC and Radio-Canada before the condition of licence came into effect (Regions' Panels, meetings with leaders and association representatives, business communications with independent producers, etc.).

Note: Over and above these consultations, the Corporation conducts annual perception surveys to ensure that OLMC residents are satisfied with its radio and television services. The Corporation provides the CRTC with the results of this survey, which can also be found on the Corporation's website: <http://www.cbc.radio-canada.ca/files/cbcrc/documents/submissions/crtc/appendix-2-olmc-survey.pdf>

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

CBC/Radio-Canada's performance, which meets and even exceeds the conditions of licence regarding OLMC programming, is described in detail in the reports to the CRTC, which can also be found on the Corporation's website: <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/crtc-and-lpif-submissions/>.

Français :

a) Décrivez ces initiatives

En vertu de son statut de radiodiffuseur public, CBC/Radio-Canada accorde une attention particulière aux besoins des CLOSM. La Société est soumise à plusieurs conditions de licences imposées par le CRTC, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, relatives aux besoins particuliers des CLOSM. Ces conditions de licence incluent ce qui suit.

Tous les services de langue française et anglaise (radio, télévision, ICI RDI, CBC News Network, ICI ARTV et *documentary*) :

« La titulaire doit 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. »

Services de radio et de télévision de langue française et de langue anglaise :

« Les émissions d'information et les bulletins de nouvelles nationaux de la titulaire doivent refléter les régions du pays et les communautés de langue officielle en situation minoritaire et favoriser le respect et la compréhension entre elles. »

Station de radio de langue française CBEF Windsor (ICI Radio-Canada Première) :

« Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la titulaire doit diffuser au moins 15 heures de programmation locale. »

Services de télévision de langue française (ICI Radio-Canada Télé) :

« La titulaire doit diffuser au moins cinq heures par semaine de programmation locale canadienne. Aux fins de cette condition de licence, "programmation locale" signifie de la programmation produite par des stations locales qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux qui reflète les besoins et les intérêts propres à la population du marché. Pour les stations de Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Ottawa, Toronto et Moncton, les cinq heures de programmation locale canadienne devant être diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion peuvent être réparties sur l'ensemble de l'année de radiodiffusion. Chaque station doit diffuser des nouvelles locales sept jours par semaine, chaque semaine, sauf les jours fériés, tels que définis par la Loi sur l'interprétation, à l'exception du dimanche qui n'est pas considéré comme un jour férié aux fins de la présente. »

« La titulaire doit diffuser sur le réseau au moins 5 heures par semaine, calculées en moyenne sur l'année de radiodiffusion, d'émissions canadiennes produites dans les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal). »

« La titulaire doit, au cours de chaque année de radiodiffusion, consacrer à l'investissement dans des émissions canadiennes de sociétés de production indépendante provenant des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal) ou à leur acquisition, au moins

6 % des dépenses en émissions canadiennes de sociétés de production indépendante de l'année de radiodiffusion en cours.

Les investissements ou acquisitions doivent être raisonnablement répartis entre toutes les régions au cours du terme de la licence. »

« La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur :

- a) les émissions d'intérêt national diffusées aux heures de grande écoute, indiquant la catégorie d'émission, la langue, la provenance, la région et en indiquant s'il s'agit d'une production provenant d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).
- b) les émissions diffusées sur le réseau autres que les émissions d'intérêt national provenant des CLOSM de langue française et/ou reflétant ces communautés.
- c) les émissions locales diffusées par chacune des stations de télévision à l'extérieur du Québec qui offrent un reflet des CLOSM de langue française.
- d) le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire des CLOSM de langue française sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue française de la Société reflète les CLOSM. »

Services de télévision de langue anglaise (CBC Television) :

« Si le service est exploité dans un marché de télévision :

- a) métropolitain tel que défini dans Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs - politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-L00, 30 octobre 2008 (l'avis public de radiodiffusion 2008-100), la titulaire doit diffuser au moins 14 heures de programmation locale canadienne au cours de chaque semaine de radiodiffusion. De ces 14 heures par semaine, au moins une heure par semaine doit être consacrée à de la programmation locale autre que des nouvelles. » [Applicable à la station de CBC Television à Montréal]

« La titulaire doit consacrer :

- a) à l'investissement dans la programmation canadienne de sociétés de production indépendante provenant de la province de Québec ou à leur acquisition au moins 6 % des dépenses en programmation de l'année de radiodiffusion en cours sur la programmation canadienne de sociétés de production indépendante, réparties sur la période de licence;
- b) au moins 70 % de ses dépenses annuelles en développement de programmation à de la programmation de langue anglaise de sociétés de production indépendante provenant de la province de Québec, réparties sur la période de licence. »

« La titulaire doit déposer, au plus tard le 30 novembre de chaque année, dans un format acceptable pour le Conseil, un rapport annuel portant sur :

- a) les émissions d'intérêt national diffusées aux heures de grande écoute, indiquant la catégorie

d'émission, la langue, la provenance, la région et en indiquant s'il s'agit d'une production provenant d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).

- b) les émissions diffusées sur le réseau autres que les émissions d'intérêt national provenant des CLOSM de langue anglaise et/ou reflétant ces communautés.
- c) les émissions locales diffusées par la station de télévision de Montréal qui offrent un reflet régional des CLOSM de langue anglaise.
- d) le résultat de sondages sur la perception de l'auditoire de langue anglaise de CLOSM sur la façon dont la programmation des services de télévision et de radio de langue anglaise de la titulaire reflète les CLOSM. »

ICI RDI

« La programmation d'ICI RDI doit refléter les préoccupations de chacun des pôles de langue française canadiens, soit les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal). À cette fin, la titulaire doit s'assurer qu'au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales diffusés par ICI RDI chaque année proviennent des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal). »

ICI ARTV :

« La titulaire : a) doit offrir à l'échelle nationale un service spécialisé de télévision de langue française axé sur les arts qui tient compte du caractère unique de la culture québécoise et des besoins et particularités des communautés de langue française d'autres régions du Canada. »

« La titulaire doit consacrer au moins 20 %, calculé en moyenne sur la période de licence, de ses budgets annuels de production originale canadienne à des émissions produites à l'extérieur du Québec. Au moins 50 % de ces montants doit être consacré à des émissions canadiennes provenant de sociétés de production indépendante à l'extérieur du Québec.

Voici la liste des nombreux rapports détaillés que la Société dépose annuellement au CRTC :

Annexe 1	Rapport de consultation CLOSM
Annexe 2	Sondage CLOSM
Annexe 3	Émission d'intérêt national aux heures de grande écoute
Annexe 4	Émissions diffusées au réseau provenant ou reflétant les CLOSM de langue française
Annexe 5	Programmation locale reflétant les CLOSM de langue française
Annexe 6	Réponse au conseil d'administration aux recommandations formulées par les ombudsmans dans leurs rapports annuels
Annexe 7	Investissements dans les productions indépendantes
Annexe 8	Émissions au réseau produites dans les régions de l'Atlantique, Ontario, Ouest, Nord et Québec (exc. Montréal)

Ces rapports sont aussi disponibles sur le site institutionnel de CBC/Radio-Canada :

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

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

1) Programmation locale servant les CLOSM

Tel qu'amplement expliqué dans les rapports détaillés déposés au CRTC, CBC/Radio-Canada s'assure de proposer un minimum d'heures de programmation locale spécialement destinée aux CLOSM, c'est-à-dire une programmation produite par des stations locales qui ont un personnel local ou une programmation créée par des producteurs indépendants locaux qui reflète les besoins et les intérêts propres à la population du marché. Du contenu local d'ICI Radio-Canada servant les CLOSM se trouve ainsi à la radio, à la télévision et sur le web.

2) Reflète des CLOSM au réseau

Tel qu'amplement expliqué dans les rapports déposés au CRTC, la Société s'assure d'offrir une programmation réseau qui reflète les préoccupations des communautés de langues officielles en milieu minoritaire.

3) Mécanismes de consultations divers

CBC/Radio-Canada organise au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les 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 et dépose un rapport annuel détaillé au CRTC au sujet de ces consultations.

Un dialogue continu

De plus, soulignons que de telles consultations officielles ne sont pas la seule occasion de discussion avec les CLOSM. En effet, soucieuse d'entretenir le dialogue et de consolider ses liens avec les organismes et associations représentant les communautés francophones en milieu minoritaire, CBC/Radio-Canada s'était déjà dotée, avant l'entrée en vigueur de cette condition de licence, de divers mécanismes de consultation (panels des régions, rencontres avec leaders et représentants d'associations, communications d'affaires avec producteurs indépendants, etc.) et ce, tant du côté d'ICI Radio-Canada que de CBC.

Note : en plus de ces consultations, la Société effectue chaque année des sondages de perception afin de s'assurer de la satisfaction des membres des CLOSM à l'égard des services de télévision et de radio. La Société fournit au CRTC les résultats de ce sondage, qui se trouvent aussi sur le site institutionnel de la Société : <http://www.cbc.radio-canada.ca/files/cbcrc/documents/presentations/crtc/annexe-2-closm-sondage.pdf>

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

La performance de CBC/Radio-Canada, qui rencontre et dépasse ses conditions de licence en ce qui concerne la programmation reliée aux CLOSM, est rapportée en détail dans les rapports au CRTC, qui se trouvent aussi sur le site institutionnel de la Société : <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/presentations/crtc-et-fapl-presentations/>

<p>2. If your institution had to highlight three key initiatives or more in relation to the promotion of English and French in Canadian society, which three initiatives would it be?</p> <ol style="list-style-type: none"> Describe these initiatives. What are the tangible impacts of these initiatives on the Canadian society? What do you think is the determining success factor for these initiatives? 	<p>2. Si votre institution devait souligner trois initiatives clés ou plus ayant contribué à la promotion du français et de l'anglais dans la société canadienne, quelles seraient-elles?</p> <ol style="list-style-type: none"> Décrivez ces initiatives. Quels sont les effets concrets de ces initiatives dans la société canadienne? Quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives?
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

English :

Anglophones in Quebec

In pursuit of that commitment, CBC serves nearly one million English speakers in Quebec daily with local news, current affairs and arts programming on TV, radio and the web.

Each initiative below is presented in three separate sections (i.e., “a) Describe these initiatives.” “b) What are the tangible impacts of these initiatives on the Canadian society?” and “c) What do you think is the determining success factor for these initiatives?”).

2.1 Working Group on Arts, Culture and Heritage with the English-speaking Communities of Quebec

a) Debbie Hynes, Communications Manager, and Meredith Dellandrea, Program Manager, Arts and Culture, attended this session on March 31, 2014. This tripartite initiative between the English-speaking communities’ Arts, Culture and Heritage Sector; the Interdepartmental Relations and Accountability Directorate; and the Quebec Regional Office of Canadian Heritage aims to provide an opportunity to strengthen cooperation between the English-speaking communities of Quebec and key federal institutions involved in the Arts, Culture and Heritage Sector.

b) Tangible Results

- Meredith Dellandrea participated in subcommittee work on public engagement from an arts and business perspective.
- Debbie Hynes and Meredith Dellandrea delivered the “Getting Media Attention” workshop to 15 English-Language Arts Network (ELAN) members. ELAN identified this as a need for its members: <http://elanartsblog.tumblr.com/post/78682602842/getting-media-attention>. Workshops were conducted in January and February 2015.
- In addition, CBC Montreal will be an official sponsor of Arts Alive: a summer arts festival circuit linking six English-speaking community festivals from June to October 2015 in Hudson (June 4–7), Quebec City (June 12–13), West Island (June 26–27), Lac Brome (July 3–4), Huntingdon (August 14–15) and Wakefield (October 1–4). This circuit is organized by ELAN.

c) Success Factors

- Educate artists (more than 30 in this case) on media opportunities and establish direct contacts with producers and programmers.
- Establish trust with various organizations.

- Contribute to the overall growth and cooperation among groups of federal institutions.
- Enrich regional programming with stories reflecting the artistic vitality of the English-speaking community.

2.2 Partnership with Concordia University's Department of Journalism

a) *Côte-des-Neiges Chronicles* was a collaborative effort between CBC Montreal and the Concordia University Department of Journalism's diploma program, where students were asked to pitch research and produce multimedia features both for their online class and cbc.ca/montreal.

b) Tangible Results

- The result was a wide-ranging look at the history of Côte-des-Neiges, its key attractions, as well as the individuals and communities that make up one of Montreal's more diverse neighbourhoods with a large English-speaking population. The final work was posted as a student journalism web feature on April 29, 2014, and counted toward the students' final grade:
<http://www.cbc.ca/montreal/features/cote-des-neiges-chronicles/>.
- CBC Montreal is currently working with the students on a second series focusing on St-Henri.

c) Success Factors

- Reflect the realities of the English-speaking minority community in our programming.
- Contribute to the sense of pride and belonging among English-speaking youth and celebrate their accomplishments.
- Establish a relationship of trust with Concordia University.

2.3 International Start-up Festival

a) During this event from July 9 to 12, 2014, CBC Montreal conducted media pitch sessions with nearly 50 young entrepreneurs, predominantly English-speaking Quebecers, and networked with hundreds of others. The goal was to help young entrepreneurs refine their media pitch and to showcase their stories. The workshops were "sold out". The best pitcher over the two days was interviewed on CBC Radio's *Homerun*, CBC TV and cbc.ca/montreal. Here's a link to the winning pitch:
<http://www.cbc.ca/m/touch/canada/montreal/story/1.2704844>.

b) Tangible Results

- Since the Festival, CBC has connected with several members of the start-up business community and some have even participated on meetings of our tech panel.
- The partnership is growing: we will be partnering with the International Start-up Festival again in 2015 and expanding the relationship to create a Kids Day Camp with additional partners, Kids' CBC, Kids Code Jeunesse and Youth Fusion.

c) Success Factors

- Leverage key partnerships with the start-up community to connect directly with youth, business and the diversity community.
- Grow our social media presence on all platforms to amplify stories and content.

2.4 Partnership with Townshippers' Association

a) **Townshippers' Association** is a non-profit community organization representing 42,000 members of the English-speaking community in the historical Eastern Townships. In 2014, the association held its 35th annual Townshippers' Day, and CBC was once again the media partner for the event, which took place in Coaticook, Quebec. *Quebec AM* host Susan Campbell emceed the day's activities, including the opening ceremonies: <http://townshippers.qc.ca/portal/dont-miss-the-35th-townshippers-day-this-saturday/>.

b) Tangible Results

- One of the key initiatives we plan to support more directly in 2015-2016 is Make Way for YOUth, a program to counter the youth exodus and encourage qualified young professionals to move to the regions. Make Way for YOUth covers the entire Estrie region and is the only one in Quebec that specifically targets the English-speaking population, providing a unique opportunity for post-secondary students and graduates to receive help and support when choosing where they wish to settle and begin their careers.

c) Success Factors

- Contribute to sense of pride and belonging among English-speaking youth, specifically in rural communities.
- Strengthen the link and connection between vital English-speaking communities.

2.5 CBC Blue Literary Awards / Série littéraire Radio-Canada

a) From April 30 to May 3, 2014, CBC Radio One (88.5 FM in Montreal) and ICI Radio-Canada Première (95.1 FM in Montreal) invited festival-goers to attend the CBC Blue Literary Series / Série littéraire Radio-Canada.

b) Tangible Results

- CBC/Radio-Canada held a cluster of events and conversations with hosts and authors: Pénélope McQuade with Kim Thúy, Shelagh Rogers with Montrealer Heather O'Neill, and René Homier-Roy with French author David Foenkinos.
- Michael Enright sat down with Richard Ford, Eleanor Wachtel chatted with Luis Alberto Urrea, and Paul Kennedy hosted the roundtable discussion "Historical Montreal" alongside authors Mark Lavorato, Susan Doherty, and Elaine Kalmann Naves. CBC host Jeanette Kelly did a special edition of her show *Cinq à Six*, on the theme of "Women writing trauma, writing survival." Finally, an exclusive opportunity – at the Espresso Break public author reading, the recipients of the CBC Short Story Prize and Prix de la nouvelle Radio-Canada were revealed to festival-goers: Jane Eaton Hamilton for "Smiley" and Sarah Desrosiers for "Un entrefilet."

c) Success Factors

- Reflect the artistic and cultural talents of the English-speaking minority community in national programming.
- Create a cross-cultural programming experience for festival attendees.
- Share English-speaking community perspectives with regional and national audiences through broadcasts.

2.6 Young Quebecers Leading the Way

a) CBC Quebec is proud to support the Quebec Community Groups Network (QCGN), the Institut du Nouveau Monde (INM) and the Association of Canadian Studies (ACS) on a new project called Young Quebecers Leading the Way. This three-year project will engage hundreds of young Quebecers in celebrating the sesquicentennial of Canadian Confederation. Funded by the Department of Canadian Heritage's Youth Take Charge program, the project will oversee three annual youth forums where participants aged 15 to 25 will share their views on the significance of youth engagement in shaping the future of their country. From March 6 to 8, 2015, *Quebec AM* host Susan Campbell spoke with young Quebecers aged 15 to 25 from the Eastern Townships, the Gaspé Peninsula, the Outaouais, Rouyn-Noranda, Greater Montreal and the provincial capital region. CBC Quebec will be coordinating with QCGN throughout the three-year project.

b) Tangible Results

- During the weekend, participants drafted a declaration on Canada's past as viewed by its future.
- CBC Quebec will be coordinating with QCGN throughout the three-year project.
- QCGN holds the annual Goldbloom Awards, celebrating volunteer achievement. We are working with QCGN to add a youth award to this event.

c) Success Factors

- Consult directly with English-speaking youth across the province to find out how best to communicate with this audience.
- Contribute to a sense of pride and belonging among English-speaking youth and celebrate their accomplishments.
- Establish a trust relationship with QCGN.

Francophones Outside Quebec

The various consultations conducted with OLMCs revealed that the renewal of Canada's French-speaking communities – closely dependent on youth and immigration – is a key concern and that, in this regard, ICI Radio-Canada represents an invaluable identity lever for passing on the French language, especially in minority situations.

The Corporation attaches particular importance to building loyalty and renewing its young audiences across

all of its platforms, as well as reflecting the vibrant cultural diversity of these communities, as demonstrated by the following initiatives.

Each initiative below is presented in three separate sections (i.e., “a) Describe these initiatives.” “b) What are the tangible impacts of these initiatives on the Canadian society?” and “c) What do you think is the determining success factor for these initiatives?”).

2.1 Giving Young People a Voice: Forum des Jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques

- a) From June 23 to 30, 2014, the 4th Forum des jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques was held in St. Boniface, bringing together fifty-odd young people aged 18–35 and five heads of families from all over the Americas.

Put on by the Centre de la francophonie des Amériques, this major event – of which the public broadcaster was a proud partner – provided a unique opportunity to compare the perspectives of young Francophones hailing from as far afield as Argentina, the Far North, Bogota, Saskatoon, Vancouver and Port-au-Prince, all sharing a common French-speaking heritage.

The forum received coverage on all of the public broadcaster’s platforms (TV | radio | web), with a roundtable organized by ICI Radio-Canada at Université de Saint-Boniface being featured on the local morning show. The event also enjoyed national exposure through such initiatives as a specially created interactive map where users could view profiles of the young participants, as well as various reports produced for national programs, including one that ran on ICI Radio-Canada Première’s Sunday newsmagazine *Désautels*: <http://ici.radio-canada.ca/sujet/jeunes-ambassadeurs> (in French only).

b) Tangible Results

- Instilling a sense of Francophone pride (belonging, identity).
- Promoting diversity (geographical, cultural and linguistic).
- Building bridges between the various communities (within Canada and across the Americas).

c) Success Factors

- Collaboration with the Centre de la francophonie des Amériques (Forum organizer) and the Société franco-manitobaine (host organization).
- Favourable reception from the Franco-Manitoban community (strong turnout at the various events, including the roundtable organized by ICI Radio-Canada).

2.2 Launch of ICI Radio-Canada’s Jeun’Info Program in Western Provinces

- a) For the fifth year in a row, French-speaking high school students from Western Canada interested in exploring the possibilities of a journalism career got to take the “Jeun’Info” challenge. Initiated by ICI Colombie-Britannique, the program has enjoyed such enormous success in recent years that it was expanded to all Western provinces in winter 2015.

The idea is to give young people in grades 10, 11 and 12 the opportunity to try their hand at

journalism, learn teamwork skills, and spark their curiosity for the news media. Over a one-month period, the selected candidates receive journalism training and are supervised by ICI Radio-Canada staff. Once their training is complete, participants are asked to present their reports on live television as part of a special Jeun'Info broadcast.

(Note: The Manitoba version of Jeun'Info follows a slightly different format. The program is also open to undergraduate students and participants' reports air each month on *Le téléjournal Manitoba*. The station works with the Action Média organization for high school students and Le Réveil for Université de Saint-Boniface students).

b) Tangible Results

- In 2014-2015, nearly two dozen students received media training from the public broadcaster (with emphasis on developing new skills and expanding professional horizons).
- More generally, the initiative contributed to a sense of pride and belonging among young French speakers by promoting French as a vibrant “media” language (scriptwriting, storytelling, etc.).
- Renewing audiences in Western Canada including winning over new young viewers/listeners.

c) Success Factors

- Work closely with the Western Canadian education community to promote the program. The relationships of trust built up over the years have helped ensure the success of the initiative.
- Drive and engagement of all staff.
- Substantial engagement on social networks and among the general public (sharing, promotion, etc.).

2.3 Black History Month (February)

- a) In February 2015, ICI Radio-Canada celebrated Black History Month with a wide range of programming on all its platforms. A special multilingual website produced by Radio Canada International became the go-to portal for accessing ICI Radio-Canada's coverage of the event (interviews, reports, roundtables, profiles of men and women from the Afro-Canadian community who left their mark on the country's history, in medicine, literature, music or sports), while also providing exclusive content (interactive map, articles, recent archives, and links to external productions).

Nearly 30 original content items (reports and interviews) were produced by stations outside Quebec, demonstrating the vitality and diversity of the French-speaking Afro-Canadian community, especially in Ontario and the Western provinces.

Also worth mentioning are the online profiles of accomplished ICI Radio-Canada hosts and reporters from across the country, including Yves-Gérard Mahou-Loko, host of the Toronto morning show; Noémie Moukanda, a reporter in British Columbia; and Abdoulaye Cissoko, a reporter in Manitoba.

b) Tangible Results

- Better understanding of the vital, dynamic nature of Canada's new French-speaking community

(whose renewal is largely dependent on immigration, particularly outside Quebec).

- Audience renewal (communities of interests, both geographical and cultural), as witnessed by the event's wide reach (high number of website visits, ratings for special programs, etc.).

c) Success Factors

- Staff engagement for the initiative.
- Collaboration among the various teams to identify creative, innovative approaches.
- Concerted effort among all departments and platforms to develop high-quality exclusive content.

2.4 Renewing Partnerships With Cultural and Regional Organizations Across the Country

The Corporation also recognizes Canadians' expressed desire to see the public broadcaster strengthen its presence in community life across the country, particularly through the arts (partnerships and talent scouting).

- a) That's why ICI Radio-Canada partners with over 150 arts and entertainment organizations (music, literature, theatre, film, etc.) across Canada each year. A surveyor of the arts scene, the public broadcaster supports and promotes homegrown talent by helping launch the careers of Francophone artists, as well as giving exposure to musical and cultural events.

For example, in 2014, on the French-language music scene, ICI Radio-Canada reiterated its role as a leading cultural institution by partnering with the Festival du Voyageur (Winnipeg), Chant'Ouest (Western Canada), the Gala Trille Or (Ontario), and the Prix Éloizes (Atlantic Canada).

Meanwhile, its Révélation program, devoted to emerging French-language musical talent, enjoys the support of over 100 regional organizations across Canada that, year in, year out, answer the public broadcaster's call to nominate up-and-coming performers in all musical genres.

ICI Radio-Canada also partners with other regional cultural events, such as book fairs (in Edmundston, Sudbury, Vancouver, etc.). In addition to reflecting the country's cultural vitality, the public broadcaster provides a unique space where local residents, creators and the various industry players can meet and interact.

b) Tangible Results

These many partnerships allow us to:

- strengthen the link and connection with Canadians by providing an exceptional showcase for regional creators;
- promote the development and vitality of regional culture through the arts;
- enhance our regional and national programming by reflecting the country's artistic vitality.

c) Success Factors

- Trust built up over the years with the various organizations.

Français :

Anglophones au Québec

Chaque jour, CBC s'applique à remplir son mandat et à servir près d'un million d'anglophones au Québec, en diffusant des nouvelles locales, ainsi que des émissions d'actualités et d'arts à la télévision, à la radio et sur Internet.

Chaque initiative ci-dessous est présentée en trois sections distinctes (c.-à-d. « a) Décrivez ces initiatives? », « b) Quels sont les effets concrets de ces initiatives dans la société canadienne? » et « c) Quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives? »).

2.1 Groupe de travail sur les arts, la culture et le patrimoine avec les communautés anglophones du Québec

- a) Debbie Hynes, chef des Communications, et Meredith Dellandrea, chef des émissions, Arts et Culture, ont assisté à cette rencontre le 31 mars 2014. Cette initiative tripartite entre le secteur des arts, de la culture et du patrimoine des communautés anglophones, la Direction des relations interministérielles et de la responsabilisation et le bureau régional du Québec de Patrimoine canadien a pour objectif de renforcer la coopération entre les communautés anglophones du Québec et les principales institutions fédérales impliquées dans le secteur des arts, de la culture et du patrimoine.
- b) Effets concrets
- Meredith Dellandrea a participé aux travaux du sous-comité sur l'engagement public du point de vue artistique et économique;
 - Debbie Hynes et Meredith Dellandrea ont donné un atelier intitulé *Getting Media Attention*, à 15 membres du English-Language Arts Network (ELAN), ce groupe ayant déterminé que cet atelier serait bénéfique pour ses membres : <http://elanartsblog.tumblr.com/post/78682602842/getting-media-attention> (en anglais seulement). Les ateliers se sont tenus en janvier et en février 2015;
 - Par ailleurs, CBC Montreal fera partie des commanditaires officiels de la tournée Arts Alive, un festival artistique d'été qui fera escale dans six communautés anglophones entre juin et octobre 2015 : Hudson (4 au 7 juin), Québec (12 et 13 juin), Ouest-de-l'Île (26 et 27 juin), Lac-Brome (3 et 4 juillet), Huntingdon (14 et 15 août) et Wakefield (1^{er} au 4 octobre). Cette tournée est organisée par le groupe ELAN.
- c) Facteurs de succès
- Sensibiliser des artistes (plus de 30 dans ce cas) aux possibilités de travail avec les médias, et établissement de liens directs avec des réalisateurs et des programmeurs;
 - Établir un lien de confiance avec diverses organisations;

- Contribuer à la croissance globale et à la collaboration entre les groupes d'institutions fédérales;
- Enrichir la programmation régionale en présentant des histoires témoignant de la vitalité artistique de la communauté anglophone.

2.2 Collaboration avec le département de journalisme de l'Université Concordia

- a) *Côte-des-Neiges Chronicles* a été le fruit d'une collaboration entre CBC Montreal et le département de journalisme de l'Université Concordia. Les étudiants étaient appelés à présenter des idées de sujets, à mener les recherches requises et à produire des reportages multimédias pour leur cours en ligne et le site cbc.ca/montreal.
- b) Effets concrets
- Il en a résulté un large éventail de points de vue sur l'histoire de Côte-des-Neiges, sur ses principales attractions et sur les personnes et les communautés qui en font l'un des quartiers les plus multiculturels de Montréal, avec une importante population anglophone. Ce travail de journalisme étudiant a été mis en ligne le 29 avril 2014 et a contribué à la note finale des étudiants : <http://www.cbc.ca/montreal/features/cote-des-neiges-chronicles/> (en anglais seulement);
 - CBC Montreal travaille actuellement avec les étudiants à une deuxième édition du projet pour le quartier Saint-Henri.
- c) Facteurs de succès
- Refléter la réalité de la minorité anglophone dans notre programmation;
 - Contribuer au sentiment de fierté et d'appartenance de la jeunesse anglophone et souligner ses réalisations;
 - Établir une relation de confiance avec l'Université Concordia.

2.3 International Start-up Festival

- a) Pendant cet événement, qui s'est déroulé du 9 au 12 juillet 2014, CBC Montreal a organisé des séances de présentation de projets aux médias avec une cinquantaine de jeunes entrepreneurs, majoritairement des Québécois anglophones, et a établi un lien avec des centaines d'autres. Le but était d'aider de jeunes entrepreneurs à raffiner leurs techniques de présentation et de mettre en valeur leurs projets. Nos ateliers affichaient complet. L'entrevue avec les auteurs de la meilleure présentation a été diffusée à l'émission *Homerun* de CBC Radio, sur les ondes de CBC Television et sur cbc.ca/montreal. Voici la présentation gagnante : <http://www.cbc.ca/m/touch/canada/montreal/story/1.2704844> (en anglais seulement).
- b) Effets concrets
- Depuis le festival, CBC est entrée en contact avec plusieurs membres du milieu des entreprises en démarrage. Certains ont notamment participé à des réunions de notre panel des technologies;
 - Ce partenariat s'élargit puisque nous serons à nouveau partenaires de l'International Start-up

Festival en 2015 et nous renforcerons nos relations dans le but de mettre sur pied un camp de jour avec d'autres partenaires (Kids CBC, Kids Code Jeunesse et Fusion Jeunesse).

c) Facteurs de succès

- Miser sur des partenariats clés avec des entreprises en démarrage pour entrer directement en relation avec les jeunes, les entreprises et les communautés issues de la diversité;
- Accroître notre présence dans les médias sociaux sur toutes les plateformes, pour faire écho à nos histoires et à notre contenu.

2.4 Partenariat avec l'Association des Townshippers

a) L'Association des Townshippers est un organisme communautaire sans but lucratif qui compte 42 000 membres de la communauté anglophone des Cantons de l'Est. Cette association a tenu en 2014 sa 35^e Journée annuelle des Townshippers, et CBC était à nouveau le partenaire média de l'événement qui s'est tenu à Coaticook, au Québec. Susan Campbell, de l'émission *Quebec AM*, a animé les activités de la journée, y compris une séance d'accueil : <http://townshippers.qc.ca/portal/dont-miss-the-35th-townshippers-day-this-saturday/> (en anglais seulement).

b) Effets concrets

- L'une des principales initiatives que nous prévoyons appuyer plus directement en 2015-2016, Place aux jeunes en région, vise à freiner l'exode des jeunes et à encourager les jeunes professionnels qualifiés à s'installer dans les régions. Ce programme, qui couvre toute l'Estrie, est le seul au Québec à cibler spécialement la population anglophone en offrant aux diplômés et étudiants du niveau postsecondaire l'occasion de recevoir de l'aide et du soutien lorsqu'ils choisissent cette région pour s'installer et démarrer leur carrière.

c) Facteurs de succès

- Contribuer au sentiment de fierté et d'appartenance envers la jeunesse anglophone, particulièrement dans les communautés rurales;
- Renforcer le lien et les échanges entre les communautés anglophones de première importance.

2.5 Série littéraire Radio-Canada/CBC Blue Literary Awards

a) Du 30 avril au 3 mai 2014, ICI Radio-Canada Première (95,1 FM à Montréal) et CBC Radio One (88,5 FM à Montréal) ont invité les festivaliers à assister à leur Série littéraire Radio-Canada/CBC Blue Literary Series.

b) Effets concrets

- CBC/Radio-Canada a réalisé un ensemble d'événements et de conversations entre un animateur et un auteur – Pénélope McQuade et Kim Thúy, Shelagh Rogers et la Montréalaise Heather O'Neill, et René Homier-Roy et l'auteur français David Foenkinos. Michael Enright s'est entretenu avec Richard Ford, Eleanor Wachtel a discuté avec Luis Alberto Urrea, et Paul Kennedy a animé une table ronde intitulée « Historical Montreal » avec les auteurs Mark Lavorato, Susan Doherty et Elaine Kalmann Naves. Jeanette Kelly, de CBC, a animé une édition spéciale de son émission *Cinq à Six* sur le thème « Women writing trauma, writing survival ». Enfin, à l'occasion d'une

lecture publique à l'Espresso Break, les festivaliers ont appris en grande primeur le nom des lauréats du Prix de la nouvelle Radio-Canada et du CBC Short Story Prize – la francophone Sarah Desrosiers (pour *Un entrefilet*) et l'anglophone Jane Eaton Hamilton (pour *Smiley*).

c) Facteurs de succès

- Donner une vitrine aux talents artistiques et culturels de la minorité anglophone dans la programmation nationale;
- Créer une expérience de programmation transculturelle pour le public des festivals;
- Montrer à l'auditoire national et régional la réalité de la communauté anglophone dans les émissions.

2.6 Les jeunes Québécois aux commandes

a) CBC Quebec est fière d'appuyer le Quebec Community Groups Network (QCGN), l'Institut du Nouveau Monde (INM) et l'Association d'études canadiennes (AEC) et leur nouveau projet intitulé Les jeunes Québécois aux commandes. Se déroulant sur une période de trois ans, ce projet réunira des centaines de jeunes Québécois dans le cadre des célébrations du cent cinquantième de la Confédération. Financé par le programme Les jeunes s'engagent du ministère du Patrimoine canadien, le projet Les jeunes Québécois aux commandes tiendra trois forums annuels au cours desquels des participants âgés de 15 à 25 ans partageront leurs points de vue quant à l'importance de l'engagement des jeunes pour l'avenir de notre pays. Ainsi, du 6 au 8 mars 2015, dans le cadre de son émission *Quebec AM*, Susan Campbell a échangé avec de jeunes Québécois âgés de 15 à 25 ans des Cantons de l'Est, de la Gaspésie, de l'Outaouais, de Rouyn-Noranda, du Grand Montréal et de la région de la capitale provinciale. CBC Quebec restera en relation avec le QCGN pendant les trois années du projet.

b) Effets concrets

- Au cours de ce week-end, les participants ont rédigé une « déclaration jeunesse » ayant pour thème le passé du Canada vu par son avenir;
- CBC Quebec restera en relation avec le QCGN pendant les trois années du projet;
- Le QCGN remet chaque année son prix Goldbloom pour rendre hommage au bénévolat. Nous travaillons avec le QCGN pour remettre un prix jeunesse à cet événement.

c) Facteurs de succès

- Consulter directement les jeunes anglophones dans la province, pour savoir comment communiquer avec eux de la meilleure façon possible;
- Contribuer au sentiment de fierté et d'appartenance de la jeunesse anglophone et souligner ses réalisations;
- Établir un lien de confiance avec le QCGN.

Francophones hors Québec

Les diverses consultations menées auprès des CLOSM permettent de confirmer que le renouvellement de la francophonie canadienne, étroitement lié à la jeunesse et à l'immigration, constitue une préoccupation importante et qu'à cet égard, ICI Radio-Canada représente un précieux levier identitaire pour la transmission de la langue française, particulièrement en milieu minoritaire.

La Société accorde donc une importance toute particulière à la fidélisation et au renouvellement de ses jeunes publics sur l'ensemble de ses plateformes de même qu'à la représentation de la vitalité de la diversité culturelle, comme en témoignent les initiatives suivantes.

Chaque initiative ci-dessous est présentée en trois sections distinctes (c.-à-d. « a) Décrivez ces initiatives? », « b) Quels sont les effets concrets de ces initiatives dans la société canadienne? » et « c) Quel est, selon vous, le principal facteur de succès de ces initiatives? »).

2.1 La parole aux jeunes : Forum des jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques

- a) Du 23 au 30 juin 2014 se déroulait, à Saint-Boniface, la 4^e édition du Forum des jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques, qui réunissait une cinquantaine de jeunes âgés de 18 à 35 ans et cinq chefs de famille provenant de toutes les Amériques.

Organisé par le Centre de la francophonie des Amériques, cet important événement, auquel le radiodiffuseur public était fièrement associé, constitue une initiative unique permettant de croiser les regards des jeunes francophones d'aujourd'hui : d'Argentine ou du Grand Nord, en passant par Bogota, Saskatoon, Vancouver ou Port-au-Prince, tous partageant cette langue commune qu'est le français.

Ce forum a donc rayonné sur toutes les plateformes du radiodiffuseur public (radio | télé | web). Une table ronde, organisée par ICI Radio-Canada à l'Université de Saint-Boniface, a notamment été présentée dans le cadre de l'émission locale matinale. Le Forum des jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques a également trouvé écho à l'échelle nationale, comme en témoigne la carte interactive créée pour l'occasion et présentant les portraits des jeunes participants de même que les divers reportages produits dans le cadre d'émissions nationales, dont le magazine d'ICI Radio-Canada Première *Désautels le dimanche* : <http://ici.radio-canada.ca/sujet/jeunes-ambassadeurs>.

b) Effets concrets

- Activation du sentiment de fierté francophone (appartenance, identité);
- Promotion de la diversité (plan géographique, culturel et linguistique);
- Création de ponts entre les différentes communautés (au sein du Canada et dans les Amériques);
- Engagement à l'égard d'ICI Radio-Canada et renouvellement des publics (notamment chez les jeunes).

c) Facteurs de succès

- Collaboration avec le Centre de la francophonie des Amériques (initiateur du Forum) et la Société franco-manitobaine (organisme hôte);

- Accueil favorable de la communauté franco-manitobaine (présence importante aux différents événements, dont la table ronde organisée par ICI Radio-Canada).

2.2 Ouverture du programme Jeun'Info d'ICI Radio-Canada aux provinces de l'Ouest

- a) Pour une 5^e édition, des jeunes étudiants francophones et francophiles de l'Ouest, curieux et désireux d'explorer l'univers journalistique, ont relevé le défi « Jeun'Info ». Fort de son succès des dernières années, le projet, initié par ICI Colombie-Britannique, a été élargi pour l'hiver 2015 à l'ensemble des provinces de l'Ouest.

L'idée : permettre aux jeunes de 10^e, 11^e et 12^e année de découvrir le métier de journaliste ainsi que de relever le défi du travail d'équipe et stimuler leur curiosité à l'égard des médias. Pendant un mois, les jeunes sélectionnés bénéficient ainsi d'une formation journalistique et sont encadrés par le personnel d'ICI Radio-Canada. Une fois la formation terminée, ils sont invités à venir présenter leur reportage à la télévision dans le cadre d'une émission spéciale en direct, qui leur est entièrement consacrée.

(À noter qu'une formule légèrement différente est retenue pour le programme Jeun'Info au Manitoba, où le projet est également ouvert aux jeunes étudiants universitaires et où des reportages sont présentés chaque mois au *Téléjournal Manitoba*. La station travaille en collaboration avec l'organisme Action Média pour les jeunes du secondaire et Le Réveil pour les étudiants de l'Université de Saint-Boniface).

b) Effets concrets

- En 2014-2015, plus d'une vingtaine de jeunes ont reçu une formation média du radiodiffuseur public (à souligner : développement de nouvelles compétences et nouveaux horizons professionnels);
- De façon générale : contribution au sentiment de fierté et d'appartenance chez les jeunes francophones et francophiles par la promotion du français comme langue « média » bien vivante (scénarisation, mise en récit, etc.);
- Renouvellement des publics dans l'Ouest incluant la conquête de nouveaux jeunes auditoires.

c) Facteurs de succès

- Travail en collaboration avec le milieu de l'éducation de l'Ouest afin de promouvoir ce programme. Au fil des années, des liens de confiance se sont tissés, permettant d'assurer le succès de l'initiative;
- Dynamisme et mobilisation de l'ensemble du personnel;
- Importante mobilisation sur les réseaux sociaux et engagement du grand public (partage, rayonnement, etc.).

2.3 Mois de l'histoire des Noirs (février)

- a) En février 2015, ICI Radio-Canada soulignait le Mois de l'histoire des Noirs par une programmation variée sur l'ensemble de ses plateformes. Pour l'occasion, un site web spécial multilingue, réalisé par Radio Canada International, constituait une porte d'entrée de choix pour accéder aux différents contenus produits par ICI Radio-Canada (entrevues, reportages, tables rondes, portraits d'hommes et de femmes de la communauté afro-canadienne ayant marqué l'histoire du pays, que ce soit en médecine, en littérature, en musique, ou en sport) en plus de présenter des contenus exclusifs (carte interactive, articles, archives récentes et liens vers productions externes).

Près d'une trentaine de contenus originaux (reportages et entrevues) ont été produits par les stations hors-Québec, témoignant ainsi de la vitalité et de la diversité de la communauté afro-canadienne francophone, notamment en Ontario et dans les provinces de l'Ouest.

À souligner, également, la production de portraits des journalistes et animateurs d'ICI Radio-Canada qui s'illustrent d'un bout à l'autre du pays, dont Yves-Gérard Mahou-Loko, animateur de l'émission matinale de Toronto, Noémie Moukanda, journaliste en Colombie-Britannique et Abdoulaye Cissoko, journaliste au Manitoba.

b) Effets concrets

- Meilleure compréhension de la vitalité et du dynamisme de la nouvelle francophonie canadienne (dont le renouvellement, notamment à l'extérieur du Québec, est étroitement lié à l'immigration);
- Renouvellement des publics (communautés d'intérêts, géographiques et culturelles) comme en témoigne la notoriété de l'événement (nombreuses visites sur le site web, auditoires au rendez-vous, etc.).

c) Facteurs de succès

- Mobilisation du personnel à l'égard de ce projet;
- Collaboration entre les différentes équipes afin de dégager des pistes de travail créatives et novatrices;
- Efforts concertés de l'ensemble des secteurs et plateformes afin de développer des contenus exclusifs et de grande qualité.

2.4 Renouvellement de partenariats avec de nombreux organismes culturels régionaux, partout au pays

La Société reconnaît également le désir exprimé par les citoyens de voir le radiodiffuseur public consolider sa présence au sein de la vie des diverses communautés, notamment par le biais de la sphère culturelle (partenariats et dépiages de talents).

- a) Voilà donc pourquoi, chaque année, ICI Radio-Canada s'associe avec plus de 150 partenaires du secteur des arts et de la culture (musique, littérature, théâtre, cinéma, etc.) et ce, partout au pays. Témoin actif de la scène culturelle canadienne, le radiodiffuseur public soutient le talent et le rayonnement des talents canadiens en participant à l'essor d'artistes francophones et au

rayonnement d'événements culturels et musicaux.

À titre d'exemple, en 2014, dans le secteur musical francophone, ICI Radio-Canada réitérait son rôle d'institution culturelle de premier plan en s'associant notamment au Festival du Voyageur (Winnipeg), à Chant'Ouest (Ouest), au Gala des prix Trille Or (Ontario) et à la Soirée des Éloizes (Atlantique).

Quant à son programme Révélation, consacré à la relève musicale francophone, il bénéficie de la collaboration d'une centaine d'organismes régionaux de partout au pays qui, chaque année, répondent à l'appel du radiodiffuseur public afin de soumettre les candidatures de nouveaux talents à découvrir, tous genres musicaux confondus.

ICI Radio-Canada s'associe également à d'autres événements culturels régionaux, tels que les salons du livre (Edmundston, Sudbury, Vancouver, etc.). En plus de faire écho à la vitalité culturelle du pays, le radiodiffuseur public propose ainsi un espace unique où se croisent les citoyens, les créateurs et les différents acteurs de l'industrie.

b) Effets concrets

Ces nombreux partenariats permettent de :

- Consolider le lien et la connexion avec les citoyens en offrant une vitrine privilégiée aux créateurs régionaux;
- Favoriser le rayonnement et l'épanouissement de la culture régionale par le biais des arts et de la culture;
- Enrichir notre programmation régionale et nationale en faisant écho à la vitalité artistique du pays.

c) Facteurs de succès

- Relation de confiance établie au fil des années avec les divers organismes.

3. What key achievement with a regional impact (success stories or results on/in the community or on the promotion of English and French in Canadian society) does your institution want to highlight?	3. Quel « bon coup » ayant un impact régional (succès ou résultats dans les CLOSM ou pour la promotion de l'anglais ou du français dans la société canadienne) votre institution veut-elle souligner?
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

English :

Anglophones in Quebec

- In addition to Absolutely Quebec, our six-part summer series dedicated to stories by and about Quebecers, we are also working closely with the independent production community in Quebec. Our February 2014 meeting with members of the Quebec English-Language Production Council has resulted in several new relations in 2014-15 including the following:
 - This year, the Comedy Department commissioned specials from Just for Laughs. Michelle Daly, Senior Director of Comedy, attended the Festival in July 2014 and, while there, met with many producers. She also participated in a one-hour pitch session and a panel on comedy in Canada at the Festival. In the last year, Michelle also attended a meet-and-greet with Quebec content creators to discuss CBC's ComedyCoup, a new online initiative CBC was launching in association with CineCoup. Approximately 10% of the teams who entered the development accelerator program were from the province of Quebec.
 - The Drama Department currently has three one-hour drama series, one one-hour family series, two movies, and one six-part limited series in development with Quebec-based producers. The hour-long series *New Address* is adapted from ICI Radio-Canada's series *Nouvelle adresse*, and is slated to air in fall 2015.
 - CBC is also involved as the exclusive Canadian broadcast partner of Lift-Off Films' production of the new English-language science fiction series *Ascension*, which recently completed principal photography in Montreal and aired in winter 2015.
 - CBC recently commissioned production of Roch Brunette's hour-long documentary for *The Nature of Things* called "Trapped in a Human Zoo," as well as the production of a two-hour Doc Zone special with the working title *Newfoundland Armageddon*, co-produced by Quebec-based Galafilm and Newfoundland producer Morag Loves Company. CBC is also supporting development of the documentary *Every Breath We Take* with Quebec producer Ideacom.
- Throughout the year, several CBC Radio programs were live "on location" in key English-speaking communities. While on remote, the programs focused on stories about and issues affecting these communities:
 - *Daybreak*: John Abbott College, Sainte-Anne-de-Bellevue (Oct. 10); NDG Food Depot, NDG (Dec. 7); InHAIRitence Salon, St. Henri (Feb. 13) and L'Oeufrier, Montreal West (March 20)
 - *Quebec AM* and *Breakaway*: Bishop's University, Lennoxville (Nov. 21); Metis Beach Elementary, Metis Beach (Feb. 20) and St. Brigid's Home, Quebec City (March 16).
- On March 13 and 15, 2014, CBC Montreal hosted CBC/Radio-Canada's first ever hackathon called #HackingCBCMtl. A hackathon is a collaborative event where people with both technical and non-technical expertise get together and find creative solutions to problems, using technology. Over the course of the weekend, we hosted nearly 50 developers, designers and engaged media consumers who came and worked on their ideas with our journalists at CBC Montreal. The goal of our hackathon was to make CBC Montreal more open, accessible and interactive. In addition to the

#HackingCBCMtl trending throughout the weekend, key members of the community engaged with us on what would make a more open, accessible CBC. The winning group created a “Tinder-swiping news app.” Story ideas would be posted online before they’re assigned to reporters, and viewers would have the option of choosing what they’re interested in seeing CBC cover based on whether the user swipes right or left. <http://www.cbc.ca/news/canada/montreal/personalized-swiping-app-wins-cbc-montreal-hackathon-1.2996202>.

Francophones Outside Quebec

ICI Radio-Canada is committed to maintaining a solid presence in local communities. The two examples below show the public broadcaster to be a leader in delivering signature events that bring Canadians together: the first is a large-scale regional event with a major impact on the community, while the second is a prime example of a national event held in the regions that speaks to all Canadians.

- From August 8 to 24, 2014, the World Acadian Congress drew over 50,000 visitors from Acadia, Quebec and other parts of Canada as well as Maine and Louisiana to celebrate over 400 years of Acadian culture in North America.

As the event’s official broadcaster, ICI Radio-Canada provided a rich, varied program lineup across all of its platforms throughout the 17 days of the Congress. With special broadcasts, a dedicated microsite and a wide range of activities, the public broadcaster got into the swing of the festivities. It set up Place ICI Acadie at the student centre on Université de Moncton’s Edmundston campus, hosting daily shows before a live audience, including *Réveil Acadie* and *L’heure de pointe*, as well as the weekend shows, which aired special Congress programming.

On August 8, ICI Radio-Canada Télé covered the World Acadian Congress opening ceremony live from the three-border marker (Quebec | New Brunswick | Maine), and the event was also picked up on ICI RDI. Special reports were presented each day on *Le téléjournal Acadie* throughout the Congress. To give the event exposure on the national network, the National Acadian Day mega-concert on August 15 was broadcast live from coast to coast on ICI Radio-Canada Télé, preceded by the documentary *Grand-Pré, écho de l’UNESCO*. ICI Radio-Canada Première’s *Médium large* team also travelled to the site to tape a special program before a live audience.

This initiative had a number of tangible results:

- Large-scale mobilization of the Acadian community (over 50,000 people took part in the various activities).
- Instilling a feeling of pride.
- Reflecting the vitality and vibrancy of Acadian communities on the national network.
- Reaffirming ICI Radio-Canada’s leading role as a key partner for signature events that bring Canadians together.

Lastly, we should mention a few factors that contributed to the success of this event: the engagement of the various communities, the cooperation with the organizers, the mobilization of all ICI Acadie staff (energetic presence in person, but also on social networks), and ICI Radio-Canada’s physical presence via Place ICI Acadie, specially set up for the occasion throughout the entire Congress.

- From February 13 to March 1, 2015, the Canada Winter Games were held in Prince George, British Columbia. This major sports and cultural event, attended by 2,400 amateur athletes from over 800 communities, 1,000 coaches and officials, more than 4,500 volunteers and thousands of visitors, is a

springboard for Canada's athletes of the future, as well as a prime showcase for national entertainers.

The public broadcaster was on hand for this grand celebration of youth, sports, culture and community, sending a team on site to provide Canadians with multiplatform event coverage.

This initiative had a number of tangible results:

- Massive mobilization of the community.
- Reflection on the regional and national networks of the dynamic nature of the Prince George area, northern British Columbia, and the official host First Nation, the Lheidli T'enneh.
- Instilling a sense of regional and national pride.
- Reaffirming ICI Radio-Canada's leading role as a broadcaster of choice for signature events that bring Canadians together.

Lastly, we should mention a few factors that contributed to the success of this national sports and cultural event: the engagement of the various communities and the cooperation with the organizers and the mobilization of all ICI Colombie-Britannique staff (energetic presence in person, but also on social networks).

Français :

Anglophones au Québec

- En plus d'*Absolutely Quebec*, notre série estivale en six parties qui présente des sujets sur les Québécois d'expression anglaise et écrits par eux, nous travaillons également en étroite collaboration avec les producteurs indépendants du Québec. Au cours de la rencontre avec les membres du Quebec English-Language Production Council en février 2014, nous avons établi plusieurs nouvelles relations pour 2014-2015 :
- Cette année, le secteur des comédies a récemment commandé des émissions spéciales à Juste pour rire. Michelle Daly, première directrice du secteur des comédies, a assisté au festival en juillet 2014 et en a profité pour rencontrer un grand nombre de producteurs. Elle a également pris part à une séance de présentation et à une séance de discussion sur la comédie au Canada. Elle a également, au cours de la dernière année, participé à une séance d'accueil de créateurs de contenu québécois afin de parler du concours ComedyCoup, une nouvelle initiative en ligne que CBC a lancée en association avec CineCoup. Environ 10 % des équipes qui se sont inscrites au programme de développement accéléré étaient du Québec.
- Le secteur des dramatiques compte actuellement à son actif trois séries dramatiques en épisodes d'une heure, une série familiale en épisodes d'une heure, deux films et une minisérie en six épisodes en développement avec des sociétés de production du Québec. *Nouvelle adresse*, la série en épisodes d'une heure diffusée sur ICI Radio-Canada Télé a donné naissance à une adaptation en anglais, qui s'intitulera *New Address* et sera diffusée à l'automne 2015 sur CBC Television.
- CBC est également le partenaire exclusif de radiodiffusion au Canada de la société de production

Lift-Off Films pour la nouvelle série de science-fiction en anglais *Ascension*, pour laquelle les prises de vue principales ont récemment été réalisées à Montréal et qui a été diffusée à l'hiver 2015.

- CBC a récemment commandé la production d'un documentaire d'une heure de Roch Brunette, intitulé *Trapped in a Human Zoo*, pour l'émission *The Nature of Things*, ainsi que la production d'une émission spéciale de deux heures de Doc Zone (titre provisoire : *Newfoundland Armageddon*), coproduite par Galafilm (Québec) et Morag Loves Company (Terre-Neuve). CBC soutient également le développement du documentaire *Every Breath We Take* en collaboration avec la société de production québécoise Ideacom.
- Au cours de l'année, plusieurs émissions de CBC Radio se sont déplacées en extérieur dans les communautés anglophones pour présenter en direct des sujets locaux touchant ces communautés :
 - *Daybreak* : Collège John-Abbott, Sainte-Anne-de-Bellevue (10 octobre); Dépôt alimentaire NDG (7 décembre); salon InHAIRitence, Saint-Henri (13 février) et L'Oeufrier, Montréal-Ouest (20 mars).
 - *Quebec AM et Breakaway* : Université Bishop, Lennoxville (21 novembre); école primaire de Metis Beach, Métis-sur-Mer (20 février) et centre d'hébergement St. Brigid's Home, à Québec (16 mars).
- Du 13 au 15 mars 2014, CBC Montreal a animé son tout premier marathon de programmation informatique CBC/Radio-Canada intitulé #HackingCBCMtl. Un événement de ce type consiste à rassembler de personnes ayant une expertise technique ou autre, et de leur donner comme mission de trouver des solutions créatives à des problèmes en se servant des technologies. Au cours du week-end, nous avons accueilli près d'une cinquantaine de développeurs, de designers et de consommateurs de médias pour qu'ils proposent des idées avec nos journalistes de CBC Montreal. Le but était de rendre CBC Montreal plus ouverte, plus interactive et plus accessible. Le compte #HackingCBCMtl a fait partie des tendances Twitter du week-end, et les principaux membres de la communauté nous ont proposé des solutions novatrices pour rendre CBC plus ouverte et accessible. L'idée gagnante? Une application de nouvelles de style Tinder qui permettrait d'afficher en ligne les idées de sujets à couvrir avant même qu'ils soient attribués aux reporters. Les téléspectateurs pourraient ainsi choisir ce qu'ils veulent voir à CBC en acceptant ou refusant les idées proposées dans l'application : <http://www.cbc.ca/news/canada/montreal/personalized-swiping-app-wins-cbc-montreal-hackathon-1.2996202> (en anglais seulement).

Francophones hors Québec

ICI Radio-Canada est soucieuse d'assurer une solide présence au sein des communautés. Les deux exemples ci-dessous permettent de démontrer que le radiodiffuseur public constitue un acteur de premier plan pour de grands événements rassembleurs : le premier constitue un grand événement régional ayant un impact majeur au sein de la communauté et le second représente un exemple éloquent de grand événement national se déroulant en région et interpellant l'ensemble des Canadiens.

- Du 8 au 24 août 2014 se déroulait le Congrès mondial acadien, lequel a rassemblé plus de 50 000 visiteurs venus de l'Acadie, du Québec et d'ailleurs au pays, ainsi que du Maine et de la Louisiane, pour célébrer plus de 400 ans de présence acadienne en terre d'Amérique.

Diffuseur officiel de l'événement, ICI Radio-Canada a proposé une programmation riche et diversifiée, sur l'ensemble de ses plateformes, et ce, pendant les 17 jours du Congrès. Émissions spéciales, site web dédié, activités variées : le radiodiffuseur public vibrait au rythme des festivités. Érigée pour l'occasion au Centre étudiant du Collège communautaire et de l'Université de Moncton, au campus d'Edmundston, la place « ICI Acadie » accueillait quotidiennement des émissions devant

public, dont *Réveil Acadie*, *L'heure de pointe*, de même que les émissions du week-end, qui proposaient une programmation spéciale dans le cadre du Congrès.

Du côté de la télévision, ICI Radio-Canada présentait, le 8 août, la cérémonie d'ouverture du Congrès mondial acadien, en direct de la borne des trois frontières (Québec/Nouveau-Brunswick/Maine), et l'événement a également trouvé écho à l'antenne d'ICI RDI. Des reportages spéciaux ont aussi été présentés quotidiennement pendant toute la tenue du congrès au *Téléjournal Acadie*. Afin d'assurer le rayonnement de l'événement à l'antenne nationale, le grand spectacle de la fête nationale acadienne du 15 août a été diffusé d'un océan à l'autre, sur ICI Radio-Canada Télé, précédé du documentaire *Grand-Pré, écho de l'UNESCO*. Du côté d'ICI Radio-Canada Première, l'équipe de *Médium large* a également été déployée sur place afin d'enregistrer une émission spéciale devant public.

Plusieurs effets concrets découlant de cette initiative peuvent être observés, dont :

- Grande mobilisation de la communauté acadienne (plus de 50 000 personnes ont pris part aux activités);
- Activation du sentiment de fierté;
- Écho, sur l'antenne nationale, de l'effervescence et de la vitalité des communautés acadiennes;
- Réaffirmation du rôle de premier plan d'ICI Radio-Canada en tant que partenaire de choix pour ces grands événements rassembleurs.

Enfin, soulignons quelques facteurs ayant permis de contribuer au succès de cet événement : l'engagement des diverses communautés, la collaboration avec les organisateurs, la mobilisation de l'ensemble du personnel d'ICI Acadie (présence dynamique en personne, mais également sur les réseaux sociaux) et la présence « physique » d'ICI Radio-Canada à la Place ICI Acadie, spécialement érigée pour l'occasion pendant toute la durée du Congrès.

- Du 13 février au 1^{er} mars 2015 se déroulaient à Prince George, en Colombie-Britannique, les Jeux d'hiver du Canada. Cet important événement sportif et culturel, qui réunissait 2 400 athlètes amateurs provenant de plus de 800 communautés, 1 000 entraîneurs et officiels, 4 500 bénévoles et des milliers de visiteurs, constitue le rendez-vous pour la relève sportive canadienne, en plus de représenter une vitrine de choix pour des artistes nationaux.

Cette célébration de la jeunesse, du sport, de la culture et de la collectivité a donc trouvé écho à l'antenne du radiodiffuseur public, qui, en déployant une équipe sur place, en a assuré la couverture sur l'ensemble de ses plateformes.

Plusieurs effets concrets découlant de cette initiative peuvent être observés dont :

- Grande mobilisation de la communauté;
- Reflet à l'antenne régionale et nationale du dynamisme de la région de Prince George, dans le nord de la Colombie-Britannique, et de la Première Nation hôte officielle, les Lheidli T'enneh;
- Activation du sentiment de fierté régionale et nationale;
- Réaffirmation du rôle de premier plan de CBC/Radio-Canada en tant que diffuseur de choix pour

ces grands événements rassembleurs.

Enfin, soulignons quelques facteurs ayant permis de contribuer au succès de cet événement sportif et culturel d'envergure nationale : l'engagement des diverses communautés, la collaboration avec les organisateurs et la mobilisation de l'ensemble du personnel d'ICI Colombie-Britannique (présence dynamique en personne, mais également sur les réseaux sociaux).

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 2014-2015 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 2014-2015 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/>