







Mesure du rendement de l'entreprise : Rapport de performance de la *Stratégie 2020*

Résultats et cibles pour l'exercice

Indicateur	Exercice 2014-2015	Exercice 2015-2016	Cible 2016-2017	Schéma de croissance prévue	Cible 2020
Auditoire/marché					
1. Importance personnelle pour les Canadiens (% très important)	58,6 %	56,6 %	57,6 %		75 %
2. Les émissions d'information ont des opinions diversifiées et sont objectives (% fortement en accord)	56,8 %	56,2 %	56,5 %		57 %
3. Portée numérique de CBC/Radio-Canada (millions)	12,4	14,6	16,5		18
4. Nombre d'interactions numériques avec CBC/Radio-Canada tous les mois (millions)	79,7	103,8	117,2		95
5. Temps total passé avec CBC/Radio-Canada (millions d'heures par semaine)	177	171	177		173



Notes sur la méthodologie et les sources, par indicateur :

1. Pourcentage de Canadiens qui ont répondu que CBC/Radio-Canada est très importante pour eux. Il s'agit donc de ceux qui ont accordé une note de 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10 à la question « Dans quelle mesure Radio-Canada (ou CBC) est-elle importante pour vous personnellement? ». La cible correspond à la moyenne des deux dernières années. La cible pour 2020 est plus élevée, dans l'espoir que les nouvelles émissions et nouveaux services augmenteront l'importance de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens. Les données sont obtenues à partir du sondage Mission Metrics, un sondage téléphonique de grande qualité mené deux fois par année (automne et printemps) auprès d'un échantillon représentatif de la population canadienne.
2. Pourcentage de Canadiens qui sont fortement en accord avec le fait que les émissions d'information de CBC/Radio-Canada présentent une diversité d'opinions et sont objectives. Il s'agit donc de ceux qui ont accordé une note de 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10. L'indicateur est composé de deux questions pondérées également (50/50) : « Les émissions d'information de Radio-Canada (ou CBC) reflètent une diversité d'opinions sur de nombreux enjeux » et « Les émissions d'information de Radio-Canada (ou CBC) couvrent les enjeux de façon équitable et équilibrée ». La cible pour l'exercice 2015-2016 correspond à la moyenne des deux dernières années. La cible pour 2020 prend en considération le fait qu'il sera difficile de maintenir une note déjà élevée du fait de la transformation de notre offre de nouvelles et de la fragmentation de l'opinion publique. Les données sont obtenues à partir du sondage Mission Metrics, un sondage téléphonique de grande qualité mené deux fois par année (automne et printemps) auprès d'un échantillon représentatif de la population canadienne.
3. Moyenne mensuelle de visiteurs uniques pour nos services Internet, selon la mesure de comScore. Veuillez noter qu'en juillet 2014, comScore a créé une nouvelle mesure multiplateforme qui comprend les visiteurs sur appareils mobiles (téléphones intelligents et tablettes). Ainsi, les données de l'exercice financier 2014-2015 correspondent à la moyenne des mois de juillet 2014 à mars 2015.
4. Moyenne mensuelle de visites pour nos services Internet, selon la mesure de comScore. Veuillez noter qu'en juillet 2014, comScore a créé une nouvelle mesure multiplateforme qui comprend les visiteurs sur appareils mobiles (téléphones intelligents et tablettes). Les données pour l'exercice financier 2014-2015 correspondent à la moyenne des mois de juillet 2014 à mars 2015.
5. Le temps consacré à l'écoute de nos services de télévision et de radio est mesuré par Numeris, et pour nos services Internet, nous utilisons les données du serveur interne (Adobe SiteCatalyst). Nous avons préféré la solution Adobe SiteCatalyst à comScore pour cette mesure, car elle fournit des données plus précises. Notons que pour 2015-2016, Radio-Canada utilise une approche qui allie les données d'Adobe SiteCatalyst et les données VideoMetrix de comScore. La mesure pour l'exercice 2014-2015 pour les services Internet de Radio-Canada est une estimation basée sur les données de comScore. Cette mesure tient compte du hockey et présume la diffusion des matchs jusqu'en 2019-2020. Dans son ensemble, l'indicateur *temps total passé* suppose une baisse de l'utilisation de nos services traditionnels de radio et de télévision qui sera pratiquement compensée par la hausse d'utilisation de nos services Internet, et des variations à la hausse et à la baisse dues à la présentation d'événements spéciaux comme les Jeux olympiques.

Indicateur	Exercice 2014-2015	Exercice 2015-2016	Cible 2016-2017	Schéma de croissance prévue	Cible 2020
Infrastructure					
6. Diminution de l’empreinte immobilière (millions de pieds carrés de superficie locative)	4,0	3,9	3,9		2,0


Note :

6. Nos résultats liés à la superficie locative excluent : les locaux à l’extérieur du pays (p. ex., les bureaux à l’étranger) et les sites d’émetteurs. Pour les villes où le projet de diminution de l’empreinte immobilière est en cours, les résultats incluent les superficies des espaces où nous sommes propriétaires ou locataires.

Indicateur	Exercice 2014-2015	Exercice 2015-2016	Cible 2016-2017	Schéma de croissance prévue	Cible 2020
Personnes					
7. Mobilisation des employés (% qui sont fiers d’être associés)	s. o.	69 %	74,2 %		90 %
8. Diversité des employés (% des nouveaux employés)	16,1 %	18,5 %	23,2 %		23,2 %

Notes :

7. Pourcentage des employés qui sont fiers d’être associés à CBC/Radio-Canada. Il s’agit donc de ceux qui ont accordé une note de 4 ou de 5 sur une échelle de 1 à 5 dans le cadre d’un sondage auprès d’un échantillon représentatif d’employés. Les résultats de 2015-2016 proviennent du sondage *Dialogue (Gallup)* de juin 2015.
8. Cette mesure vise trois groupes : les Autochtones, les personnes handicapées et les membres de minorités visibles. Elle correspond au pourcentage de nouveaux employés recrutés à l’externe pour les postes de 13 semaines et plus.

Indicateur	Exercice 2014-2015	Exercice 2015-2016	Cible 2016-2017	Schéma de croissance prévue	Cible 2020
Finances					
9. Cible de réduction des coûts atteinte (millions de dollars)	s. o.	62\$	85,1\$		117\$

Notes :

9. Selon le budget approuvé par le Conseil en mars 2016.
10. L’indicateur *Fonds de réinvestissement* (anciennement l’indicateur #10) a été supprimé. Ce dernier n’est plus requis en raison du réinvestissement dans CBC/Radio-Canada par le gouvernement.