

From: Pascale Montminy
To: Casgrain, Tim; MORRIS, SUZANNE
CC: Cayer, Christine; Chambers, Bill; Dube, Marco; Francine Letourneau; ...
Date: 9/16/2009 5:48 PM
Subject: Annual Public Meeting - Q&A Document
Attachments: Q&R-APM-ENG-Sept16.doc

Hello,

Please find attached the Q&A document prepared for next week's annual meeting.

Mr. Casgrain - As discussed, could you please provide your feedback on your speech? We want to review and translate it for Monday.

Monday and Tuesday's Practices

First practice from 9:00 a.m. to 11:00 a.m. Monday in Hubert's conference room on the 3rd floor. Three presenters to practice their speeches. We will have a portable computer to view accompanying slides, as well as the podium that will be used on Wednesday. If time allows, we'll practice Qs & As.

A full rehearsal will be held in Studio 40 on Tuesday morning, from 9:00 a.m. to 10:30 a.m. This practice will be filmed by our production team. Our MC, Emmanuelle Latraverse, will also participate. This exercise will allow us to make adjustments to the setting, if needed.

See you then!
Pascale

P.S. At 4:00 p.m. this afternoon, there were 750 people who had registered for the webcast, including 141 staff.

From: Pascale Montminy
To: Hubert T .Lacroix@CBC.CA
CC: Chambers, Bill; Dube, Marco; Francine Letourneau; Gosselin, Edith; K...
Date: 9/16/2009 5:31 PM
Subject: Assemblée annuelle - Discours et Q&A
Attachments: APM_HTL talking points Sept 16 5pm.doc; Q&R-APM-ENG-Sept16.doc

Bonjour Hubert,

En pièces jointes tu trouveras la version anglaise de ton discours révisé, à la suite de notre réunion de lundi matin, de même que le document contenant des questions et réponses.

Pour ce qui est de la vidéo, j'ai demandé de nouvelles modifications aujourd'hui. Tu pourras la visionner demain sans faute.

À 16 h cet après-midi, 750 personnes s'étaient inscrites à la webdiffusion, dont 141 employés. Les efforts se poursuivent pour accroître la représentation du grand public en studio. Ceci dit, j'aimerais réitérer que cette activité a un positionnement Web!

Répétitions de lundi et mardi

Lundi matin, de 9 h à 11 h à ta salle de conférence à Ottawa, nous pratiquerons exclusivement les discours des trois présentateurs. Nous aurons un ordinateur portatif pour visualiser les diapositives accompagnant les discours et le podium qui sera utilisé mercredi. Si le temps le permet, nous pratiquerons aussi les questions-réponses.

Mardi, de 9 h à 10 h 30, il y aura répétition générale filmée au studio 40 (l'équipe technique sera sur place). Le studio aura été aménagé la veille. Emmanuelle Latraverse sera des nôtres pour agir à titre de MC. Nous ferons l'exercice en entier et pourrons déterminer si des ajustements sont nécessaires, notamment en ce qui a trait à la façon dont vous serez tous trois assis lors de la période de questions.

J'espère le tout satisfaisant,
Pascale

From: Pascale Montminy
To: MORRIS, SUZANNE
CC: Cayer, Christine; Chambers, Bill; Dube, Marco; Francine Letourneau; ...
Date: 9/18/2009 4:08 PM
Subject: Assemblée annuelle - Document de questions et réponses
Attachments: Q&A-APM-te-clean-18sept09.doc; Q&A-ADDITIONS-te-clean-18sept09.doc;
Q&R-AJO
UTS-18sept09-tf.doc

Bonjour Suzanne,

Pour faire suite à votre rencontre avec Marco, je vous fais parvenir une mise à jour des questions et réponses soumises en fin de journée mercredi, de même que quelques ajouts, dans les deux langues.

Espérant le tout satisfaisant,
Pascale

From: Pascale Montminy
To: Aneez Khanani-Datoo; Breau, Helene; Carole Grenier; Carolyn Bissett; ...
CC: Belanger, Marc; ; Chambers, Bill; Dub...
Date: 9/23/2009 4:27 PM
Subject: Communiqué/Press release
Attachments: Communiqué post-meeting_ENG.doc; Communiqué post-meeting_FRE.doc

ATI - En pièce jointe, le communiqué au sujet de notre assemblée annuelle distribué cet après-midi.

Sincères remerciements à toutes et tous pour votre grande collaboration. Sans votre appui, l'événement d'aujourd'hui n'aurait pas connu un tel succès!

FYI - The news release on the annual meeting we distributed this afternoon.

Sincere thanks to all for your great collaboration. Without your support, today's event wouldn't have been that successful!

Pascale

s.19(1)

From: Pascale Montminy
To: Casgrain, Tim
CC: Chambers, Bill; Martine Menard;
Date: 9/18/2009 3:37 PM
Subject: Final Version - Speaking Notes for Sept. 23 APM
Attachments: SpeakingNotes-Chair_FINAL_BIL.doc; Q&A-APM-te-clean-18sept09.doc; Q&A-ADDIT IONS-te-clean-18sept09.doc; Q&R-Assemblée publique-Sept.18-09-tf.doc; Q&R-AJOUTS-18sept09-tf.doc

Hello Mr. Casgrain,

As promised earlier today, please find attached the final bilingual version of your speech for the annual meeting.

I'm also attaching a revised version of the Q&A document, with an addition (provided in both languages).

See you at the practice on Monday morning!

Regards,
Pascale

s.19(1)

From: Pascale Montminy
To: Hubert T .Lacroix@CBC.CA
CC: Chambers, Bill; Francine Letourneau; Gosselin, Edith; Kevin Payan; M...
Date: 9/18/2009 3:57 PM
Subject: Version française - Discours de l'assemblée annuelle
Attachments: SpeakingNotes-HTL-FR-Sept18.doc; SpeakingNotes-HTL-Eng-Sept16at5pm.doc;
Q&A
-APM-te-clean-18sept09.doc; Q&A-ADDITIONS-te-clean-18sept09.doc; Q&R-
Assemb
lée publique-Sept.18-09-tf.doc; Q&R-AJOUTS-18sept09-tf.doc

Bonjour Hubert,

En pièces jointes, les versions française et anglaise de la plus récente ébauche de ton discours pour mercredi matin (version du 16 septembre à 17 h).

Tu avais déjà la version anglaise - je te la fais suivre de nouveau pour que tu aies les versions équivalentes dans un même courriel.

Il faudra déterminer ce que tu souhaites dire en français, en prévision de la pratique de lundi matin (ratio de 50-50 français-anglais).

Je joins également la mise à jour du document Q&A de Marco (dans les deux langues), de même que de nouvelles questions et réponses (document "Ajouts").

J'espère le tout satisfaisant,
Pascale

Marco Dube - Rép. : Re: Préparation de questions-réponse pour l'Assemblée publique annuelle

De : Christine Cayer
Destinataire : Dube, Marco; Montminy, Pascale
Date : 9/1/2009 09:20
Objet : Rép. : Re: Préparation de questions-réponse pour l'Assemblée publique annuelle

Bonjour Marco,

Pourrais-tu passer à notre bureau à 10h demain matin ?

Merci.

Christine

>>> Marco Dube 8/31/2009 3:17 PM >>>
Oui, disponible.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

s.19(1)

613 288 6039

>>> Christine Cayer 08/31/09 3:13 pm >>>
Marco, pourrais-tu rencontrer Suzanne mercredi matin si je peux organiser son calendrier ?

Christine

>>> Marco Dube 8/31/2009 11:17 AM >>>
Bonjour,

Je travaille présentement sur une première ébauche pour les messages qui sera disponible à la fin de la semaine.

Malheureusement, je ne suis pas disponible jeudi et vendredi. Début de semaine prochaine?

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039

s.19(1)

>>> SUZANNE MORRIS 08/31/09 10:58 am >>>

Bonjour Pascale. Nous en avons discuté et j'attends des questions cette semaine.

Pour le document de breffage, il me serait très utile d'en recevoir une première ébauche avant le 10 septembre, car je prévois me préparer dès le début de la semaine prochaine. La semaine du 14 j'ai deux pleines journées de réunion du Conseil de fiducie de la Caisse de retraite et la réunion du comité de vérification toute la journée le 16. Je dois me préparer pour ces réunions le 10 et 11 septembre.

Christine, pourrais-tu svp céduer une courte réunion avec Marco jeudi ou vendredi cette semaine pour en discuter. Merci.

Suzanne

>>> Pascale Montminy 8/31/2009 10:17 AM >>>

Bonjour Suzanne,

Vous m'avez mentionné, à la fin de la semaine dernière, une rencontre prévue avec Mike Mooney et une autre personne de votre service visant à discuter des questions potentielles lors de l'assemblée annuelle du 23 septembre prochain.

Mon collègue Marco Dubé prépare, pour le 10 septembre, un document de breffage incluant toutes les questions possible lors de cet événement. Il identifiera également, de façon générale qui devrait répondre à quelles questions (vous, Hubert ou M. Casgrain).

Dans cette optique, nous aimerions inclure les questions développées par Mike et votre service à notre document, de sorte qu'il n'y en ait qu'un seul qui circule à cet effet. Marco en fera la mise à jour au fur et à mesure.

Si vous avez besoin d'informations additionnelles, n'hésitez pas à me joindre au 6243.

Cordiales salutations,
Pascale

De : SUZANNE MORRIS
Destinataire : Dube, Marco; Montminy, Pascale
CC : MCKINNON, ANGUS
Date : 9/2/2009 5:15 pm
Objet : Fwd: Questions for AGM
Pièces jointes : Questions for AGM

Marco/Pascale. As discussed this morning here are some questions Neil has come up with re the public meeting. I will forward others as I receive.

Suzanne

De : McEneaney, Neil(Neil McEneaney)
Destinataire : SUZANNE MORRIS
CC : Peter St-Onge
Date : 9/2/2009 4:36 pm
Objet : Questions for AGM

Hi Suzanne,

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Happy to discuss the above.

Neil.

Marco Dube - Fwd: Potential Financial Questions regarding Annual Report

De : SUZANNE MORRIS
Destinataire : Dube, Marco; Montminy, Pascale
Date : 9/2/2009 17:18
Objet : Fwd:
CC : MCKINNON, ANGUS
Pièces jointes :

Suzanne

s.21(1)(b)

De : CHRISTOPHER FLANN
Destinataire : SUZANNE MORRIS
Date : 9/2/2009 12:29 pm
Objet :

Suzanne:

Please contact me with questions or concerns.

CF

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

De : Marco Dube
Destinataire : Martine Menard, Bill Chambers
CC : Marco Dube
Date : 9/3/2009 6:52 am
Objet : Re: Qs and As for APM

Je lui envoie un courriel.

-----Original Message-----

From: Martine Menard
To: Bill Chambers <Bill.Chambers@CBC.CA>
Cc: Marco Dube <Marco.Dube@RADIO-CANADA.CA>

Sent: 2009-09-03 06:37:17
Subject: Re: Qs and As for APM

Ok

-----Original Message-----

From: "Bill Chambers" <Bill.Chambers@CBC.CA>
To: Martine Menard <Martine.Menard@CBC.CA>

Sent: 9/2/2009 9:18:41 PM
Subject: Qs and As for APM

s.21(1)(b)

B

De : Michel Hamelin
Destinataire : Dube, Marco
CC : Katya Laviolette; MORRIS, SUZANNE
Date : 9/4/2009 9:37 am
Objet : Rép. : Assemblée publique annuelle
Pièces jointes : Questions-board meeting.doc

Bon matin Marco,

Tu trouveras ci-joint le Q & A pour l'assemblée publique annuelle. Les réponses formulées sont en français seulement, je vous laisse le soin de les faire traduire et les modifier dans le contexte d'une réponse du président du conseil ou d'autres membres du CA.

Je copie Katya et Suzanne Morris étant donné que je devais revenir à Suzanne sur ces questions.

N'hésites pas à m'appeler si nécessaire.

Michel

>>> Marco Dube 9/3/2009 07:44 >>>
Salut Michel,

Je prépare un Q&A complet sur les enjeux qui pourraient être soulevés lors de notre Assemblée publique annuelle, le 23 septembre.

Si tu penses à d'autres enjeux, n'hésite pas.

Merci de ton aide.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039

s.19(1)

s.21(1)(b)

Marco Dube - Re: Q&A

De : Suzanne Moss
Destinataire : Dube, Marco; MORRIS, SUZANNE
Date : 9/15/2009 08:54
Objet : Re: Q&A
CC : Cayer, Christine
Pièces jointes : annual meeting financial questions.doc

Marco / Suzanne,

Voici les réponses aux questions financières.

Suzanne

>>> Marco Dube 9/14/2009 12:25 PM >>>

Voici le Q&A que Suzanne Morris a.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039

(cell.)

s.19(1)

What is the DSO and why is it so high? *Short answer:* DSO stands for Days Sales Outstanding. This is a mathematical calculation comparing the most recent three months of sales to the outstanding Accounts receivable. Low sales usually result in a higher DSO and high sales usually result in a lower DSO

Long answer: There are several ways of calculating the DSO. CBC uses the most recent three months of sales compared to the A/R GL total and compares this figure to the number of days in the three months. If the sales for three months are greater than the A/R GL total then days are added to the days in the three months. If the sales total less than the A/R GL total then days are subtracted from the total days in the three months.

Using August as an example:

Sales for June, July and August totaled \$28.1 M. A/R GL Balance at the end of August was: \$38.5 M including the accrual for August sales. So we add \$9.4 M to the sales figures to make up the difference between the three months and the A/R GL total. There are 92 days in the three months of June, July and August. Adding the \$9.4 M results in additional days to be added of 18.3 days. So the resulting DSO is then 110.3 days. This is a purely mathematical calculation. Low sales usually result in a higher DSO and high sales usually result in a lower DSO

More color on Deferred Revenue? Big change. The decrease in Deferred revenues (long-term) is mainly due to the Affiliate Agency Agreement and the Asset Purchase agreement between CBC/Radio-Canada and Stingray Digital Group Inc (Acquirer). As of March 31, 2009, the Corporation transferred Galaxie's assets, including all of the physical assets and some of the intangible assets, but excluding certain Galaxie Broadcast Distribution Undertaking (BDU) contracts that have not yet been assigned to the Acquirer.

To the extent that the revenue contracts have not been assigned to the Acquirer, the Corporation continues to bear the contractual risk and accordingly, the associated revenues continue to be deferred using the unit-of-revenue method. For the year-ended March 31, 2009, revenues representing \$34.4 million were recognised and presented as Non-operating revenues in the Consolidated Statement of Operations.

Please explain nature of retained earnings deficit on balance sheet.

The deficit represents liabilities incurred by the Corporation that have not yet been funded through Parliamentary appropriations or other sources of revenue. A significant component of the deficit is a result of unfunded employee future benefits (mainly pension and severance costs) that will be funded through

parliamentary appropriation at the time the related liabilities are paid by the Corporation.

Why is there a Broadcast Center Trust? The Trust is also a lessor under a long-term sub-lease with the Corporation for the Canadian Broadcasting Centre. In order to finance the construction of the building, the Trust issued \$400 million of bonds on January 30, 1997, which are guaranteed by the rent payments for the premises occupied by the Corporation. The rent payable by the Corporation to the Trust covers all interest and principal on the bonds, all other payments on the bonds and all operating expenses and liabilities of the Trust.

Why are there bonds payable? The Corporation, through its relationship with the Broadcast Centre Trust, guarantees the bonds payable with its rent payments for the premises occupied by the Corporation in Toronto. The Corporation is deemed to be the primary beneficiary of the Trust and, accordingly, the financial results of the Trust are consolidated in the Corporation's books.

Why do we have a negative equity? see answer on retained earnings deficit.

Is ES making money on hockey, Jeopardy/WOF? Hockey, Jeopardy/WOF are commercially sensitive properties and we cannot release financial details. We acquired these properties to drive a positive margin to be reinvested in Canadian programming. We are closely monitoring these properties in these difficult financial times

CBC revenues are up vs the industry is down from 8% to 10%. Why? Although total advertising revenue was higher in 2008-2009, compared to 2007-2008, advertising revenues actually declined on a year-over-year basis when one-time revenues related to the Beijing Olympic Games are excluded. Also, on an actual to budget basis, commercial revenues were down by \$65 million.

Marco Dube - Q&A - Final package - September 18

De : Marco Dube
Destinataire : Pascale Montminy
Date : 9/18/2009 14:41
Objet : Q&A - Final package - September 18
CC : ANGUS MCKINNON; Bill Chambers; Kevin Payan; Martine Menard
Pièces jointes : Q&A-APM-te-clean-18sept09.doc; Q&R-Assemblée publique-Sept.18-09-tf.doc; Q&A-ADDITIONS-te-clean-18sept09.doc; Q&R-AJOUTS-18sept09-tf.doc

Salut Pascale,

Voici les documents de breffage.

Tu trouveras les deux Q&A complets, datés du 18 septembre. Ils n'ont reçus que des modifications **mineures** par rapport à ceux envoyés le 16 septembre et qui ont déjà circulé. (Ces documents comprennent deux sections particulières sur la question du (1)"value for signal" et le (2)Local TV Matters.)

Et tu trouveras deux ajouts - qui comprennent de nouveaux enjeux, signalés cette semaine.

Merci.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

s.19(1)

613 288 6039
(cell.)

**Major Issues Facing CBC/Radio-Canada
Briefing Document – Annual Public Meeting**

Date: September 16, 2009

Prepared by: Corporate Communications

Subject: This document presents, in Q&A format, our position on all of the key issues currently facing CBC/Radio-Canada.

Main Narrative:

- We faced a major paradox last year: just as we were achieving unprecedented successes on all our platforms, we found ourselves up against a serious financial crisis.
- Today our financial situation is still cause for concern; but this won't stop us from advancing our strategic objectives so that we remain a relevant public broadcaster in a rapidly changing environment.
- You can't cut \$171 million without it having an impact, but we're doing everything we can to keep it from undermining the quality of our programming.

Questions about our overall financial situation:

Q – What is the situation with your workforce adjustment?

A – The workforce adjustment plan will be completed by the end of September. In March 2009, we announced that 800 positions would be eliminated this year to help CBC/Radio-Canada deal with its \$171 million dollar shortfall. The relative success of the Voluntarily Retirement Incentive Program, to which 300 people participated, helped CBC/Radio-Canada reduce the number of people that will have to be laid off this year.

Despite this difficult financial situation, we're advancing our strategic objectives and doing everything we can to deliver a varied range of relevant programming. When you have to absorb a \$171 million shortfall, it's inevitably going to show. But we're doing everything in our power to minimize the impact on our program quality.

Q – How do you explain your \$171 million shortfall and the need to eliminate 800 positions?

A – CBC/Radio-Canada's shortfall for 2009–10 is substantial: \$171 million, or 10% of our overall budget. The shortfall can be attributed to a number of factors including a drop in ad revenues, other financial pressures such as salary increases that are only partially funded by Treasury Board and costs related to aging infrastructure, as well as a continued rise in programming expenses.

The only way to avoid job cuts would have been for the Corporation to receive new, additional and permanent funding. Since additional funding wasn't in the cards, particularly in this Canada-wide financial context, CBC/Radio-Canada did not ask for it.

Instead, it asked for bridge financing and built a plan to demonstrate that the loan could be reimbursed over a five to seven-year horizon, based on conservative and thus achievable revenue projections. CBC/Radio-Canada was not granted this bridge financing. Therefore, the Corporation has reduced its costs through staff and programming reductions, and started the process of selling \$125 million worth of assets to cover the remainder of its shortfall and to pay for severances and retirement incentives.

Q – What’s the status of the asset sales?

A – We said in March that we need to raise \$125 million through the sale of some of our assets to address part of our \$171 million dollar shortfall and to pay for severance generated by the elimination of 800 jobs. We have developed a plan to monetize specific existing cash flows, which was approved by our Board of Directors last spring. We continue to work with Government to secure the necessary approval in order to proceed with these transactions.

Q – What’s happening with the Strategic Review?

A – We take part in the Strategic Review, but we will not speculate on the outcome of this process, which will be made public with the 2010–11 budget. We fully expect that, given our arm’s-length relationship to the Government, the terms set out in both the *Broadcasting Act* and our Conditions of Licence will be respected during this review. The approach we’re taking throughout this process is respectful of the arm’s length principle and consistent with practices established during previous Government exercises in which CBC/Radio-Canada has participated.

Q – Is the current Government really providing “record” funding to CBC/Radio-Canada?

A – The parliamentary appropriations allocated to CBC/Radio-Canada have remained stable for the past 10 years at just over \$1 billion annually. In 2008–09, CBC/Radio-Canada received \$1,171 billion, which is the highest amount it has ever received, in nominal dollars (unadjusted to inflation), and exactly the same it received in 1995–96. When taking inflation into account, however, CBC/Radio-Canada’s overall funding has in fact been steadily shrinking for quite some time. Last year, the Corporation received close to \$400 million (in constant 2008 dollars) less than it did in 1990, when its mandate was last reviewed. Moreover, this funding, including the one-time additional \$60 million, is not guaranteed from one year to the next.

Q – How can you pretend to be deeply rooted in the regions when you take into account the cuts to specific regions, including French Services in Windsor?

A – Being deeply rooted in the regions is a key component of CBC/Radio-Canada’s strategic plan. That’s why the Corporation has opted not to close any regional stations despite the financial difficulties it is facing. But given the scope of our financial crisis, the majority of stations have been and will be affected, in one way or another. Still, reductions to regional stations are proportionally smaller than the ones we are making to the Corporation as a whole. As a matter of fact, when it appeared that our year-end results would be slightly better (by a few million dollars) than anticipated and that this would provide us with a bit of flexibility, we decided to keep our CBC Radio presence in Thompson and La Ronge.

In Windsor, we had to make some tough decisions that have resulted in some job loss and service reduction in the immediate term. The decision was to transform our French language station in Windsor into a production centre, based on a service model similar to ones implemented in other provinces such as Saskatchewan and Alberta. Essentially, we keep reporters in Windsor that will produce local interviews and stories aired during timeslots reserved for Windsor or on regional shows broadcast out of Toronto. It's a proven model that works well and we are confident that we have the resources to make sure that people from Windsor will recognize themselves in the regional and national programming that will continue to be provided to them.

Q – Where did you get the money to pay for the Eastern Townships Broadcast Centre?

A – The inauguration of our Eastern Townships station has been part of our strategic plan for many years. What we essentially did in the Eastern Townships was to stop paying Cogeco to carry our programming so that we could repatriate the advertising revenues in the region. Plus, in setting up a state-of-the-art production centre, we changed the way we work and are better able to control our production costs. By consolidating all of our services under one roof, right in the heart of the Eastern Townships, we're now better rooted in this region and operationally more effective. The Eastern Townships Broadcast Centre is a living example of what we're moving toward as an organization.

Questions about regulatory issues:

Q – Can CBC/Radio-Canada afford the digital transition?

A – The digital transition is one of the regulatory challenges CBC/Radio-Canada is facing. The **digital transition** is scheduled to take effect on August 31, 2011. The broadcasting industry is in agreement that recreating the existing transmission infrastructure is not economically viable given the shift in viewing habits: only an estimated seven per cent of Canadians will receive their television signal from the over-the-air system come August 2011. CBC/Radio-Canada currently operates eight digital transmitters that cover 47 per cent of the population. In an earlier submission to the Department of Canadian Heritage, CBC/Radio-Canada indicated that 44 transmitters would cover 80 per cent of the population. The Corporation does not have the available capital spending capacity to achieve even a low-end scenario by August 2011.

Q – What is your position on the Canada Media Fund

A – On June 9, the new Canada Media Fund (CMF) announced its Board of Directors. The CMF was created last March to replace the Canadian Television Fund (CTF). Even though the new Fund does not guarantee us 37 per cent of the total funding as the former CTF did, CBC/Radio-Canada is confident that the CMF will play a central role in ensuring the continued viability of Canadian programming.

For CBC/Radio-Canada, what is essential now is to make certain that the principles laid out earlier this year by the Government – a simplification of process, encouragement of innovation, and a focus on first-run, prime-time Canadian programming – are effectively put into practice when the rules that will govern this fund are established later this fall.

Q – What is your position on the Fee-for-Carriage/Value for signal issue?

A – The issue of value-for-signal will be discussed before the CRTC this fall as part of a broad policy hearing on television broadcasting in Canada. During those hearings, CBC/Radio-Canada will be making its case again for access to such compensation as a part of the overall case for saving the conventional broadcasting industry.

We believe that the economic model for conventional television is broken. What little remains of the advertising pie is now being split up into smaller and smaller pieces. Broadcast Distribution Undertakings (BDUs – cable and satellite cos.) and specialty channels are making record profits. Cable and satellite companies made approximately 2 billion dollars in profits last year. Conventional broadcasters are seeing their revenues and profits deteriorate irreparably.

Conventional broadcasters are the cornerstone of the broadcasting system. They produce most of the original content created in this country and attract by far the largest audiences to Canadian programming. They are the most important vehicles for delivering on the Commission's efforts to promote Canadian content.

It is imperative that the CRTC level the playing field and grant conventional broadcasters access to a new revenue source if Canadian programming is to survive. Although welcome, neither the LPIF nor fees for distant signals will prove sufficient to save the model. That leaves fair value-for-signal compensation as the most viable option.

The cable companies' contention that value for signal is a tax on consumers is shrewd politics but completely baseless. First, the CRTC is calling for the value of those signals to be arrived at through a negotiation between the parties, not imposed by government or the regulator. Second, if it is not a tax when paid to specialty channels, why would it be when applied to conventional broadcasters? And finally, the BDUs are free to structure their consumer offer (pricing and bundling of channels) in such a way that gives the consumer much more control over what services they purchase and which they don't. There needn't, at the end of the day, be an increase to the consumer's cable bill.

With other broadcasters, CBC/Radio-Canada launched on September 14 the *Local TV Matters* campaign to stand up for the protection, preservation and future of local television in this country. Over the past 5 years your basic cable bill has gone up more than four times the cost of living. At the same time, the profits of the cable companies have almost doubled to 2.1 billion. Canadians need to be informed about this situation.

Q – What does the Local Programming Improvement Fund (LPIF) mean for CBC/Radio-Canada?

A – The LPIF came into effect on September 1, 2009. In October of last year, the CRTC announced the creation of the Local Programming Improvement Fund (LPIF). The Fund is financed by Broadcast Distribution Undertakings (BDUs) via a contribution equivalent to 1.5% per cent of their gross revenues, and used to ensure that viewers in smaller Canadian markets continue to receive a diversity of high-quality local programming, particularly local news. The CRTC has estimated that the LPIF will total around \$100 million this year.

CBC/Radio-Canada is pleased with the CRTC decision to increase the Fund to 1.5%, from the 1% that was originally set out. In practical terms, this contribution will enable CBC/Radio-Canada to start producing regional weekend newscasts this year in the

Eastern Townships, among other initiatives now being considered. Radio-Canada plans to use the revenues generated by the Fund to offer local news, 7 days a week, in regions where we do not actually offer this service.

Q – Will Radio-Canada broadcast CTV's signal for the Vancouver Olympics over the air and outside of Quebec?

A – We have confirmed repeatedly that CBC/Radio-Canada is prepared to be part of the solution as it relates to providing francophones with broadcast services for the 2010 Vancouver Olympics. But, we cannot do so in a manner that is financially irresponsible.

CTV has imposed eleven restrictive conditions to date to be able to use Radio-Canada's airwaves, outside of Quebec, for the duration of the Olympics.

We remain open to discussing a production arrangement in which:

we produce and broadcast our own programming for television, radio and the internet or are involved in some co-production and co-broadcasting partnership;
the specific programming needs of francophone and anglophone audiences are respected with two independent program offerings;
our broadcast treats all francophone audiences in Canada equally; and
we are compensated for the costs of becoming an Olympic partner.

We have stated that we would consider broadcasting a few key events from the Olympics across our network. If CTV is not prepared to compensate CBC/Radio-Canada financially for providing this service to Canadians, we are prepared to offset our costs through the sale of commercials on our own network.

We cannot allow CBC/Radio-Canada to take a financial hit to provide a service that CTV purchased and is supposed to provide while we are laying off employees. That kind of bailout would be completely irresponsible.

Questions about controversial situations:

Q – How do you account for the lavish spending uncovered through the Access to Information Act, as well as the travel and duty entertainment expenses of CBC/Radio-Canada executives?

A – The vast majority of Access to Information (ATI) requests received have come from one source which has publicly revealed to have among its clients Sun Media Corporation.

CBC/Radio-Canada has been transparent as it relates to the management of ATI requests. Senior executive team's expenses have been voluntarily disclosed for some time on the Corporate website. While some articles published by Sun Media and Quebecor papers were not flattering, they didn't tell the whole story. Many of the articles provided only selective information, no context whatsoever, and made liberal use of derogatory terms such as "luxury," "ritzy," and "posh", in an attempt to create scandals.

CBC/Radio-Canada takes the management of public resources very seriously. We keep our administrative expenses at levels that are amongst the lowest for public

Q – Why did you decide to hold it in a small room on a weekday morning? Are you really being transparent?

A – We decided to hold this meeting on our premises to avoid additional expenses. We've been advertising this meeting for several weeks now and have taken specific measures to set up a webcast to make it available to the largest possible audience, and provide Canadians to opportunity to ask questions directly to the Chair of our Board and the president & CEO of CBC/Radio-Canada. We also reached out to stakeholders and media to make sure that this Public annual meeting is as transparent as possible. The recording of the session will be available to all Canadians on our corporate website.

Questions about programming issues:

Q – Radio-Canada has just been reprimanded by the CRTC for its *Bye-Bye* broadcast. When will you be issuing the apology demanded by the CRTC?

A – We've already apologized for *Bye-Bye 2008* on numerous occasions. We're currently examining ways to issue a more elaborate apology.

Q – Could you explain your decisions regarding the CBC News Renewal?

A – Two parallel objectives – financial and anchoring our news in local communities -- lead to this decision. Faced with a significant financial challenge - we looked at the schedule to find ways in which to increase our revenue opportunities beginning in early prime time. The result benefits the schedule and provided several opportunities to News - including the potential to expand our local footprint, get an early start on the competition in key markets, better serve the news consumer, and maintain a presence in prime time. The 5:00 - 6:30 timeslot achieves all of this. The research has shown that Canadians don't consume news in the same way that they used to; they want to see more of themselves in our coverage. With this change, CBC News will tell more stories our audience wants, how they want and when they want, while also providing an even stronger lead-in for our newscasts at six pm.

Q – How can ending the newscast at 6:30 be a good idea?

A – Ending at 6:30 works because we've got a program that we know draws audiences - Coronation Street.

Q – How can you justify spending so much on US programs such as *Wheel of Fortune* and *Jeopardy!*?

A – *Wheel of Fortune* and *Jeopardy!* help us grow audiences for our 100% Canadian programming starting at 8 pm every day. Plus, these shows help generate revenues we can invest in Canadian programming. Moving *Wheel of Fortune* to 7pm will allow it to be aired at the same time as its simulcast on the US networks, we believe that this move will help to bring even more audiences to the program and will provide a stronger lead-in for our all Canadian deep prime-time schedule.

The CBC Television schedule is already performing very well, we feel this change will leverage the strength of shows like, *Coronation Street*, *Wheel of Fortune*, *Jeopardy!* and our updated 90 minute local newscast by placing them in timeslots that will strengthen our schedule as a whole

Q – By adding the Ghost Whisperer at 4 pm aren't you increasing the amount of American programming on the CBC?

A – No. With the non-renewals of Martha (one hour) and the Simpsons (half hour) and the addition of Ghost Whisperer (one hour), CBC has actually reduced the amount of American programming on its schedule.

Questions about specific financial issues:

Q – Will the CRTC's recent announcement regarding the creation of a local fund help restore jobs lost in the CBC's latest round of cuts ?

A – The new LPIF just took effect on September 1st and we will see some trends towards the end of the calendar year. We are now analyzing how we will reinvest the new money. Large part of this new money was already budgeted in the financial plan presented in March. The CRTC decision to increase the Fund from 1% to 1.5% will have an impact. For example, starting this year, we will produce local news on weekends at our Sherbrooke station because of the new fund. (More to come)

Q – Has the Corporation considered commercializing radio to diversify its source of funding ?

A – We have made it a priority to maintain the non-commercial aspect of our radio.

Q – Has the Corporation considered discontinuing outbidding private broadcasters for expensive foreign product as a measure to keep a cap on its spending ?

A – CBC-Radio-Canada invests more in Canadian programming than all of the other conventional broadcasters put together. Television shows like Jeopardy and Wheel of Fortune play a very specific but limited role in our programming. They help build audiences for our Canadian programming and help generate revenues we can invest in Canadian programming. .

Q – CBC/Radio-Canada has petitioned the CRTC, along side private broadcasters, to implement a subscriber fee for carriage by BDUs. Should the CRTC rule favorably, what will the Corporation do with this new source of funds ?

A – Public hearings on this issue will be held in November. We know that the CRTC has asked broadcasters and BDUs to negotiate a fair value for the conventional television signals that are now provided for free to BDUs. We will not speculate on how much money this could mean for us before we negotiate with the BDUS, but any new money we obtain will be targeted at our strategic priorities and help improve the services we provide Canadians with.

Q – How are we monitoring the recovery plan? We are now at the end of Q1, how are we doing? Is there any further risk?

A – At this point, our recovery plan is on target. We are also on target regarding ad sales expectations. The workforce adjustment will be completed by the end of September and modifications to our programming schedules are, for the most part, already

implemented. The Senior Executive Team is monitoring closely the implementation of the recovery plan and the president and CEO has already begun a tour of many regional centres which helps him see first-hand the impact of our recovery plan on our people and programming.

Further risks?: asset sale approval and strategic review impact.

Q – Why is radio facing cuts and layoffs if radio is commercial free and should not be impacted by the recession?

A – CBC/Radio-Canada's shortfall can be attributed partially to a drop in ad revenues, but there is a number of other factors that explain our financial pressures. Salary increases that are only partially funded by Treasury Board and costs related to aging infrastructure, as well as a continued rise in programming expenses, are all factors that affect all of our services, including radio. This is not a television versus radio problem. Our operations are more and more integrated as we go forward and we need to face our economic challenges as one company in order to pursue our strategic priorities.

Q – Key Performance Indicators show that English Services' audience share increased? As such, why are revenues declining?

A – It is true that CBC Television audience share increased last year, which is good news. But the drop in ad revenues was much more precipitous and important than the revenues that could be generated by the increase in our audience share.

Q – Why are English Services and French Services KPIs different? Shouldn't both TV networks and radio networks have the same KPIs?

A – English Services and French Services operate in two very distinct markets and face very different challenges. Each network's KPIs are established in order to maximize the potential of each network, while taking into account the market reality in which it has to operate. That being said, we enjoyed last year audience share successes on all of our platforms and we continue to provide Canadian content to an increasing number of Canadians.

Potential questions from Union leaders :

Q – Is the Board anticipating further staff cuts at CBC/Radio-Canada?

A – The financial plan we have put together last spring holds. CBC/Radio-Canada does everything it can to protect its ability to realize its mandate.

Q – What will happen to the strategic review and asset-sale approvals if the Federal Government has to fight an election campaign this fall? Do we have a plan B?

A – We will not speculate. Our financial plan is clear and includes the sale of 125 million worth of our assets. We are confident that we will get approval from Government before the end of the year. The governments decision regarding the Strategic Review will be known in the 2010-2011 federal budget, and will not have an impact on this fiscal year.

Q – What is the Board's position regarding Bill C-10, which revises previously negotiated salary agreements?

A – The Corporation cannot comment or take a position regarding a Law that was passed by Government, but it has the responsibility to ensure its application.

Q – We're in the process of laying people off because of the Corporation's financial situation, yet we're hiring new employees at the same time. How does the Board explain this state of affairs?

A – The Corporation is not hiring people to replace employees that were laid off or took a voluntary retirement. It is possible that some hirings are needed to fill jobs for which laid off employees were not qualified. As a 10,000 employee corporation, we need to hire on a constant basis to replace people who leave permanent jobs or for short time contracts. At the end of the day, we have this year 800 positions less than we had last year.

Q – Should the Corporation's financial situation improve thanks to the economic recovery or the creation of a special regional assistance fund, is the Corporation planning to rehire staff in the regions affected by the recent layoffs?

R – All of the new funds will be targeted at our long term strategic priorities, which is to become a content company, the most important creator and distributor of Canadian content on all platforms and to be deeply rooted in the regions. These priorities will lead our future investments and reinvestments. So, would-we choose to reinvest, for example, in our presence in a specific region? Absolutely. Would we be opting necessarily to bring back shows or reinstate jobs that were cut? Not necessarily.

CBC/Radio-Canada's position on value for signal

Date: September 13, 2009

Prepared by: Corporate Communications

Q&A

Q – Why is the value for signal issue so important for the future of conventional television?

A – Conventional broadcasters make a major contribution by producing or acquiring local programming and programs of national interest. They are the largest contributors of original Canadian programming, but do not receive any payment for the signals they provide to BDUs (Broadcast Distribution Undertakings). At the moment, the economic model for conventional television is broken and the system needs rebalancing if conventional broadcasters – and the programming they provide – are to survive.

Q – What makes you say the “model is broken”?

A – Conventional private broadcast sector, all-in, made profits of \$8 million in 2008, a decline of 92% from the previous year. The Canadian cable and satellite sector on the other hand – an industry protected by regulation in Canada – made approximately \$2 billion in profits in 2008 (PBIT) and grew at a rate of 33 per cent over the previous year. BDU's are free riding on conventional broadcasters to their own benefit and to the detriment of both those broadcasters and of the system as a whole. Broadcasters are looking for fair market value for the service they provide cable companies, nothing more but nothing less.

Q – What has the CRTC done until now to address this issue?

A – First, on July 9, 2009, the CRTC introduced enhancement to the Local Programming Improvement Fund (LPIF) by raising the contribution that cable and satellite companies make to the Fund from 1 per cent of gross revenues to 1.5 per cent. While this measure is a significant one, and will help CBC/Radio-Canada maintain and enhance some of its local programming, it is not enough to repair the broken model. Second, it launched a public proceeding to create a framework that would allow conventional broadcasters to receive fair compensation from cable and satellite operators for the signals they currently use for free to help make their profits. Public hearings on the value for signal issue will start mid-November.

Q – What has been the cable and satellite industry's reaction to these measures?

A – Cable and satellite companies, or BDUs, have gone to great lengths to label the measures as “taxes on consumers”, and some of them have passed those contributions directly to consumers, increasing customers' bills once again.

Q – Is it really a new tax?

A – The value for signals is not a fee being imposed by government or by the CRTC since it will be established by market forces, through negotiation between the parties. BDUs have never complained about fees they pay to carry specialty channels or US channels being a “tax on consumers”. So why would it be when applied to conventional broadcasters?

Q – Why would BDUs have to pay for these signals when they are available for free over the air?

A – Broadcasters provide a service for free to their over-the-air viewers. This does not mean that cable and satellite companies can take these services for free and sell them to others. The reality is that 90 percent of Canadians – those who currently receive their signal from BDUs – are already paying to watch conventional broadcasters. These channels are an essential component of the packages offered by BDUs and help the cable and satellite industry make formidable profits while conventional television can't afford to produce the programming Canadians want and appreciate.

Q – Do BDUs have other options?

A – BDUs are free to set prices as they see fit and to structure their consumer offer (pricing and bundling of channels) in such a way that gives the consumer much more control over what services they purchase. They're also able to raise prices whenever and however they wish. They regularly do. That's why the Canadian cable and satellite sector made approximately \$2 billion in profits in 2008 (PBIT) and grew at a rate of 33 per cent over the previous year. Cable and satellite companies are also paying approximately \$300 Million each year to foreign cable channels who provide no Canadian programming.

We think, as the CRTC does, that BDUs generate enough profits that they shouldn't increase, yet again, consumers' cable and satellite bills.

Q – Would BDUs be subject to the same obligations to carry many of your channels, including those for minority languages, if you have the ability to negotiate a fair value for your signals?

A – The value of our signals will be negotiated with BDUs. The CRTC must establish a clear negotiating framework that will help address these kinds of issues during negotiations. CBC/Radio-Canada considers it a priority to have all of its channels available to Canadians, notwithstanding which cable or satellite provider Canadians choose.

Q – How much money does CBC/Radio-Canada expect to receive?

A – Since the value of our signals will be negotiated with BDUs, we will not speculate on this. We know that Canadians value their local stations, and we are simply looking to get fair value for the services we provide, nothing more but nothing less.

Q – What will CBC/Radio-Canada do with the money the value for signal will generate?

A – Any additional revenues will be invested according to strategic priorities, including the production of Canadian content.

Q – What will it mean if you don't receive it?

A – If CBC/Radio-Canada does not receive a fair value for its signals, it will not be able to continue investing as much as it does right now into Canadian and local programming. On a larger scale, it will also mean that the system as a whole will continue to be unfair. Canadians will continue to pay increasing cable and satellite bills while getting less of the quality Canadian programming they have been getting from conventional television broadcasters.

Q – CBC/Radio-Canada already receives \$1 billion a year in parliamentary appropriation. Why should it receive additional funds?

A – CBC/Radio-Canada has a very heavy reliance on television advertising revenues: nearly half of our television operating budgets are currently funded by advertising. This situation has arisen due to past government and CRTC policy that encouraged the Corporation to supplement its government appropriations with advertising in order to maintain and improve its service offerings.

Since the advertising model is now no longer sustainable, CBC/Radio-Canada is in the same position as other conventional TV broadcasters: if we cannot change our revenue model to the one that every other player in the industry has, we will not be able to continue to maintain and improve our services.

CBC/Radio-Canada invests more in Canadian programming than all the other conventional private broadcasters put together. It is an important contributor of original content to the broadcasting industry. Like the other broadcasters, CBC/Radio-Canada's ad revenues are down, in part because the ad pie is now shared with more and more specialty channels which also receive fair value for their signals. Any new measures implemented to help the conventional television industry keep filling its cultural and economic role must also include CBC/Radio-Canada. We are only looking to get fair value for a service we provide for free at the moment to an industry that is making billion dollar profits.

Q – How much does the Local TV Matters campaign cost CBC/Radio-Canada?

A – Since CBC/Radio-Canada and its partners in this campaign are all in the media business, we are able to share most of the costs internally.

Q – How can you justify investing in such a campaign when you say you have a \$171 million dollar shortfall?

A – We cannot afford NOT to invest in this campaign. If Canadians do not understand the facts and what is at stake in this matter, there is a real risk that they will ultimately lose their local television service. A large part of our shortfall this year is due to the fact that the actual conventional television model is broken. Ad revenues are down significantly, partly because the ad pie is shared with more and more specialty channels which do not only have access to ad revenues but also receive fair value for their signal. It is important for the future of conventional television that the system is re-balanced. To achieve that, someone will have to make sure Canadians really understand what is at stake here because cable and satellite companies will continue investing large amounts of money to protect their profits at the detriment of the conventional television industry's future.

**Local TV Matters Alliance
Key Messages/ Q and A**

KEY MESSAGES:

Alliance- General

We have joined this alliance as we believe that it is important, in fact critical, to preserve and protect Canadian voices- and choices- in the media landscape.

We want to remain present in local communities across the country and are working together with the other alliance members to identify a sustainable solution, and one that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future.

Value for Signal

Everyone, even the cable and satellite companies would agree that the traditional model of free local television- supported only by advertising- is broken.

We need to find a new model for local television-, which is an important cultural asset-, or we risk losing it altogether.

The cable companies would like you believe that this is a "tax" but it simply isn't. By calling it a 'tax' the cable companies are attempting to disguise their self-interest as public interest, protecting their profits and not the public interest.

Asking cable/satellite providers to pay a fair rate for a product that they have received **for free** since the inception of local television is not a **tax** and has nothing to do with the yearly subsidy CBC receives from the government.

CBC

We take the management of our public subsidy very seriously, and at all points make programming/financial decisions that are in the best interest of Canadians and of Canadians' investment in their public broadcaster.

All members of the alliance believe strongly that the provision of local television service is an issue of vital importance to the Canadian public. If this weren't the case, CBC most definitely would not have joined on.

This issue is of such fundamental importance to Canadians and the broadcast industry in Canada that we've taken the unprecedented step of joining forces with the other conventional broadcasters.

While we are mandated to provide service to communities across the country, the challenge for CBC lies in a decline in the resources available to do so.

QUESTIONS AND ANSWERS:

Q: What is the alliance?

A: Local TV Matters is an alliance of Local Canadian broadcasters- CTV, 'A', CBC and Global and independent stations and affiliates.

We have come together to reinforce the importance and value of diversity and choice within the Canadian media landscape. We want to inform Canadians about critical issues affecting local television programming specifically and the conventional broadcasting model in general

Q: Will there be other broadcasters involved?

A: Currently, the alliance is made up of CTV, 'A', CBC, Global and a number of independent local stations and affiliates. We welcome all who care about the protection, preservation and future of local television in this country to join us.

Q: Why has CBC Television joined the alliance?

A: As the National Public Broadcaster it is our job to reflect the diversity of voices that this country has to offer, we live up to these commitments day in and day out, however the broadcasting industry as a whole faces a number of challenges that make the provision of local, Canadian programming increasingly difficult.

We have joined this alliance as we believe that it is important, in fact critical, to preserve and protect Canadian voices- and choices- in the media landscape.

An important conversation about this issue is about to take place and we believe it's crucial that all Canadians have the opportunity to join the discussion, have a voice and be well and properly informed about an issue that will impact their daily lives.

Q: What do you hope to gain out of this?

A: The CBC, and all members of the alliance, want to remain present in local communities across the country and are working together with the Government and the CRTC to identify a sustainable solution for a conventional broadcast model that is severely broken- a solution that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future.

Advertising:

Q: You're running ads and giving up air time to do so, how can you justify the cost/loss of potential revenue during one of the more significant times of financial unrest that CBC has faced in years?

A: The ads will run in a rotation determined by the availability of inventory. The "save local" ads will have little impact on our potential ad-revenue stream.

Q: How much are the ads costing?

A: All of us are in the media business, so that we are able to share most of the costs internally. No out-of-pocket.

Q: CTV took a lot of flack for using their airwaves to promote their own self-interest during their "save local campaign. As the Public Broadcaster how can you justify running these ads on your airwaves, when you're supposed to report on events in a non-biased fashion?

A: All members of the alliance believe strongly that the provision of local television service to communities across the country is an issue of vital importance to the Canadian public. If this weren't the case, CBC most definitely would not have joined on.

The "local television matters" advertisements will have to adhere to both our own internal Advertising Standards, which include a strict prohibition on their running during any news programming that might touch on the subject of value for signal, and all industry regulations related to the airing of advocacy advertising.

Q: Aren't the two sides supposed to be negotiating a fee for carriage, why then are you hitting back so hard on the cable companies , won't this campaign taint your negotiations?

A: It is true that the CRTC has called for the value of broadcasting signals to be arrived at through a negotiation between the parties.

But the CRTC has to first put in place a regulatory framework to permit those negotiations.

We all believe that this framework must be established on a solid foundation of sound information and facts and we are extremely concerned that Canadians are being misinformed by the cable and satellite companies as to how value for signal will impact them.

An important conversation about this issue is about to take place and we believe it's crucial that all Canadians have the opportunity to join the discussion, have a voice and be well and properly informed about an issue that will impact their daily lives.

Q: The ads are only in English, why are you not doing a joint French/English campaign, aren't you concerned about local programming in the province of Quebec?

A: We are concerned about local programming in all parts of the country and will protect our interests and the viability of regional services wherever and whenever necessary. If we think such a campaign is required in the French market, we will undertake one.

Impacts to Local CBC

Q: If you don't win this battle does this mean that you'll have to start closing stations across the country?

A: We can't say exactly what will happen until we know the result of the current discussion/negotiations; however, we can say that without a new model, the future of local television is at risk. As you probably know, regional presence is one of our core priorities and we want to do everything we can to ensure it is healthy and we have the resources we need to keep it relevant to local communities.

We want to remain present in local communities across the country and are working together with the Government and the CRTC to identify a sustainable solution, and one that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future.

Q: If you're THIS worried about local programming, why did you make staff cuts in the regions earlier this year?

A: Faced with a \$171 million dollar budget shortfall, CBC/Radio-Canada had to make a number of tough choices to help us overcome our financial challenges.

Local programming is at the very heart of what we do and funding for the regions was disproportionately sheltered in our 2008-2009-business plan compared to other budgets. That being said, the unfortunate reality of reducing budgets in the regions is that it means reducing staff – that's where the bulk of money in the regions is spent.

We want to remain present in local communities across the country and are working together with the government and the CRTC to identify a sustainable solution, and one that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future

Q: One of your partners is A-Channel who recently closed a number of its local stations, how can you say you're concerned about local programming when one of your partners has a history of closing their local stations?

A: Everyone, even the cable and satellite companies would agree that the traditional model of free local television-supported only by advertising- is broken.

We have most recently seen the impacts of this ailing model as all Canadian broadcasters have been forced to make some reduction or another in the provision of local programming.

We want to remain present in local communities across the country and are working together with the Government and the CRTC to identify a sustainable solution, and one that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future.

Value for Signal:

Q: CBC gets 1.1 billion dollars from Canadian taxpayers to subsidize its services, why are we now getting taxed again for your services?

A: By calling it a 'tax' the cable companies are attempting to disguise their self-interest as public interest, protecting their profits and not the public interest. Requiring cable/satellite providers to pay a fair rate for a product that they have received for free since the inception of local television is not a tax and has nothing to do with the yearly subsidy we receive from the government.

This is just another example of the very wealthy cable companies finding yet another excuse to pass their costs on to customers while they continue to report record profits.

We want to remain present in local communities across the country and are working together with the other alliance members to identify a sustainable solution, and one that will help to ensure the protection and preservation of local television today and in the future.

Q: CBC is already mandated to provide local services, so, won't losing this battle have little to no effect on your programming as you HAVE to continue providing local service no matter what?

A: While we are mandated to provide service to communities across the country, the challenge for CBC lies in a decline in the resources available to do so.

The House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage has repeatedly concluded in recent years that public funding has been set at a level that cannot possibly fund all of CBC/Radio-Canada's operations and so we have had to rely year after year on declining advertising revenues in order to sustain our operations.

The current advertising-driven revenue model for conventional television is in decline and while we can't say what we'll be able to commit to for local television until we know the result of the current discussion/negotiation, we can say that without a new model, the future of local television could be at risk.

Q: Why should we give CBC more money when it's already squandered its taxpayer subsidy on paying too much for U.S. programming, blockbuster movies, hockey and the Olympics.

A: We take the management of our public subsidy very seriously, and at all points make programming/financial decisions that are in the best interest of Canadians and the broadcaster as a whole.

CBC/Radio-Canada received \$1.1 billion this year from the Government of Canada. When adjusted for inflation and the cost of operation our subsidy is worth about \$400 million less than it was in 1990.

We make a profit on the few foreign properties we import. We invest in programming like Wheel of Fortune and Jeopardy as, given their large and loyal audiences, they provide a strong lead in to our all-Canadian prime-time line up. We acquire this type of programming as a tool to maximize the revenue opportunities in our schedule in order to

invest that money in Canadian programming and overcome a decades long decline in our public subsidy.

Q: Why is the National Public Broadcaster, whose mandate is to serve Canadians and not to pursue profit, in bed with the greedy private broadcasters who we know are only going to use the money to produce more episodes of shows like “so you think you can dance”.

A: All members of the alliance believe strongly that the provision of local television service is of vital importance to the Canadian public. If this weren't the case, CBC most definitely would not have joined on.

While we can't say what we'll be able to commit to for local television until we know the result of the current discussion/negotiation, we can say that without a new model, the future of local television is at risk.

**Principaux enjeux de CBC/Radio-Canada
Document d'information – Assemblée publique annuelle**

Date : 16 septembre 2009

Préparé par : Communications institutionnelles

Objet : Ce document rassemble sous forme de questions et réponses notre position sur l'ensemble des principaux enjeux auxquels CBC/Radio-Canada fait présentement face.

Points principaux :

- Nous avons fait face à un grand paradoxe l'an dernier : au moment où nous connaissions des succès sans précédent sur toutes nos plateformes, nous faisons face à une grave crise financière.
- Aujourd'hui notre situation financière demeure préoccupante, mais cela ne peut nous empêcher de poursuivre nos objectifs stratégiques afin de demeurer un radiodiffuseur public pertinent dans un environnement en profonde mutation.
- On ne coupe pas 171 millions de dollars sans que cela ait un impact, mais nous faisons tout ce qui est possible pour éviter que cela mine la qualité de notre programmation.

Question sur notre situation financière générale

Q – Où en êtes-vous présentement avec votre plan de réaménagement des effectifs?

R – Le plan de réaménagement des effectifs sera complété d'ici la fin septembre. Tel qu'annoncé en mars 2009, nous avons été forcés d'éliminer 800 postes pour faire face à un manque à gagner de 171 millions de dollars. Le succès relatif de notre Programme incitatif de retraite volontaire, auquel 300 employés ont participé, a aidé CBC/Radio-Canada à réduire le nombre de personnes qui devront être licenciées cette année.

Malgré cette situation financière difficile, nous poursuivons nos objectifs stratégiques et mettons tout en place pour offrir des programmations variées et pertinentes. Nous ne pouvons éponger un manque à gagner de 171 millions de dollars sans que cela paraisse, d'une manière ou d'une autre. Mais nous faisons tout en notre pouvoir pour en minimiser l'impact sur la qualité de notre programmation.

Q – Comment expliquez-vous le manque à gagner de 171 millions de dollars et la nécessité d'éliminer 800 postes?

R – Le manque à gagner de CBC/Radio-Canada pour 2009-2010 est important : 171 millions de dollars, soit 10 pour cent de son budget global. Ce manque à gagner peut être attribué à un certain nombre de facteurs, notamment à une chute des revenus publicitaires, à d'autres pressions financières comme des hausses de salaire qui ne sont

que partiellement financées par le Conseil du Trésor, à des coûts liés au vieillissement de l'infrastructure et à une augmentation continue des dépenses de programmation.

La seule manière de ne pas éliminer de postes aurait été pour la Société de recevoir un nouveau financement supplémentaire permanent. Étant donné que cette solution n'était pas envisagée, particulièrement dans le contexte financier canadien, CBC/Radio-Canada ne l'a pas demandé. Nous avons plutôt réclamé un financement temporaire et conçu un plan afin de démontrer que le prêt pourrait être remboursé sur une période de cinq à sept ans, en fonction de prévisions de revenus prudentes et donc réalisables. CBC/Radio-Canada n'a pas eu accès à ce prêt temporaire. La Société a donc dû réduire ses coûts en faisant des compressions au sein de ses effectifs et de sa programmation, et a entamé le processus de vente de 125 millions de dollars d'actifs pour combler le reste du manque à gagner et payer les indemnités de cessation d'emploi et de départ à la retraite.

Q – Où en êtes-vous avec la vente d'actifs?

R – Nous avons déclaré en mars que nous espérons recueillir 125 millions de dollars en vendant certains de nos actifs pour absorber une partie de notre manque à gagner de 171 millions de dollars et pour payer les indemnités de départ résultant de l'élimination de 800 postes. Nous avons élaboré un plan pour monétiser certaines rentrées futures, lequel a été approuvé par notre Conseil d'administration le printemps dernier. Nous continuons de travailler avec le gouvernement pour obtenir les autorisations nécessaires afin d'aller de l'avant avec ces transactions.

Q – Qu'en est-il de l'Examen stratégique?

R – Nous participons à l'Examen stratégique du gouvernement fédéral, mais nous ne spéculerons pas sur le résultat de ce processus qui ne sera rendu public que lors du dépôt du budget 2010-2011. Étant donné nos rapports sans lien de dépendance avec le gouvernement, nous nous attendons entièrement à ce que les dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* et nos conditions de licence soient respectées pendant cet examen. L'approche que nous adoptons tout au long de ce processus respecte le principe de relation sans lien de dépendance avec le gouvernement, ainsi que les pratiques établies au cours des exercices gouvernementaux précédents auxquels CBC/Radio-Canada a participé.

Q – Le gouvernement actuel fournit-il véritablement un financement « record » à CBC/Radio-Canada?

R – Les crédits parlementaires alloués à CBC/Radio-Canada sont restés stables depuis 10 ans, à peine au-dessus d'un milliard de dollars par an. En 2008-2009, CBC/Radio-Canada a reçu 1,171 milliard de dollars, le montant le plus élevé qu'elle ait jamais reçu en dollars non indexés et exactement le même montant qu'elle avait reçu en 1995-1996. Quand on prend en considération l'inflation toutefois, le financement global de CBC/Radio-Canada diminue en fait régulièrement depuis un bon bout de temps. L'an dernier, la Société a reçu près de 400 millions de dollars de moins (en dollars indexés de 2008) qu'en 1990, l'année où a eu lieu la plus récente révision du mandat de la Société. De plus, ce financement, y compris le financement ponctuel supplémentaire de 60 millions de dollars, n'est pas garanti d'une année à l'autre.

Q – Comment pouvez-vous prétendre être ancrés dans les régions lorsque vous procédez à des compressions aussi importantes que celles que vous avez faites dans les Services français à Windsor?

Un ancrage profond dans les régions est l'un des éléments clés du plan stratégique global de CBC/Radio-Canada. C'est pourquoi la Société a choisi de ne fermer aucune station régionale, malgré les difficultés financières auxquelles elle fait face. Toutefois, étant donné l'ampleur de la crise financière, la majorité de nos stations ont été et seront touchées, d'une manière ou d'une autre. Par contre, les réductions subies par les stations régionales sont proportionnellement moins grandes que celles qui s'appliquent à l'ensemble de la Société. D'ailleurs, à la fin de l'exercice, quand il est apparu que nos résultats seraient légèrement meilleurs (de quelques millions de dollars) que ce que nous avions prévu et nous donnaient ainsi une certaine souplesse, nous avons décidé de maintenir la présence de CBC Radio à Thompson et à La Ronge.

À Windsor, nous avons dû prendre des décisions difficiles qui ont entraîné des pertes d'emploi et une réduction du service dans l'immédiat. Nous avons décidé de transformer la station de Radio-Canada en centre de production, selon un modèle de service similaire à ce que nous avons implanté dans d'autres provinces comme en Saskatchewan et en Alberta. Essentiellement, nous conservons des journalistes à Windsor qui produiront des entrevues et des reportages dans des créneaux locaux réservés à Windsor ou dans des émissions régionales diffusées à l'extérieur de Toronto. C'est un modèle éprouvé, qui fonctionne bien, et nous sommes convaincus de disposer des ressources suffisantes pour nous assurer que les gens de Windsor se reconnaîtront dans la programmation régionale et nationale que nous continuerons à leur offrir.

Q – Où avez-vous pris l'argent pour financer la Maison de Radio-Canada en Estrie?

R – L'inauguration de notre station en Estrie fait partie de notre plan stratégique depuis plusieurs années. Ce que nous avons fait en Estrie c'est, essentiellement, cesser de payer Cogeco pour diffuser notre programmation et récupérer les revenus publicitaires dans cette région. De plus, en établissant un centre de production à la fine pointe de la technologie, nous avons modifié nos méthodes de travail et sommes en mesure de mieux contrôler nos coûts de production. En regroupant tous nos services sous un même toit, au cœur de la communauté de l'Estrie, nous sommes maintenant mieux ancrés dans cette région et plus efficace au niveau des opérations. La Maison de Radio-Canada en Estrie est un exemple concret de ce que nous devenons comme entreprise.

Questions sur des enjeux réglementaires

Q – Est-ce que CBC/Radio-Canada a les moyens de faire le passage au numérique?

R – Le passage au numérique, qui doit avoir lieu le 31 août 2011, est un des défis en matière de réglementation importants pour CBC/Radio-Canada. L'industrie s'accorde sur le fait que recréer l'infrastructure de transmission actuelle n'est pas viable du point de vue économique, étant donné le virage dans les habitudes d'écoute : selon les estimations, seulement 7 pour cent des Canadiens recevront leur signal de télévision par voie hertzienne en août 2011. CBC/Radio-Canada exploite actuellement huit émetteurs numériques qui couvrent 47 pour cent de la population. Dans le mémoire qu'elle a soumis précédemment au ministère du Patrimoine canadien, la Société a

indiqué que 44 émetteurs lui permettraient de couvrir 80 pour cent de la population. La Société n'a pas le budget d'immobilisations nécessaire pour mettre en œuvre même le plus modeste de ces scénarios d'ici août 2011.

Q – Quelle est votre position sur le Fonds des médias du Canada?

R – Le 9 juin, le nouveau Fonds des médias du Canada (FMC) a annoncé la création de son conseil d'administration. Le FMC a été créé en mars dernier en remplacement du Fonds canadien de télévision (FCT). Même si le nouveau Fonds ne nous garantit pas une part de 37 pour cent de son financement total, comme c'était le cas avec le Fonds canadien de la télévision, nous croyons qu'il jouera un rôle central afin d'assurer la viabilité continue de la programmation canadienne.

Pour CBC/Radio-Canada, il est essentiel désormais de s'assurer que les principes énoncés plus tôt cette année par le gouvernement – simplification du processus, encouragement de l'innovation et accent mis sur la programmation canadienne originale diffusée en primeur aux heures de grande écoute – seront effectivement mis en pratique lorsque les règles qui régiront le Fonds seront établies plus tard à l'automne.

Q – Quelle est votre position sur la question des droits de distribution et la valeur du signal?

R – L'enjeu de la valeur du signal sera débattu devant le CRTC cet automne dans le cadre de l'audience sur la politique générale touchant la télédiffusion au Canada. Pendant ces audiences, CBC/Radio-Canada fera valoir ses arguments pour avoir accès à une telle rétribution dans le contexte global visant à sauvegarder l'industrie de la radiodiffusion généraliste.

Nous croyons que le modèle économique de la télévision généraliste ne fonctionne plus. Le peu qui reste des revenus publicitaires est maintenant divisé en fragments de plus en plus petits. Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR – par câble et par satellite) et les chaînes spécialisées enregistrent des profits records. L'industrie du câble et des satellites a enregistré des profits d'environ deux milliards de dollars l'an dernier. Les télédiffuseurs généralistes voient leurs revenus et leurs profits diminuer de façon irréversible.

Les télédiffuseurs généralistes sont la pierre angulaire du système de radiodiffusion. Ils produisent la majorité du contenu original créé au pays et attirent de loin la plus grande partie des auditoires qui regardent la programmation canadienne. Ils représentent le véhicule le plus important pour concrétiser les efforts du Conseil visant à promouvoir le contenu canadien.

Le CRTC doit absolument assurer des règles du jeu équitables et donner accès aux télédiffuseurs généralistes à une nouvelle source de revenus pour que la programmation canadienne survive. Même s'ils sont bien accueillis, ni le FAPL ni le régime des signaux éloignés ne seront suffisants pour sauver le modèle. L'option la plus viable demeure la rétribution à la juste valeur du signal.

L'argument des câblodistributeurs selon lequel le financement en fonction de la valeur du signal revient à imposer une taxe à la consommation est politiquement astucieux, mais sans aucun fondement. Tout d'abord, le CRTC réclame que la valeur de ces signaux soit établie dans le cadre d'une négociation entre les parties, et ne soit ni imposée par le gouvernement ni par l'organisme de réglementation. Ensuite, si ce

financement ne constitue pas une taxe lorsqu'il est versé aux chaînes spécialisées, pourquoi devrait-il en être une lorsqu'il est appliqué aux télédiffuseurs généralistes? Enfin, les EDR sont libres de structurer leur offre aux consommateurs (tarif et bouquet de chaînes) de manière à ce que ces derniers aient beaucoup plus de contrôle sur les services qu'ils achètent et ceux qu'ils n'achètent pas. Il n'est pas nécessaire, en fin de compte, d'augmenter la facture de l'abonné au câble.

Le 14 septembre dernier, CBC/Radio-Canada s'est jointe à d'autres radiodiffuseurs afin de lancer la campagne *Local TV Matters* qui vise à assurer la sauvegarde et l'avenir de la télévision locale au Canada. Au cours des cinq dernières années, la facture de l'abonné au câble a augmenté quatre fois plus que le coût de la vie. En même temps, les profits de cette industrie ont presque doublé, s'établissant à 2,1 milliards de dollars. Les Canadiens doivent être mis au courant de cette situation.

Q – Que représente le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) pour CBC/Radio-Canada?

R – Le FAPL est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2009. En octobre dernier, le CRTC annonçait la création du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL), un fonds financé par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) dont la contribution serait équivalente à 1,5 pour cent de leurs revenus bruts et qui vise à faire en sorte que les téléspectateurs dans les petits marchés canadiens continuent de recevoir une diversité d'émissions locales de qualité, en particulier d'émissions de nouvelles locales. Le CRTC estimait que le FAPL totaliserait environ 100 millions de dollars cette année.

CBC/Radio-Canada se réjouit de la décision du CRTC de faire passer la contribution des EDR au Fonds de 1 pour cent (ce qui était prévu à l'origine) à 1,5 pour cent de leurs revenus bruts. Concrètement, cette contribution permettra, par exemple, à CBC/Radio-Canada de commencer à produire au cours de l'année des nouvelles régionales le weekend dans la région de l'Estrie. Radio-Canada souhaite profiter de ces fonds pour produire des nouvelles locales 7 jours sur 7 à d'autres régions où ce n'est pas le cas actuellement.

Q – Est-ce que Radio-Canada diffusera le signal de CTV pour les Jeux olympiques de Vancouver en mode hertzien et à l'extérieur du Québec?

R – Nous avons confirmé à maintes reprises que CBC/Radio-Canada était prête à faire partie de la solution pour permettre aux francophones d'avoir accès aux Jeux olympiques de 2010 à Vancouver, mais pas si cette solution est irresponsable sur le plan financier.

CTV a présenté 11 conditions contraignantes à ce jour pour utiliser les ondes de Radio-Canada, à l'extérieur du Québec, pour la durée des Jeux.

Nous sommes toujours prêts à discuter d'un arrangement de production aux conditions suivantes :

que nous puissions produire et diffuser notre propre programmation pour la télévision, la radio et l'Internet, ou que nous participions à une certaine forme de partenariat de coproduction et de codiffusion;

que les besoins spécifiques des auditoires francophones et anglophones soient respectés en leur offrant deux programmations distinctes;

que notre programmation puisse traiter tous les auditoires francophones au Canada de manière égale;

que nous soyons compensés pour les coûts résultant de notre statut de partenaire olympique.

Nous avons dit que nous pourrions envisager de diffuser certains événements clés des Jeux olympiques. Si CTV n'est pas prête à compenser financièrement CBC/Radio-Canada pour ce service qu'elle offre aux Canadiens, nous sommes prêts à couvrir nos coûts avec la vente de messages publicitaires sur nos réseaux.

Nous ne pouvons permettre que CBC/Radio-Canada prenne un risque financier pour offrir un service que CTV a acheté, et qu'elle est censée offrir, alors que nous licencions des employés. Ce genre de mesures de sauvetage serait entièrement irresponsable.

Question sur des situations controversées

Q – Comment expliquez-vous les dépenses somptuaires qui nous ont été divulguées grâce à la *Loi sur l'accès à l'information* et les frais de déplacement et de représentation des dirigeants de CBC/Radio-Canada?

R – La grande majorité des demandes d'accès à l'information que nous avons reçues proviennent d'une seule source qui a révélé publiquement que Sun Media faisait partie de ses clients.

CBC/Radio-Canada a fait preuve de transparence en ce qui concerne les demandes en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information*. Quant aux frais de déplacement et de représentation de l'équipe de haute direction, ils sont affichés depuis un certain temps sur notre site Web institutionnel. Outre que certains articles publiés par les journaux de Sun Media et de Quebecor n'étaient pas flatteurs, ils ne dévoilaient pas toute la vérité. De nombreux articles ne donnaient que de l'information sélective, sans contexte, et utilisaient des termes désobligeants comme « luxueux », « huppé » et « snob », afin d'essayer de créer le scandale.

CBC/Radio-Canada prend très au sérieux sa responsabilité quant à la gestion des fonds publics. Nous maintenons nos dépenses administratives à des niveaux qui sont parmi les plus bas de tous les radiodiffuseurs publics du monde alors que nos services connaissent depuis un an des succès d'écoute sans précédent sur toutes les plateformes. De plus, étant donné le contexte financier actuel, la direction a, depuis novembre 2008, réduit encore davantage toutes ses dépenses non stratégiques.

Enfin, CBC/Radio-Canada assume avec le plus grand sérieux ses responsabilités en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information* et continuera de répondre aux demandes qu'elle reçoit le plus rapidement possible, de manière juste et transparente. CBC/Radio-Canada reste engagée à respecter l'intention et l'esprit de la *Loi* tout en protégeant des renseignements importants du point de vue de la concurrence, comme la *Loi* le lui permet. C'est aussi que les dossiers liés aux activités journalistiques, créatives et de programmation de la Société sont précisément exclus de la portée de la *Loi*.

Q – Tout de même, les articles sont assez éloquentes sur l'argent que vous dépensez en hôtel et en alcool lors de réunions à l'extérieur de vos bureaux?

R – Plusieurs facteurs expliquent pourquoi, à l'occasion, nous tenons des réunions à l'extérieur de nos bureaux :

- Manque d'espaces adéquats à l'intérieur de nos bureaux pour tenir de grandes rencontres.
- Besoin d'isoler des équipes du travail quotidien.
- Besoin de regrouper dans un endroit central des employés qui travaillent dans des édifices séparés.

CBC/Radio-Canada compte près de 10 000 employés permanents et a un budget de 1 milliard 700 millions de dollars. Au cours des dernières années, nous avons intégré plusieurs équipes et composantes pour réaliser des économies d'échelle et accentuer l'efficacité de notre entreprise. À l'occasion, des rencontres d'employés sont nécessaires pour rompre la culture de « silos » que l'on nous a longtemps reprochée.

Cela dit, ces rencontres occasionnelles, mais parfois nécessaires, sont en conformité avec nos politiques institutionnelles. Il est aussi pratique courante de rechercher les meilleurs prix et d'obtenir des tarifs préférentiels de la part des fournisseurs avec qui nous faisons affaire.

Q – Malgré votre manque à gagner de 171 millions de dollars, vous verserez cette année plusieurs millions en primes à vos cadres. Est-ce vraiment acceptable dans le contexte actuel?

R – La réalité par rapport au salaire de nos dirigeants, c'est que ces derniers verront leur rémunération globale être réduite de 10 à 20 pour cent en moyenne en 2009-2010. La rémunération incitative versée à nos cadres représente la portion non garantie de leur rémunération totale qui est assujettie à l'atteinte d'objectifs précis. Cette partie de leur rémunération peut être retenue, totalement ou partiellement, si les objectifs ne sont pas atteints. Ce mode de fonctionnement est une des manières qui assure à CBC/Radio-Canada d'obtenir le maximum de rendement de la part de ses gestionnaires. Les salaires de nos plus hauts dirigeants sont inférieurs à ceux qui sont offerts dans le secteur privé pour des postes comparables lorsque l'on tient compte de tous les avantages consentis.

Q – Combien vous a coûté votre Assemblée publique annuelle?

R – L'organisation de ce genre de rencontre publique a toujours un coût, surtout lorsque nous faisons des efforts pour rendre cette assemblée accessible au plus grand nombre de Canadiens. C'est notre première assemblée publique annuelle, telle qu'exigée par le gouvernement et c'est avec enthousiasme que nous l'avons organisée. Les coûts s'élèvent à environ 50 000 dollars, attribuables en grande partie aux frais de publicité et d'organisation de la webdiffusion, deux éléments importants sans lesquels cette assemblée ne serait pas accessible à tous les Canadiens.

Q – Pourquoi avez-vous décidé de faire cela dans une petite pièce un matin de semaine ? Êtes-vous vraiment transparents ?

R – Nous avons décidé de faire cette assemblée dans nos bureaux pour éviter des dépenses supplémentaires. Nous avons publicisé cette rencontre depuis quelques semaines et mis en place une webdiffusion pour la rendre accessible au plus grand nombre possible et donner aux Canadiens l'occasion de poser directement leurs questions au président de notre Conseil d'administration et au président-directeur général de la Société. Nous avons aussi communiqué la tenue de cette assemblée publique aux parties intéressées et aux médias afin qu'elle soit la plus transparente

possible. L'enregistrement de cette assemblée sera disponible à tous les Canadiens et Canadiennes sur notre site web institutionnel.

Questions sur des enjeux de programmation

Q – Radio-Canada vient d'être blâmé par le CRTC pour la diffusion du *Bye-Bye*. Quand allez-vous présenter des excuses comme le CRTC le demande?

R – Au sujet du *Bye-Bye 2008*, nous nous sommes excusés à maintes reprises. Nous étudions présentement comment de plus amples excuses pourraient être exprimées.

Q – Expliquez-nous vos décisions relativement au renouvellement de CBC News.

R – Deux objectifs parallèles nous ont mené à cette décision : l'un est financier, l'autre repose sur l'idée d'ancrer davantage nos bulletins de nouvelles dans les communautés. Devant l'ampleur des défis financiers que nous devons relever, nous avons étudié notre grille afin de trouver des façons d'accroître nos revenus dès le début de l'heure de grande écoute. Cet examen a été avantageux pour notre grille et a été l'occasion d'améliorer les Nouvelles, notamment en faisant sentir encore plus notre présence sur la scène locale, en prenant de vitesse nos concurrents dans les marchés clés et en répondant mieux aux attentes des consommateurs de nouvelles, et ce, tout en maintenant une présence aux heures de grande écoute. La case horaire de 17 h à 18 h 30 atteint cet objectif. Les recherches ont démontré que les Canadiens ne consomment plus les nouvelles comme autrefois. Ils veulent que les reportages reflètent encore plus leur réalité. Par suite de ce changement, CBC News présentera plus de reportages que nos auditoires veulent voir, à leur convenance, et qui serviront de meilleur tremplin pour nos bulletins de 18 h.

Q – En quoi est-ce une bonne idée de conclure le bulletin d'information à 18 h 30 ?

R – C'est une bonne idée de conclure le bulletin d'information à 18 h30 parce qu'ensuite nous présentons *Coronation Street*, une émission qui attire de forts auditoires.

Q – Comment pouvez-vous justifier dépenser autant d'argent pour des émissions américaines comme *Wheel of Fortune* et *Jeopardy*?

R – *Wheel of Fortune* et *Jeopardy* nous aident à attirer des auditoires à nos émissions entièrement canadiennes diffusées à compter de 20 h tous les jours. Ces émissions aident en plus à générer des revenus publicitaires qui nous permettent de réinvestir dans la programmation canadienne. Le fait d'avoir déplacé *Wheel of Fortune* à 19 h nous permet de diffuser cette émission au même moment où elle est diffusée sur les réseaux américains. Nous croyons que cette décision nous aidera à attirer un plus large auditoire et servira de meilleur tremplin pour notre grille entièrement canadienne de fin de soirée.

Les émissions de CBC Television connaissent déjà beaucoup de succès. Nous croyons que ce changement de case horaire contribuera à accroître la popularité d'émissions comme *Coronation Street*, *Wheel of Fortune*, *Jeopardy* et notre bulletin de nouvelles amélioré de 90 minutes, tout en étant profitable pour l'ensemble de notre grille.

Q – En ajoutant *Ghost Whisperer* à 16 h, n'augmentez-vous pas le nombre d'émissions américaines diffusées à CBC?

R – Non. En ne renouvelant pas *Martha* (une heure) et les *Simpsons* (30 minutes), et en ajoutant *Ghost Whisperer* (une heure), CBC a réduit le nombre d'émissions américaines dans sa grille.

Questions sur les enjeux financiers

Q – Est-ce que la récente annonce faite par le CRTC concernant la création d'un fonds pour la programmation locale permettra de ramener les postes supprimés dernièrement par CBC/Radio-Canada?

R – Le nouveau Fonds pour l'amélioration de la programmation locale a vu le jour le 1^{er} septembre dernier seulement et nous aurons une meilleure idée de l'impact global de ce Fonds d'ici la fin de l'année. Nous étudions comment nous réinvestirons ce nouvel appui financier. Une grande partie de ces nouvelles sommes sont déjà prévues au budget du plan financier présenté en mars. La décision du CRTC d'accroître le fonds de 1 % à 1,5 % aura un impact. Dès cette année, nous produirons un bulletin de nouvelles locales les weekends à notre station de Sherbrooke grâce au nouveau Fonds.

Q – Est-ce que la Société entend diffuser des messages publicitaires à la radio pour diversifier ses sources de financement?

R – Notre priorité est de maintenir l'aspect non commercial de notre radio.

Q – Est-ce que la Société a songé à cesser de concurrencer les radiodiffuseurs privés pour l'obtention des droits de diffusion d'émissions étrangères comme façon de limiter ses dépenses?

R – CBC-Radio-Canada investit plus dans les émissions canadiennes que tous les autres radiodiffuseurs généralistes réunis. Les émissions de télévision comme *Jeopardy* et *Wheel of Fortune* jouent un rôle très spécifiques, mais limité, dans notre programmation. Elles nous aident à accroître les auditoires de nos émissions canadiennes, en plus de générer des revenus que nous pouvons réinvestir dans la programmation canadienne.

Q – CBC/Radio-Canada s'est joint à d'autres radiodiffuseurs pour demander au CRTC d'imposer des droits de diffusion aux EDR. Si le CRTC accède à cette demande, que fera la Société avec cette nouvelle source de financement?

R – Les audiences publiques sur cet enjeu auront lieu en novembre. Nous savons que le CRTC a demandé aux radiodiffuseurs et aux EDR de négocier une juste valeur pour les signaux de la télévision généraliste qui leur sont actuellement fournis gratuitement. Nous ne spéculerons pas sur les sommes d'argent qui pourraient nous revenir avant d'avoir négocié avec les EDR. Cependant, toute nouvelle somme d'argent que nous obtiendrons servira à réaliser nos priorités stratégiques et à améliorer les services que nous fournissons aux Canadiens.

Q – Comment suivons-nous la progression du plan de redressement? Quelle est notre situation en cette fin de premier trimestre? Est-ce que d'autres risques nous guettent?

R – À cette étape-ci, notre plan de redressement atteint les objectifs que nous nous étions fixés. Nos revenus publicitaires correspondent également à nos attentes. Le réaménagement des effectifs sera terminé à la fin de septembre et les modifications de nos grilles horaire ont, pour la plupart, déjà été mises en œuvre. L'Équipe de la haute direction surveille de près l'évolution de notre plan de redressement. Le président-directeur général a déjà entrepris une tournée de nombreux centres régionaux afin de constater en personne l'impact de notre plan de redressement sur nos employés et sur notre programmation.

D'autres risques? : approbation de la vente de nos actifs et impact de l'examen stratégique

Q – Pourquoi la radio fait-elle l'objet de coupures et de licenciements puisqu'elle ne dépend pas des revenus publicitaires et qu'elle ne devrait pas être touchée par la récession?

R – Le manque à gagner de CBC/Radio-Canada peut-être attribué en partie à une baisse des revenus publicitaires, mais il y a un certain nombre d'autres facteurs qui expliquent les pressions financières que nous subissons. Les augmentations de salaire, qui sont financées en partie seulement par le Conseil du Trésor, les coûts liés au vieillissement de nos infrastructures et les dépenses croissantes associées à la programmation, sont tous des facteurs qui affectent nos services, dont la radio. Il ne s'agit pas d'un problème touchant individuellement la télévision ou la radio. Nos activités sont de plus en plus intégrées et nous devons faire face aux défis économiques en tant qu'une seule et même entreprise afin de réaliser nos priorités stratégiques.

Q – Les indicateurs clés de rendement démontrent que la part d'auditoire des Services anglais a augmenté. Comment se fait-il que les revenus soient en baisse?

R – Il est vrai que la part d'auditoire de CBC Television a augmenté au cours de la dernière année, ce qui est une bonne nouvelle. Toutefois, la baisse des revenus publicitaires a été beaucoup plus rapide et importante que les revenus pouvant être générés par la hausse de notre part d'auditoire.

Q – Comment se fait-il que les indicateurs clés de rendement des Services français sont différents de ceux des Services anglais? Les deux réseaux de télévision et de radio ne devraient-ils pas avoir les mêmes indicateurs?

R – Les Services français et les Services anglais évoluent dans deux marchés très distincts et font face à des défis très différents. Les indicateurs clés de rendement de chaque service sont établis de manière à maximiser le potentiel de chaque réseau et tiennent compte de la réalité du marché dans lequel ils évoluent. Ceci étant dit, toutes nos plateformes ont connu du succès avec leurs parts d'audience l'an dernier et nous continuons à fournir du contenu canadien à un nombre croissant de Canadiens.

Questions pouvant être soulevées par les représentants syndicaux

Q – Est-ce que le Conseil d'administration prévoit d'autres compressions de personnel à CBC/Radio-Canada ?

R – Le plan financier que nous avons mis en œuvre le printemps dernier fonctionne. La Société fait tout en son pouvoir pour protéger sa capacité de remplir son mandat.

Q – Qu'advient-il de l'examen stratégique et des approbations nécessaires à la vente d'actifs si le gouvernement déclenche des élections cet automne ? Avons-nous un plan B ?

R – Nous ne spéculerons pas. Notre plan financier est clair et inclut la vente d'actifs d'une valeur de 125 millions de dollars. Nous avons confiance que le gouvernement nous donnera son approbation. La décision du gouvernement concernant l'examen stratégique sera connue dans le budget fédéral de 2010-2011 et n'aura pas d'impact pour l'exercice actuel.

Q – Quelle est la position du Conseil d'administration concernant la Loi C-10 qui permet de réviser des ententes salariales déjà négociées ?

R – La Société ne peut commenter ou prendre de position à l'égard d'une loi adoptée par le gouvernement. Elle a cependant la responsabilité d'en assurer l'application.

Q – Pendant que nous procédons à la réduction des effectifs dû à la situation financière de la Société, nous effectuons en même temps l'embauche de nouveaux employés, comment expliquez-vous cette situation ?

R – La Société n'est pas dans un processus d'embauche pour remplacer des employés qui auraient été licenciés ou qui auraient bénéficié du Programme incitatif de retraite volontaire. Cependant, il est possible que des embauches aient lieu, par exemple, pour combler des postes pour lesquels des employés licenciés n'étaient pas qualifiés. En tant que Société comptant 10 000 employés, nous devons procéder régulièrement à des embauches pour remplacer les personnes qui quittent des emplois permanents ou des postes à court terme. En fin de compte, nous avons 800 postes de moins cette année comparativement à l'an dernier.

Q – Si la situation financière de la Société s'améliorait grâce à la reprise économique ou à la création du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, la Société a-t-elle l'intention de réembaucher les employés dans les régions visées par les récentes réductions d'effectifs ?

R – Tous les nouveaux fonds seront affectés à des activités qui contribuent à la réalisation de nos priorités stratégiques à long terme, soit de nous permettre de devenir une entreprise de contenu, d'être le plus important créateur et distributeur de contenu canadien sur toutes les plateformes et d'être solidement ancrés dans les régions. Ce sont ces priorités qui guideront nos investissements et réinvestissements futurs. Donc, est-ce qu'on choisirait d'investir ou de réinvestir, par exemple, dans notre présence en région? Absolument. Est-ce qu'on déciderait nécessairement de remettre en ondes certaines émissions ou de réactiver certains postes dans une région en particulier? Pas forcément.

Position de CBC/Radio-Canada au sujet de la valeur des signaux

Date : Le 13 septembre 2009

Préparé par : Communications institutionnelles

Questions et réponses

Q – Pourquoi la valeur des signaux constitue-t-elle un enjeu aussi capital pour l’avenir de la télévision généraliste?

R – Les télédiffuseurs généralistes apportent une contribution majeure au système en produisant ou en acquérant des émissions locales et des émissions d’intérêt national. Ce sont ceux qui contribuent le plus à la programmation canadienne originale, mais ils ne reçoivent strictement aucune compensation pour les signaux qu’ils fournissent aux EDR (abréviation de « entreprise de distribution de radiodiffusion »). Le modèle économique de la télévision généraliste ne fonctionne plus et il est clair que le système doit être rééquilibré si les télédiffuseurs généralistes – et la programmation canadienne qu’ils produisent et diffusent – doivent survivre.

Q – Comment pouvez-vous affirmer que le « modèle ne fonctionne plus »?

R – Le secteur privé de la radiodiffusion généraliste a réalisé des profits de 8 millions de dollars en 2008, soit une chute de 92 pour cent par rapport à l’année précédente. Par ailleurs, le secteur des distributeurs canadiens par câble et par satellite – un secteur réglementé au Canada – a généré près de 2 milliards de profits en 2008 (avant intérêts et impôts) et a connu une croissance de 33 pour cent par rapport à l’année précédente. Les EDR parasitent les télédiffuseurs généralistes pour leur propre profit, au détriment des télédiffuseurs et du système dans son entier. Les télédiffuseurs désirent obtenir une juste rétribution pour le service qu’ils mettent à la disposition des câblodistributeurs, ni plus ni moins.

Q – Quelles mesures le CRTC a-t-il prises jusqu’à présent dans ce dossier?

R – Tout d’abord, le 9 juillet 2009, le CRTC a apporté des modifications au fonctionnement du Fonds pour l’amélioration de la programmation locale (FAPL) en vue d’augmenter la contribution que les entreprises de distribution par câble et par satellite sont tenues d’y verser, laquelle est passée de 1 pour cent à 1,5 pour cent de leurs revenus bruts. Cette mesure est importante et elle aidera CBC/Radio-Canada à maintenir sa programmation locale et à en améliorer une partie, mais elle ne suffira pas à redresser le modèle de financement déficient. Par la suite, le CRTC a donné le coup d’envoi à une instance publique visant à définir un cadre de rémunération qui permettra aux télédiffuseurs généralistes de recevoir une juste rétribution pour les signaux qu’ils mettent à la disposition des entreprises de distribution par câble et par satellite, qui en tirent actuellement des profits sans rien avoir à payer. Les audiences publiques sur la question de la valeur du signal débuteront à la mi-novembre.

Q – Comment ces mesures ont-elles été accueillies par le secteur de la distribution par câble et par satellite?

R – Les entreprises de distribution par câble et par satellite, communément appelées EDR, se sont donné bien du mal pour parler de « taxe à la consommation », certaines ont même déjà refilé leurs nouvelles obligations financières directement aux consommateurs, en gonflant une fois de plus la facture de leurs abonnés.

Q – S’agit-il réellement d’une nouvelle taxe?

R – La valeur des signaux n’est pas un droit imposé par l’État ou le CRTC, puisqu’elle sera établie par le jeu des forces du marché, au terme de négociations entre les parties. Curieusement, les EDR n’ont jamais dénoncé les coûts qu’elles devaient acquitter pour distribuer les chaînes spécialisées ou américaines en les assimilant à une « taxe à la consommation ». Pourquoi en serait-il autrement lorsque le mécanisme est appliqué aux télédiffuseurs généralistes?

Q – Pourquoi les EDR devraient-elles payer pour un service qui est offert gratuitement par transmission hertzienne?

R – Les télédiffuseurs fournissent leur service gratuitement par voie hertzienne à leurs téléspectateurs qui utilisent ce mode de réception. Il n’y a cependant aucune raison pour que les entreprises de distribution par câble et par satellite revendent ensuite ces services qu’elles obtiennent gratuitement. Le fait est que 90 pour cent des Canadiens – ceux qui sont actuellement abonnés à une EDR – paient déjà pour avoir accès aux chaînes de télévision généraliste. Ces chaînes constituent un noyau important des bouquets offerts par les EDR et elles aident le secteur de la distribution par câble et par satellite à réaliser des profits astronomiques, alors que de leur côté, les télédiffuseurs généralistes n’ont plus les moyens de produire le contenu que les téléspectateurs canadiens veulent et apprécient.

Q – Les EDR ont-elles d’autres options?

R – Les EDR sont libres de fixer les prix qu’elles jugent appropriés et de structurer à leur guise les bouquets qu’elles offrent aux consommateurs (prix et assemblage des chaînes) pour que ces derniers aient davantage de contrôle sur les services qu’ils souhaitent obtenir. Elles peuvent également augmenter leurs tarifs à volonté, ce dont elles ne se privent pas d’ailleurs. C’est ce qui explique que le secteur des distributeurs canadiens par câble et par satellite a généré environ 2 milliards de profits en 2008 (avant intérêts et impôts) et a connu une croissance de 33 pour cent par rapport à l’année précédente. Il faut aussi savoir que les EDR versent chaque année approximativement 300 millions de dollars à des chaînes spécialisées étrangères qui ne présentent aucun contenu canadien.

Tout comme le CRTC, nous croyons que les EDR réalisent suffisamment de profits pour ne pas augmenter, encore une fois, la facture de leurs abonnés.

Q – Les EDR seraient-elles tenues de distribuer autant de vos services, y compris ceux destinés aux minorités linguistiques, si vous aviez le pouvoir de négocier une juste rétribution pour vos signaux?

R – Nous négocierons la valeur de nos signaux avec les EDR. Pour cela toutefois, le CRTC doit instaurer un cadre de négociation clair et précis pour justement résoudre les questions de ce genre. Pour CBC/Radio-Canada, l’important est de s’assurer que les

Canadiens ont accès à l'ensemble de ses chaînes, quelle que soit l'entreprise de distribution qu'ils choisissent – il s'agit même d'une priorité.

Q – Combien d'argent CBC/Radio-Canada s'attend-elle à toucher?

R – Comme nous négocierons la valeur de nos signaux avec les EDR, nous ne pouvons avancer de chiffre. Nous savons que les Canadiens apprécient leurs stations locales, et nous voulons simplement nous assurer d'obtenir la juste valeur pour les services que nous offrons, ni plus ni moins.

Q – À quelle fin CBC/Radio-Canada utilisera-t-elle l'argent que lui rapporteront ses signaux?

R – Tous les revenus additionnels seront investis dans ses priorités stratégiques, dont la production de contenu canadien.

Q – Que se passera-t-il si vous n'obtenez pas la rétribution que vous cherchez à obtenir?

R – Si CBC/Radio-Canada n'obtient pas la juste valeur pour ses signaux, elle ne pourra continuer à investir autant qu'elle le fait à l'heure actuelle dans la programmation canadienne et locale. À plus grande échelle, cela signifie que les iniquités du système dans son ensemble perdureront. Les Canadiens continueront ainsi de payer des factures de plus en plus élevées pour leurs services de câble et de satellite, alors que la qualité des émissions canadiennes qui leur seront proposées par les télédiffuseurs généralistes ira en diminuant.

Q – CBC/Radio-Canada reçoit déjà 1 milliard de dollars par année en crédits parlementaires. Pourquoi devrait-on lui donner plus d'argent?

R – À l'heure actuelle, CBC/Radio-Canada dépend énormément des revenus qu'elle tire de la publicité qu'elle diffuse : près de la moitié des budgets d'exploitation de la télévision proviennent de la publicité. Cette situation découle de politiques adoptées par le gouvernement et le CRTC dans le passé, qui ont encouragé la Société à compléter les crédits parlementaires qu'elle recevait au moyen de revenus publicitaires pour maintenir et améliorer son offre de services.

Puisque le modèle publicitaire n'est plus viable, CBC/Radio-Canada est dans la même position que les autres télédiffuseurs généralistes : si nous ne parvenons pas à remplacer notre modèle de revenus par celui qu'utilisent tous les autres joueurs du secteur, nous ne pourrions maintenir et encore moins améliorer nos services.

CBC/Radio-Canada investit davantage dans la programmation canadienne que tous les télédiffuseurs généralistes privés mis ensemble. La Société a une contribution importante au contenu original proposé par le secteur de la radiodiffusion. Toutefois, comme les autres radiodiffuseurs, CBC/Radio-Canada a vu ses revenus publicitaires chuter, en partie parce que l'assiette est désormais partagée par un nombre de plus en plus grand de services spécialisés qui reçoivent, eux, la juste valeur pour leurs signaux. Toute nouvelle mesure mise en place pour aider les télédiffuseurs généralistes à remplir leurs responsabilités culturelles et économiques devra aussi s'appliquer à CBC/Radio-Canada. Nous cherchons uniquement à obtenir la juste valeur pour le service que nous offrons pour l'instant gratuitement aux distributeurs, qui en profitent pour réaliser des millions de dollars de profits à nos dépens.

Q – Combien coûte à CBC/Radio-Canada la campagne Local TV Matters?

R – Puisque CBC/Radio-Canada et ses partenaires dans cette campagne sont tous des entreprises médiatiques, nous sommes en mesure de partager la majorité des coûts à l'interne.

Q – Comment pouvez-vous justifier le coût de votre participation dans une campagne de la sorte lorsque vous avez un déficit de 171 millions de dollars?

R – Nous ne pouvons simplement pas nous permettre de ne pas investir dans cette campagne. Si les Canadiens ne comprennent pas les faits et les enjeux en cause, ils risquent de perdre pour de bon leur service de télévision locale. Une partie importante de notre déficit cette année est attribuable au fait que le modèle de la télévision généraliste ne fonctionne plus. Nos revenus publicitaires sont considérablement en baisse, en partie parce que l'assiette publicitaire est partagée par un nombre de plus en plus grand de services spécialisés qui non seulement ont accès aux revenus tirés de la publicité, mais reçoivent de plus une juste rétribution pour les signaux qu'ils fournissent. Il est vital pour la télévision généraliste que le système soit rééquilibré. Pour cela, il faudra s'assurer que les Canadiens comprennent véritablement les enjeux, car les entreprises de distribution par câble et par satellite continueront d'investir de fortes sommes pour protéger leurs profits au détriment de l'avenir de la télévision généraliste.

Alliance Local TV Matters
Messages clés et questions-réponses

MESSAGES CLÉS :

Généralités à propos de l'Alliance

CBC Television s'est jointe à l'Alliance parce nous jugeons important et de fait capital de préserver et de protéger la diversité des voix – et des choix – d'origine canadienne dans l'espace médiatique.

Nous voulons maintenir notre présence dans les communautés locales partout au pays. Nous avons donc uni nos efforts à ceux des autres membres de l'Alliance pour trouver une solution viable au problème auquel nous faisons face et qui nous permettra de protéger et d'assurer la pérennité de la télévision locale aujourd'hui et dans les années à venir.

Valeur du signal

Personne, ni même les câblodistributeurs et les exploitants de services par satellite, n'osera contester le fait que le modèle traditionnel de gratuité de la télévision locale – entièrement financé par la publicité – est en faillite.

Nous devons trouver un nouveau modèle pour la télévision locale – un élément important de notre patrimoine culturel – ou à défaut, risquer de la voir disparaître complètement.

Les câblodistributeurs aimeraient vous convaincre qu'il s'agit d'une « taxe », mais c'est totalement faux. En brandissant cette étiquette, les câblodistributeurs cherchent à jeter de la poudre aux yeux et montrer qu'ils se soucient de l'intérêt public, alors qu'ils n'en ont que pour leurs profits.

En fait, demander aux entreprises de distribution par câble et par satellite un juste prix pour l'usage d'un produit dont elles profitent gratuitement depuis la création de la télévision locale ne relève pas d'une logique de taxation et n'a surtout rien à voir avec le financement que le gouvernement verse annuellement à la Société.

CBC

Nous prenons la gestion des deniers publics très au sérieux et nous nous faisons un devoir de veiller à ce que toutes les décisions que nous prenons en matière de programmation et d'utilisation des ressources financières soient favorables aux intérêts des Canadiens et à leur investissement dans leur radiodiffuseur public.

Les membres de l'Alliance sans exception ont la conviction que les services de télévision locale revêtent une importance primordiale pour le public canadien. Si cela n'était pas le cas, jamais CBC Television n'aurait joint le collectif.

L'enjeu est d'une importance telle pour les Canadiens et la radiodiffusion canadienne que nous n'avons pas hésité à unir nos forces avec celles des autres radiodiffuseurs traditionnels.

En vertu de son mandat, CBC doit desservir toutes les communautés au pays, mais le déclin de ses ressources rend cette tâche extrêmement difficile.

QUESTIONS ET RÉPONSES :

Q : En quoi consiste l'alliance dont vous parlez?

R : L'alliance *Local TV Matters* est une coalition de radiodiffuseurs locaux canadiens regroupant CTV, A-Channel, CBC Television et Global, ainsi que des stations de télévision locale indépendantes et affiliées.

Nous avons uni nos forces pour sensibiliser le public à l'importance de préserver la diversité des voix et des choix qui existe au sein de l'espace médiatique canadien et la richesse que cette diversité représente. Nous voulons sensibiliser les Canadiens aux enjeux de taille qui menacent la télévision locale en particulier et le modèle de la radiodiffusion traditionnelle en général.

Q : Le collectif se limitera-t-il à sa composition actuelle ou d'autres radiodiffuseurs s'y joindront-ils?

R : L'Alliance regroupe CTV, A-Channel, CBC Television, Global et plusieurs stations de télévision locale indépendantes et affiliées. Nous serons heureux d'accueillir dans nos rangs tous ceux qui ont à cœur de protéger et préserver la télévision locale et d'assurer son avenir.

Q : Pour quelles raisons CBC Television s'est-elle jointe à l'Alliance?

R : À titre de radiodiffuseur public national, nous avons le devoir de rendre compte de la diversité des voix que le Canada a à offrir, ce que nous faisons jour après jour, mais l'industrie de la radiodiffusion est à un tournant de son existence et plusieurs obstacles rendent de plus en plus difficile l'offre d'une programmation locale.

CBC Television s'est jointe à l'Alliance parce nous jugeons important et de fait capital de préserver et de protéger la diversité des voix – et des choix – d'origine canadienne dans l'espace médiatique.

Un débat capital sur cette question se prépare et il est, selon nous, essentiel de donner à tous les Canadiens l'occasion d'y prendre part et de faire entendre leur voix, après qu'ils auront pris la pleine mesure des répercussions que cette question risque d'avoir sur leur vie.

Q : Quels résultats espérez-vous tirer de cette action?

R : CBC et tous les autres membres de l'Alliance veulent maintenir leur présence dans les communautés locales partout au pays, c'est pourquoi ils travaillent avec le gouvernement et le CRTC à chercher une solution viable pour remplacer le modèle défaillant de la radiodiffusion traditionnelle – une solution capable de protéger et de préserver la télévision locale aujourd'hui comme demain.

Publicités

Q : Vous diffusez des publicités pour lesquelles vous avez débloqué du temps d'antenne gratuitement. Comment pouvez-vous justifier les coûts et l'éventuel manque à gagner que cela engendrera dans une des pires crises financières qu'a eu à traverser la Société depuis des années?

R : Les publicités seront diffusées en rotation selon la disponibilité des créneaux. La diffusion des annonces de la campagne de défense de la télévision locale n'aura qu'une faible incidence sur nos revenus publicitaires potentiels.

Q : Combien ont coûté les messages publicitaires?

R : Comme nous sommes tous dans le domaine des médias, nous sommes en mesure d'absorber la plupart des coûts à l'interne. Il n'y aura donc pas de décaissements.

Q : CTV a été vertement critiquée pour avoir utilisé ses ondes pour faire la promotion de ses intérêts durant sa campagne de défense de la télévision locale. Comment le radiodiffuseur public peut-il justifier la diffusion de ces publicités sur ses ondes, alors qu'il est tenu de présenter l'actualité de façon objective?

R : Tous les membres de l'Alliance ont la ferme conviction que la prestation de services de télévision locale aux communautés canadiennes est un enjeu vital pour le public canadien. Si cela n'était pas le cas, jamais CBC n'aurait joint le collectif.

Les publicités produites dans le cadre de la campagne de défense de la télévision locale devront respecter à la fois notre *Code publicitaire*, qui interdit formellement leur diffusion durant toute émission d'information où la question des droits de distribution pourrait être abordée, et les normes de l'industrie régissant la diffusion de publicité engagée.

Q : Les deux parties ne sont-elles pas censées négocier les droits de distribution ensemble? Dans ce cas, le fait de tirer à boulets rouges sur les câblodistributeurs n'aura-t-il pas pour effet d'entacher vos futures négociations?

R : Il est vrai que le CRTC souhaite que les parties s'entendent sur la valeur des signaux de radiodiffusion distribués, mais il doit d'abord mettre en place un cadre de réglementation pour baliser ces négociations.

Nous croyons tous que ce cadre doit reposer sur de solides assises, sur des informations et des faits avérés, car nous voulons à tout prix éviter que la campagne de désinformation menée auprès des Canadiens par les entreprises de distribution par câble et par satellite sur les répercussions des droits de distribution n'induisse le public en erreur.

Un débat capital sur cette question se prépare et il est, selon nous, essentiel de donner à tous les Canadiens l'occasion d'y prendre part et de faire entendre leur voix, après qu'ils auront pris la pleine mesure des répercussions que cette question risque d'avoir sur leur vie.

Q : Les publicités sont uniquement diffusées en anglais; pourquoi ne menez-vous pas une campagne conjointe en anglais et en français? La situation de la programmation locale au Québec ne vous préoccupe-t-elle pas?

R : Nos préoccupations s'étendent à l'ensemble des régions et nous prendrons les mesures nécessaires pour protéger nos intérêts et la viabilité des services régionaux

partout où la situation l'exigera. Si une campagne semblable doit être menée dans les marchés francophones, nous le ferons.

Répercussions sur les stations locales de CBC Television

Q : Si vous ne remportez pas la bataille, serez-vous contraints de fermer des stations un peu partout au pays?

R : Nous ne pouvons rien avancer tant et aussi longtemps que nous ne connaissons pas l'issue exacte des discussions/négociations en cours. Toutefois, nous pouvons affirmer que sans un nouveau modèle d'affaires, l'avenir de la télévision locale est menacé. Comme vous le savez probablement, assurer une présence dans les régions constitue l'une de nos grandes priorités, c'est pourquoi nous voulons tout mettre en œuvre pour assurer la vitalité de cette présence et faire en sorte que nous disposions des ressources nécessaires pour maintenir la pertinence de nos services dans les communautés locales.

Nous voulons maintenir notre présence dans les communautés locales partout au pays, c'est pourquoi nous travaillons avec le gouvernement et le CRTC à chercher une solution viable, une solution capable de protéger et de préserver la télévision locale aujourd'hui comme demain.

Q : Si l'avenir de la programmation locale vous préoccupe à ce point, pourquoi avoir supprimé des postes dans les régions plus tôt cette année?

R : Placée devant un déficit budgétaire de 171 millions de dollars, CBC/Radio-Canada a dû prendre des décisions difficiles pour se tirer de cette mauvaise posture financière.

La programmation locale est au cœur même de notre raison d'être, comme le prouve notre plan d'affaires de 2008-2009 qui a ménagé les ressources qui y étaient affectées de façon disproportionnée par rapport aux budgets de nos autres activités. Cela étant dit, l'obligation de réduire les budgets des services régionaux ne pouvait se faire sans réduire nos effectifs – car la main-d'œuvre constitue le poste le plus important des budgets des régions.

Nous voulons maintenir notre présence dans les communautés locales partout au pays, c'est pourquoi nous travaillons avec le gouvernement et le CRTC à chercher une solution viable, une solution capable de protéger et de préserver la télévision locale aujourd'hui comme demain.

Q : Un de vos partenaires au sein de l'Alliance, A-Channel, a récemment fermé plusieurs de ses stations locales. Comment pouvez-vous affirmer vous soucier de la programmation locale quand un de vos partenaires a une feuille de route émaillée de fermetures de stations locales?

Personne, ni même les câblodistributeurs et les exploitants de services par satellite, n'osera contester le fait que le modèle traditionnel de gratuité de la télévision locale – entièrement financé par la publicité – est en faillite.

Nous avons récemment pu constater les répercussions de la faillite de notre modèle, car tous les télédiffuseurs canadiens ont été forcés de réduire d'une façon ou d'une autre leur programmation locale.

Nous voulons maintenir notre présence dans les communautés locales partout au pays, c'est pourquoi nous travaillons avec le gouvernement et le CRTC à chercher une solution viable, une solution capable de protéger et de préserver la télévision locale aujourd'hui comme demain.

Valeur du signal

Q : Les contribuables canadiens versent 1,1 milliard de dollars par année à CBC/Radio-Canada pour financer ses services; comment justifiez-vous dans ce cas l'application d'une nouvelle taxe pour financer ces mêmes services?

R : En brandissant le mot « taxe » à tort et à travers, les câblodistributeurs essaient de jeter de la poudre aux yeux et montrer qu'ils se soucient de l'intérêt public, alors qu'ils n'en ont que pour leurs profits. En fait, demander aux entreprises de distribution par câble et par satellite un juste prix pour l'usage d'un produit dont elles profitent gratuitement depuis la création de la télévision locale ne relève pas d'une logique de taxation et n'a surtout rien à voir avec le financement que le gouvernement verse annuellement à la Société.

Il s'agit simplement d'une autre excuse qu'invoquent les très riches câblodistributeurs pour refileur des coûts aux consommateurs tout en continuant à réaliser des profits astronomiques.

Nous voulons maintenir notre présence dans les communautés locales partout au pays, c'est pourquoi nous travaillons avec les autres membres de l'Alliance à chercher une solution viable, une solution capable de protéger et de préserver la télévision locale aujourd'hui comme demain.

Q : CBC a déjà le mandat d'offrir des services locaux, alors si vous n'obtenez pas gain de cause dans cette bataille, cela ne devrait pas avoir de graves conséquences, puisque vous êtes *tenus* d'offrir des services locaux quoi qu'il advienne, n'est-ce pas?

R : Même si nous avons le mandat d'offrir des services aux communautés partout au pays, cela n'efface rien au fait que les ressources dont nous disposons fondent comme neige au soleil.

Au cours des dernières années, le Comité permanent du patrimoine canadien a reconnu à maintes reprises que le financement public versé à CBC/Radio-Canada n'était pas suffisant pour couvrir le coût de l'ensemble de ses activités, ce qui nous force à compter année après année sur les revenus tirés de la publicité pour combler le manque à gagner, mais ces revenus sont en recul constant.

Le modèle actuel de financement de la télévision traditionnelle fondé sur les revenus publicitaires est en faillite, c'est donc dire que nous ne pouvons prendre d'engagements quant aux services de télévision locale que nous pourrions offrir tant et aussi longtemps que nous ne connaissons pas l'issue des discussions/négociations en cours. Toutefois, nous pouvons affirmer que sans un nouveau modèle d'affaires, l'avenir de la télévision locale pourrait être menacé.

Q : Pourquoi accorder encore plus d'argent à CBC/Radio-Canada alors qu'elle gaspille l'argent des contribuables en payant des fortunes pour présenter des émissions américaines, des superproductions hollywoodiennes, le hockey et les Jeux olympiques?

R : Nous prenons la gestion des deniers publics très au sérieux et nous nous faisons un devoir de veiller à ce que toutes les décisions que nous prenons en matière de programmation et d'utilisation des ressources financières soient favorables aux intérêts des Canadiens et du radiodiffuseur public dans son ensemble.

CBC/Radio-Canada a reçu 1,1 milliard de dollars du gouvernement fédéral cette année. Après correction pour l'inflation et les coûts d'exploitation, cette enveloppe vaut environ 400 millions de dollars de moins qu'en 1990.

Nous réalisons un profit sur le petit nombre d'émissions étrangères que nous acquerrons. Nous investissons dans des émissions comme *Wheel of Fortune* and *Jeopardy*, car elles attirent des auditoires nombreux et fidèles, et servent ainsi de locomotives à la grille entièrement canadienne que nous proposons aux heures de grande écoute. Ces émissions sont un moyen pour nous de maximiser les revenus tirés de la grille, que nous réinvestissons dans des émissions canadiennes afin de compenser la dévaluation de notre financement public depuis une dizaine d'années.

Q : Pourquoi le radiodiffuseur public national, qui a comme mandat de servir les Canadiens et non de chercher à réaliser des profits, s'associe-t-il à des radiodiffuseurs privés âpres aux gains qui, on le sait, se serviront de l'argent qu'ils toucheront pour produire d'autres émissions de la même eau que *So you think you can dance*?

R : Les membres de l'Alliance sans exception ont la conviction que les services de télévision locale revêtent une importance primordiale pour le public canadien. Si cela n'était pas le cas, jamais CBC n'aurait joint le collectif.

Nous ne pouvons prendre d'engagements quant aux services de télévision locale que nous pourrions offrir tant et aussi longtemps que nous ne connaissons pas l'issue des discussions/négociations en cours. Toutefois, nous pouvons affirmer que sans un nouveau modèle d'affaires, l'avenir de la télévision locale est menacé.

**Major Issues Facing CBC/Radio-Canada
Briefing Document – Annual Public Meeting**

ADDITIONS

Date: September 18, 2009

Prepared by: Corporate Communications

Q – How can you explain that you ended last fiscal year with a surplus of \$33 million dollars?

A – We managed to contain our operating loss on a budgetary basis to \$11M for the 2008-2009 fiscal year, through cost-containment measures. Then, thanks to a surplus carryover of \$44 million from prior years, the Corporation ended 08-09 with a surplus of \$33 million, which represents 1.9 per cent of its total operating budget of \$1.7 billion. Maintaining a relatively modest level of surplus is necessary to manage unforeseen pressures and as CBC/Radio-Canada does not have the authority to turn to financial institutions for a line of credit or a short term financing facility for its operations.

Q – Why is CBC blocking efforts to bring the Caribbean radio network to Toronto? You say the signal adjacent to Radio One would interfere with your signal. Why won't you release your own tests on that frequency?

A – This isn't about the establishment of a new private radio station; CBC is fully supportive of that. CBC's sole objection is that 98.7FM is too close to our 99.1FM signal and will create interference for our listeners. Throughout this process, CBC has cooperated at every step of the way with CARN to try to find a viable solution, including offering free technical advice, training and even equipment.

Q – What is your position regarding the Government of Canada Order-in-Council requesting the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) hold hearings and provide the government with a report on the implications of implementing a compensation regime for the value of local television signals.

A – We welcome the Government of Canada support of consumer interests. We agree with the fact that consumer interests should be front and centre when it comes to implementing a new negotiation for value model for local television. Having the government fully engaged is a positive step forward.

Consumers no longer benefit from the broken broadcasting model, and we welcome the government's support in implementing a solution that recognizes the value of local TV for consumers. The cable and satellite industry made \$2 billion profits last year, while conventional broadcasters, who produce the majority of original Canadian content,

barely broke even. Consumers, on the other hand, saw their cable and satellite bills increase four times the rate of inflation over the last 5 years.

We also welcome the CRTC announcement that it will consult the public on the implications of implementing a compensation regime for the value of local television signals. The public hearing on this matter will be held in December 2009.

Q – Why did CBC/Radio-Canada file an application asking the Federal Court to declare that the Information Commissioner of Canada has no legal authority to seek access to documents that are excluded under section 68.1 of the Act. Are you trying to flee your obligations?

A - CBC/Radio-Canada believes that it has been doing a good job respecting the spirit of exclusions under 68.1 in the most appropriate manner. The protection of our editorial independence and of journalistic sources intended by Parliament can only be effective if the Commissioner **cannot** order the production of the records excluded. CBC/Radio-Canada is proactively asserting its legitimate exclusion and wants it properly defined by the courts, while wishing to fulfill our obligations to Canadians and to the Act.

**Principaux enjeux de CBC/Radio-Canada
Document d'information – Assemblée publique annuelle**

AJOUTS

Date : 18 septembre 2009

Préparé par : Communications institutionnelles

Q – Comment expliquez-vous que vous avez terminé l'année avec un excédent de 33 millions de dollars?

R – Nous avons réussi à limiter à 11 millions de dollars nos pertes d'exploitation en fonction du financement public pour l'exercice 2008-2009, et ce grâce à des mesures de réduction des coûts. Ensuite, par suite du report de 44 millions de dollars de l'excédent enregistré à l'exercice précédent, nous avons pu terminer 2008-2009 avec un excédent de 33 millions de dollars, ce qui représente 1,9 % de notre budget total d'exploitation de 1,7 milliard de dollars. Il est essentiel d'arriver à conserver un excédent relativement modeste, étant donné que CBC/Radio-Canada n'a pas le droit de s'adresser aux institutions financières pour obtenir une marge de crédit ou des facilités pour financer ses activités à court terme. Nous sommes donc fiers d'avoir atteint l'équilibre budgétaire en 2008-2009.

Q – Pourquoi CBC/Radio-Canada bloque-t-elle les efforts en vue d'établir un réseau de radio caribéen à Toronto? Vous prétendez que le signal adjacent à celui de Radio One causerait de l'interférence avec le vôtre. Pourquoi ne rendez-vous pas publics vos propres tests sur cette fréquence?

R – Le problème n'est pas l'établissement d'une nouvelle station de radio privée. CBC/Radio-Canada est entièrement d'accord avec le principe. Notre seule objection est que la fréquence 98,7 FM est trop près de notre signal 99,1 FM, ce qui créerait de l'interférence pour nos auditeurs. La Société a coopéré à toutes les étapes du processus avec CARN pour essayer de trouver une solution, notamment en offrant gratuitement des avis techniques, de la formation et même de l'équipement.

Q – Quelle est votre position relativement à la décision du gouvernement du Canada de publier un décret demandant au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de tenir des audiences et de soumettre un rapport au gouvernement sur l'incidence de la mise en œuvre d'un régime d'indemnisation de la valeur des signaux de télévision locale qui sont distribués.

R – Nous saluons l'initiative du gouvernement du Canada qui souhaite protéger les intérêts des consommateurs. Nous sommes d'accord avec le fait que les intérêts des consommateurs devraient être au cœur de toute nouvelle négociation sur un modèle permettant d'établir la valeur des signaux de télévision locale. Que le gouvernement décide de s'engager pleinement dans ce dossier est une bonne nouvelle.

Le modèle actuel de radiodiffusion ne fonctionne plus et les consommateurs n'y trouvent plus leur compte. Nous sommes heureux que le gouvernement soutienne la mise en œuvre d'une solution qui reconnaît la valeur de la télévision locale pour les consommateurs. L'industrie de la distribution par câble et par satellite a fait des profits de 2 milliards de dollars l'an dernier, tandis que les télédiffuseurs généralistes, qui produisent la majorité du contenu original canadien, ont eu de la difficulté à faire leurs frais. De leur côté, les abonnés au câble et au satellite ont vu leur facture augmenter quatre fois plus que le taux d'inflation des cinq dernières années.

Nous accueillons aussi favorablement l'annonce que le CRTC consultera le grand public sur les incidences liées à la mise en œuvre d'un régime d'indemnisation pour la valeur des signaux de télévision locale. Ces audiences publiques auront lieu en décembre 2009

Q – Pourquoi CBC/Radio-Canada a-t-elle déposé une requête pour que la Cour fédérale déclare que le commissaire à l'information du Canada ne dispose pas de l'autorité légale pour demander l'accès à des documents qui sont exclus en vertu de l'article 68.1 de la *Loi sur l'accès à l'information*?

R - CBC/Radio-Canada estime qu'elle a agi correctement et qu'elle a respecté l'esprit de ces exclusions de la manière la plus appropriée qui soit. La protection de notre indépendance rédactionnelle et de nos sources journalistiques prévue par le Parlement ne peut être efficace que si le commissaire ne peut ordonner la production des documents exclus. CBC/Radio-Canada défend vigoureusement cette exclusion légitime et demande qu'elle soit adéquatement définie par les tribunaux, tout en souhaitant s'acquitter de ses obligations envers les Canadiens et la *Loi*.

Marco Dube - Re: Over-head costs

De : SUZANNE MORRIS
Destinataire : Dube, Marco
Date : 9/18/2009 17:46
Objet : Re: Over-head costs

Merci Marco, J'ai apprécié ton 'coaching' aujourd'hui.

Suzanne

>>> Marco Dube 9/18/2009 4:09 PM >>>

Salut Suzanne,

Au sujet de notre over-head, on utilise ce message.

Bon weekend.

Major strides in cost-cutting and efficiency

A 2007 benchmarking study by The Hackett Group Inc. revealed that CBC/Radio-Canada's General and Administrative costs represent 8.35% of revenue. That cost position, due in part to leveraging of a shared services organization for Finance, HR and IT, is lower than peer and approaching world-class levels.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6030

(cell.)

s.19(1)

Marco Dube - Two more questions for the Q&A

De : SUZANNE MORRIS
Destinataire : Dube, Marco; Montminy, Pascale
Date : 9/21/2009 17:07
Objet : Two more questions for the Q&A
CC : Chambers, Bill; Menard, Martine

Two more questions were raised today given what's been in the news lately. You may already have drafted something if not will need to:

s.21(1)(b)

Thanks,
Suzanne

**Pages 65 to / à 67
are withheld pursuant to sections
sont retenues en vertu des articles**

21(1)(b), 21(1)(a)

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**

Marco Dube - Analyse de couverture de l'APA

De : Marco Dube
Destinataire : Bill Chambers; Kevin Payan; Martine Menard; Pascale Montminy
Date : 9/25/2009 13:47
Objet : Analyse de couverture de l'APA
Pièces jointes : Couverture APA Analyse_Sept.25-09-tf.doc; Mediacoverage APM Analysis_Sept.25-09-te.doc

Hi,

Here is the APM media coverage analysis.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039
(cell.) s.19(1)

Media coverage of the Annual Public Meeting – Analysis Corporate Communications – September 25, 2009

Overview:

On September 23, CBC/Radio-Canada held its first Annual Public Meeting in Ottawa and on the Web. The meeting went very well. On site, senior management presented the Corporation's financial results for the fiscal year 2008-09 and answered several questions. Citizens from across Canada attended the event via the Web.

Preliminary media relations work:

We decided to invite a number of reporters who are used to covering CBC/Radio-Canada and are familiar with our issues. We sent email invitations and followed up by phone.

Hubert T. Lacroix granted two interviews before the event to explain the purpose of the Annual Public Meeting and invite the public to sign up for the webcast:

- *Bernier et Cie* – Radio de Radio-Canada
- *Ottawa Morning* – CBC Radio One

s.19(1)

Excerpts from these interviews aired on other regional programs on our two radio networks.

Coverage:

journalists followed the event via the Web and filed reports, including:

- CBC.ca
- *Le Devoir*

Other

After the Meeting, Hubert T. Lacroix was interviewed on *Le Monde selon Mathieu*, an interview that was sent to all the other regional drive-home shows of the French radio network. The Annual Public Assembly also attracted some Twitter, Facebook and YouTube activity. In addition, we published a press release confirming the event.

Evaluation:

There was considerable press coverage following the event. Few of the articles actually pertained to the Annual Meeting, its goals and how it unfolded. The Canadian Press article monopolized coverage with an article that focused on the fact that we don't currently have the means to pursue our digital transition. The reactions we received through social networks and formal interview requests indicate that this article raised concerns in several regions about whether our signals would still be available over the air after August 31, 2011.

Main message from coverage:

- CBC/Radio-Canada doesn't have enough money.

Additional messages:

- CBC/Radio-Canada costs \$34 per Canadian.
- An initial transaction in the sale of assets was completed.
- The government's Strategic Review remains a financial risk.

Important messages mostly overlooked:

- The first Annual Public Meeting was an important transparency exercise on the part of CBC/Radio-Canada.
- CBC/Radio-Canada is able to look to the future after the loss of 800 jobs.

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Couverture médiatique de l'Assemblée publique annuelle – Analyse Communications institutionnelles – 25 septembre 2009

Aperçu:

Le 23 septembre, CBC/Radio-Canada a tenu sa première Assemblée publique annuelle à Ottawa et sur le Web. L'Assemblée s'est très bien déroulée. Sur place, la haute-direction a présenté le bilan financier de la Société pour l'exercice 2008-2009 et a répondu à plusieurs questions. Des citoyens de partout au pays ont assisté à l'événement via le Web.

Travail préalable de relations avec les médias:

Nous avons choisi d'inviter un certain nombre de reporters qui ont l'habitude de couvrir CBC/Radio-Canada et qui connaissent nos enjeux. Une invitation par courriel a été faite, ainsi que des suivis téléphoniques.

Hubert T. Lacroix a accordé deux entrevues avant l'événement pour expliquer l'objectif de l'Assemblée publique annuelle et inviter la population à s'inscrire à la webdiffusion.

- Bernier et Cie – Radio de Radio-Canada
- Ottawa Morning – CBC Radio One

Des extraits de ces entrevues ont été diffusés par d'autres émissions régionales dans nos deux réseaux de radio.

s.19(1)

Couverture:

D'autres journalistes ont assisté à l'événement via le Web et ont fait des reportages, dont entre autres.

- CBC.ca
- Le Devoir

Après l'Assemblée, Hubert T. Lacroix a accordé une entrevue à l'émission de radio *Le Monde selon Mathieu* qui a été alimentée aux autres émissions régionales de retour à la maison de Radio-Canada. Il y a eu aussi une certaine activité sur les réseaux Twitter, Facebook et Youtube entourant l'Assemblée publique annuelle. Nous avons également publié un communiqué de presse confirmant la tenue de l'événement.

Évaluation:

Il y a eu une grande couverture de presse à la suite de l'événement, mais peu d'articles portaient réellement sur l'Assemblée annuelle, ses objectifs et son déroulement. L'article de Canadian Press a monopolisé toute l'attention en mettant l'accent sur le fait que nous n'avons pas, en ce moment, les moyens pour poursuivre la transition vers le numérique. Les réactions que nous avons reçues, par le biais de réseaux sociaux et demandes formelles d'entrevue, indiquent que cet article a soulevé de l'inquiétude dans plusieurs régions quant à savoir si nos signaux seraient toujours disponibles en mode hertzien après le 31 août 2011.

Message principal dégagé de la couverture :

- CBC /Radio-Canada n'a pas assez d'argent.

Messages secondaires :

- CBC/Radio-Canada coûte 34\$ par Canadien.
- Une première transaction dans le dossier de la vente des actifs a été complétée.
- L'Examen stratégique du gouvernement demeure un risque financier.

Messages importants qui ont peu ou pas ressorti :

- La première Assemblée publique annuelle était un exercice important de transparence de la part de CBC/Radio-Canada.
- CBC/Radio-Canada est en mesure de regarder vers l'avenir après les compressions de 800 postes.

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Pascale Montminy - Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations

From: Bill Chambers
To: Lacroix, Hubert T
Date: 7/26/2009 2:11 PM
Subject: Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations
CC: Menard, Martine; Payan, Kevin

Yes. We'll pass this by Tim and Suzanne then have a draft text and powerpoint of all three ready for your return from holiday.

B

>>> Hubert T Lacroix 2009-07-26 13:19 >>>

Bon dimanche,

I'm fine with this. I think that it flows well.

OK with you?

>>> Bill Chambers 24-07-2009 16:40 >>>

For your review. We can discuss, among other things at our meeting Tuesday.
Bill

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Pascale Montminy - Outline for Annual Public Mtg

From: Bill Chambers
To: Casgrain, Tim; MORRIS, SUZANNE
Date: 8/5/2009 12:06 PM
Subject: Outline for Annual Public Mtg
CC: Cayer, Christine; Hubert T Lacroix; Lachance, Helene; Letourneau, Francine; MARTIN, KATHLEEN; Menard, Martine; Montminy, Pascale; Payan, Kevin

Attached you will find an outline of who says what at the Annual Public Meeting. Our intention is to have a script and a Powerpoint for each of you in the first week of September for rehearsal purposes.

Also attached for background is the basic plan for the event. At the moment, the total cost of this event is approximately

Meantime, let me know if you have any comments on any of the attached.

Bill

s.18(a)

Pascale Montminy - Briefing with Tim Casgrain

From: Tanya Chamberot
To:
Date: 9/2/2009 3:43 PM
Subject: Briefing with Tim Casgrain
CC: Bill Chambers; Kevin Payan; Martine Menard; Pascale Montminy

Hi

Just a quick update from my email of July 29 (below). As you know Tim will be briefed in Toronto on September 10 @ 2 pm on the annual public meeting. Please note that the meeting will instead take place in room **7A200**.

Bill will be in Toronto with Tim and Ottawa participants will be linked-in via videoconference. The Ottawa participants will be: Martine Ménard, Kevin Payan and Pascale Montminy.

s.19(1)

Later this week, Tim will receive a draft of his talking points for review.

Thank you,
Tanya

SIDE BAR FOR OTTAWA PARTICIPANTS: please gather in room 326 for this videoconference.

>>> Tanya Chamberot 2009-07-29 12:47 >>>
Hi

Thanks for such a quick turnaround. I am happy to confirm a meeting on **Sept. 10 @ 2 pm** in the President's CBC boardroom **in Toronto, room 7A320**. The purpose of the meeting will be to discuss content for the 1st annual public meeting to be held on Sept. 23rd. Attending the Sept. 10th meeting will be Tim, Bill and Kevin Payan, Director, Strategic Communications.

Later this week, Bill will send Tim the general outline of the annual public meeting presentations and the week prior to the Sept. 10th briefing, Bill will send Tim a draft of his talking points for review.

I have left a voice mail for Diane Ferguson to contact me upon her return from holidays to work through a plan for the dress rehearsal(s) that will be required on Sept. 21/22.

Thanks for your prompt reply. All the best.

Tanya

Pascale Montminy - Annual Public Meeting Briefing

From: Tanya Chamberot
To: SUZANNE MORRIS
Date: 9/2/2009 4:34 PM
Subject: Annual Public Meeting Briefing
CC: Bill Chambers; Christine Cayer; Kevin Payan; Marco Dube; Martine Menard; Pascale Montminy

Hi Suzanne.

A briefing session has been set up for you on **September 15 @ 4 pm** in **room 326**. The purpose of the meeting will be to discuss content, etc., for the 1st annual public meeting. Over and above this one-on-one briefing, there will also be a few dry runs on September 21 and September 22. You should have received an electronic appointment notice from Helene Lachance for these two dates.

Participants at the September 15th session will include: yourself, Bill, Martine, Pascale, Marco and Kevin.

Later this week (or next Tuesday at the latest) you will receive a draft of your talking points for review.

Thank you,
Tanya

Pascale Montminy - Briefing with Hubert

From: Tanya Chamberot
To: Edith Gosselin; FRANCINE LEFEBVRE; Francine Letourneau
Date: 9/2/2009 4:35 PM
Subject: Briefing with Hubert
CC: Bill Chambers; Kevin Payan; Marco Dube; Martine Menard; Pascale Montminy

Salut Francine, Edith et Francine,

Just a quick update from my email of July 29 (below). As you know Hubert will be briefed in Toronto on September 14 @ 10 am on the annual public meeting. Please note that the meeting will instead take place in room **7A200**.

Bill will be in Toronto with Hubert and Ottawa participants will be linked-in via videoconference. The Ottawa participants will be: Martine, Kevin, Marco and Pascale.

Later this week (or next Tuesday at the latest) Hubert will receive a draft of his talking points for review.

Thank you,
Tanya

~~*****SIDE BAR FOR OTTAWA PARTICIPANTS:~~ please gather in room 326 for this videoconference.

>>> Tanya Chamberot 2009-07-29 13:06 >>>

Just a quick note to say that Francine Lef. and I have confirmed a meeting with Hubert and you for Monday, **September 14th @ 10 am** at **CBC Toronto, room 7A320** (President's boardroom).

Purpose of the meeting is of course to discuss content of the 1st annual public meeting.

Thanks
Tan

Pascale Montminy - Fwd: Questions for AGM

From: SUZANNE MORRIS
To: Dube, Marco; Montminy, Pascale
Date: 9/2/2009 5:15 PM
Subject: Fwd: Questions for AGM
CC: MCKINNON, ANGUS

Marco/Pascale. As discussed this morning here are some questions Neil has come up with re the public meeting. I will forward others as I receive.

Suzanne

From: McEneaney, Neil(Neil McEneaney)
To: SUZANNE MORRIS
Date: 9/2/2009 4:36 PM
Subject: Questions for AGM

Hi Suzanne,

As requested,

We have discussed many of these issues yesterday.

Peter and I did not get a copy of the F/S so my comments are based on my notes from reviewing MJ Lacombe's statements during yesterday's meeting (I asked for the sims but have not rec'd them yet).

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Happy to discuss the above.

Neil.

CC: Peter St-Onge

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Pascale Montminy - Fwd: Re: Questions for AGM

From: SUZANNE MORRIS
To: Dube, Marco; Montminy, Pascale
Date: 9/3/2009 1:40 PM
Subject: Fwd: Re: Questions for AGM
CC: MCKINNON, ANGUS

Here is feedback on questions from Peter St-Onge.

Suzanne

Pascale Montminy - Re: Questions for AGM

From: Peter St-Onge
To: Neil McEneaney; SUZANNE MORRIS
Date: 9/2/2009 7:24 PM
Subject: Re: Questions for AGM

Bonjour Suzanne,

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Hope this is of some help.

Peter

>>> McEneaney, Neil(Neil McEneaney) 02 September, 2009 4:36 PM >>>
Hi Suzanne,

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Happy to discuss the above.

s.21(1)(a)

Neil.

s.21(1)(b)

Pascale Montminy - Re: Briefing. Public Meeting. Chair.

From: Bill Chambers
To: Menard, Martine
Date: 9/8/2009 9:37 AM **s.21(1)(a)**
Subject: Re: Briefing. Public Meeting. Chair. **s.21(1)(b)**
CC: Montminy, Pascale; Payan, Kevin

Yes.

>>> Menard, Martine(Martine Menard) 2009-09-08 08:12 >>>

Pascale Montminy - Q&A - Public meeting

From: Marco Dube
To: Bill Chambers; Martine Menard; Pascale Montminy
Date: 9/14/2009 8:55 AM
Subject: Q&A - Public meeting
CC: ANGUS MCKINNON

Bonjour,

Voici la version du 13 septembre (préliminaire) du Q&A pour l'assemblée publique annuelle.

Ce document n'inclut pas les messages sur la campagne Local Matters.

Il reste aussi quelques questions financières particulières à intégrer, une fois que j'aurai parler à quelqu'un des Finances cette semaine.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039

s.19(1)

From: Kevin Payan
To: Bill Chambers; Menard, Martine; Pascale Montminy
CC: ANGUS MCKINNON; Helene Lachance; Marco Dube
Date: 7/22/2009 3:33 PM
Subject: Annual Public Meeting - Overview of Presentations
Attachments: Annual Public Meeting_speech outlines.doc

Angus pulled this together neatly on one page.

I think it sets out the flow nicely. There's a clear delineation in speaking roles, with Hubert doing most of the heavy lifting.

This should help to steer the development of the speeches and presentations.

Thanks, Angus.

Cheers,
Key

Kevin Payan - Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations

From: Hubert T Lacroix
To: Bill Chambers
Date: 7/26/2009 1:19 PM
Subject: Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations
CC: Kevin Payan; Martine Menard

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Bon dimanche,

I'm fine with this. I think that it flows well.

OK with you?

>>> Bill Chambers 24-07-2009 16:40 >>>

For your review. We can discuss, among other things at our meeting Tuesday.
Bill

Que veut dire DMR et pourquoi ce chiffre est-il si élevé? *Réponse*

courte : DMR est l'abréviation de « délai moyen de recouvrement » des créances. Ce chiffre est obtenu en comparant les ventes des trois derniers mois aux comptes débiteurs impayés. Généralement, lorsque le chiffre de ventes est faible, le DMR est élevé, et inversement.

Réponse longue : Il existe plusieurs façons de calculer le DMR. CBC/Radio-Canada compare le chiffre des ventes des trois derniers mois au total des comptes débiteurs figurant dans le grand livre, puis compare le résultat au nombre de jours compris dans les trois mois. Si le chiffre de ventes des trois mois est plus élevé que le total des comptes débiteurs figurant dans le grand livre, on ajoute des jours au nombre de jours compris dans les trois mois. Si, au contraire, le chiffre de ventes est inférieur au total des comptes débiteurs du grand livre, on soustrait des jours du nombre de jours compris dans les trois mois.

Regardons, par exemple, le mois d'août :

Les ventes réalisées en juin, juillet et août totalisent 28,1 M\$. À la fin d'août, le solde des comptes débiteurs inscrits au grand livre était de 38,5 M\$, incluant les produits à recevoir correspondant aux ventes du mois d'août. Nous ajoutons 9,4 M\$ au chiffre de ventes pour combler l'écart entre le chiffre de ventes des trois mois et le total des comptes débiteurs du grand livre. Les mois de juin, juillet et août comptent 92 jours. À ce nombre, il faut ajouter 18,3 jours pour tenir compte de l'addition de 9,4 M\$. Le DMR est donc de 110,3 jours. C'est strictement un calcul mathématique. Un chiffre de ventes faible a généralement pour effet d'augmenter le DMR, et à l'inverse, un chiffre de ventes élevé abaisse le DMR.

Plus de détails sur les revenus reportés. La diminution des revenus reportés (à long terme) est principalement attribuable à la convention d'affiliation et à la convention d'option d'achat d'actifs conclues entre CBC/Radio-Canada et Stingray Digital Group Inc. (l'« acquéreur »). Le 31 mars 2009, la Société a transféré les actifs de Galaxie, ce qui inclut tous les actifs corporels et certains actifs incorporels, mais qui exclue des contrats lucratifs passés entre Galaxie et des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui n'ont pas été cédés à l'acquéreur.

Tant que les contrats lucratifs ne sont pas cédés à l'acquéreur, la Société continue d'assumer les risques contractuels et, en conséquence, elle reporte encore les revenus tirés de ces contrats à l'aide de la méthode des unités de revenu. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2009, la Société a constaté des revenus de 34,4 millions de dollars au poste Revenus hors exploitation de l'état consolidé des résultats.

Voudriez-vous expliquer l'origine du déficit au poste Bénéfices non répartis du bilan? Le déficit est constitué du passif contracté par la Société qui n'a pas encore été financé par les crédits parlementaires ou par des revenus d'autres provenances. Une large partie du déficit est constituée d'avantages sociaux futurs (essentiellement des charges au titre des prestations de retraite et des indemnités de cessation d'emploi) qui n'ont pas été financés et qui le seront par des crédits parlementaires lorsque la Société versera les prestations ou indemnités correspondantes.

Quelle est la raison d'être du Broadcast Center Trust? Le Trust loue, en vertu d'un bail à long terme passé avec la Société, le terrain sur lequel est érigé le Centre canadien de radiodiffusion. Pour financer la construction de l'immeuble, le Trust a émis, le 30 janvier 1997, des obligations à hauteur de 400 millions de dollars qui sont garanties par les loyers que lui verse la Société pour les locaux occupés par son personnel. Le loyer comprend le capital et les intérêts sur les obligations, tous les autres paiements sur les obligations ainsi que la totalité des charges d'exploitation et du passif du Trust.

D'où provient la dette obligataire? De par sa relation avec le Broadcast Centre Trust, la Société offre en garantie de la dette obligataire les loyers qu'elle verse pour les locaux occupés par son personnel à Toronto. La Société est considérée comme le principal bénéficiaire du Trust et, en conséquence, elle comptabilise les résultats financiers du Trust dans ses livres.

Pourquoi le fonds effectif est-il négatif? voir la réponse à la question sur le déficit des bénéfices non répartis.

Les Services anglais font-ils de l'argent grâce à la diffusion des matchs de hockey, de Jeopardy et de Wheel of Fortune? Les matchs de hockey, Jeopardy et Wheel of Fortune sont des émissions névralgiques sur le plan commercial. Nous ne pouvons donner d'information financière à leur sujet. Nous avons acquis les droits de diffusion de ces émissions dans le but de disposer d'une marge bénéficiaire positive à réinvestir dans la programmation canadienne. Dans la présente conjoncture économique difficile, nous surveillons de près la tenue de ces émissions.

Les revenus de CBC/Radio-Canada sont à la hausse alors que ceux du secteur enregistrent une baisse de 8 % à 10 %. Pourquoi? Même si les revenus publicitaires totaux étaient supérieurs en 2008-2009 par rapport à ceux de 2007-2008, ils ont en fait accusé une baisse, en glissement annuel, après exclusion des revenus ponctuels provenant de la couverture des Jeux olympiques de Pékin. En outre, si l'on compare les revenus réels aux revenus prévus, les revenus publicitaires ont régressé de 65 millions de dollars.

Assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada

Le 23 septembre 2009 à 11 h

ORDRE DU JOUR

Mot d'ouverture

Emmanuelle Latraverse
Maître de cérémonie
Chef de bureau à Ottawa, Nouvelles
nationales, Services français

Les défis du radiodiffuseur public
Rôle du Conseil
Gouvernance

Tim W. Casgrain
Président, Conseil d'administration

Faits saillants de 2009-2010
Orientation stratégique pour l'avenir
Sur la voie de la viabilité

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général

Résultats et situation financière
Pressions et manque à gagner
Le plan de redressement
Principaux risques

Suzanne Morris
Vice-présidente et chef de la direction
financière

Période de questions

www.CBC.Radio-Canada.ca/assemblee

CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting

September 23, 2009 at 11:00 a.m.

AGENDA

Welcoming remarks	Emmanuelle Latraverse Master of ceremonies Ottawa Bureau Chef, French National News
Challenges facing the public broadcaster Role of the Board Governance	Tim W. Casgrain President, Board of Directors
Highlights of 2009-2010 Strategic direction looking forward The need for a sustainable future	Hubert T. Lacroix President and Chief Executive Officer
<u>Financial Overview</u> results and position	Suzanne Morris
<u>Pressures and the budget shortfall</u>	Vice-President and Chief Financial Officer
<u>The recovery plan</u>	Suzanne Morris
<u>Key risks</u>	Vice-President and Chief Financial Officer
<u>Officer</u>	
Question Period	

www.CBC.Radio-Canada.ca/annualmeeting

From: Marco Dube
To: Bill Chambers; Kevin Payan; Martine Menard; Pascale Montminy
Date: 9/25/2009 1:47 PM
Subject: Analyse de couverture de l'APA
Attachments: Couverture APA Analyse_Sept.25-09-tf.doc; Mediacoverage APM Analysis_Sept.25-09-te.doc

Hi,

Here is the APM media coverage analysis.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

613 288 6039
(cell.)

s.19(1)

From: Bill Chambers
To: Tim Casgrain
CC: Francine Letourneau; Hubert T Lacroix; Martine Menard
Date: 7/17/2009 3:00 PM
Subject: Annual Public Meeting
Attachments: APM-MrkgPlan-July17_ENG.doc

Hi Tim,

As discussed, here is a plan for the September 23 Annual Public Meeting. Have a look and let me know if you have comments. We will be in touch with your office in the coming weeks to book some time to brief you.

Cheers,
Bill

COMMUNICATIONS APPROACH

CBC/Radio-Canada's First Annual Public Meeting

Date: July 17, 2009

Draft Number: 1

Prepared by: Corporate Communications

Overview

This communications approach supports the launch of CBC/Radio-Canada's first Annual Public Meeting, to be held September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m., at the Ottawa Broadcast Centre.

Background

The Treasury Board now requires Crown corporations to hold annual public meetings to provide the public with an opportunity to learn more about their respective mandates and operations.

On June 23, 2009, CBC/Radio-Canada's Board of Directors approved our proposal outlining the requirements for annual public meetings and an approach for the inaugural meeting in fall 2009.

Synopsis

Given that the meeting will be conducted as a CBC/Radio-Canada media production, we will recruit an appropriate, bilingual on-air personality to act as MC. Speaking roles still belong to the Chair, the President and CEO and the CFO.

First part hosted by MC

1. Word of welcome / introduction / governance by the Chair of the Board of Directors
2. Corporate overview by the President and CEO
3. Financial overview by the Vice-President and CFO
4. Question and answer period

The first part of the meeting will be presented live on the Corporation's website and will remain available on-demand after the event.

Second part

5. Meet-and-greet between the public and directors / on-air personalities, along with guided tours of the newsroom.

Communication Objectives

- Promote the webcast of CBC/Radio-Canada's public meeting.
- Efficiently manage on-site participation.
- Give Canadians an opportunity to ask questions live.
- Demonstrate the Corporation's transparency and commitment to Canadians.

Target Audiences

External:

- All Canadians
- The general public in the Ottawa/Gatineau area
- Parliamentarians and senior federal officials
- Interested third parties
- The media

Internal:

- Board members
- CBC/Radio-Canada employees

Strategic Considerations

Because Studio 40 has a seating capacity of 80 (safety standards), we'll set up a marquee and screen on Sparks Street to accommodate 50 additional participants. The marquee audience will also be able to watch the proceedings.

To manage on-site participants, we will ask the Ottawa/Gatineau public to book their seats ahead of time (RSVP) by email or phone, and will reserve seats for the media and key participants.

The meeting will begin at 11 a.m. (ET) (8 a.m. for Internet users in Western Canada).

Presentations will be made in both official languages. We'll offer simultaneous interpretation for everyone attending the event (Studio 40 and the marquee). Internet users can follow the presentations in one of three streams: English, French, or bilingual (i.e., without simultaneous interpretation).

We'll create a special section on the corporate website for this public meeting. All promotions will direct audiences to *CBC.Radio-Canada.ca*

According to the planned order of business, the House of Commons resumes sitting on September 14 for a week, adjourning the week of the 21st to allow the Prime Minister to attend the G-20 Pittsburgh summit. It's therefore possible that our 2008–09 Annual Report will have been tabled by the time of our meeting.

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

We intend to have national (Ottawa based) and regional personalities on site. Since the season launch for regional French Services is slated for late August, Ottawa/Gatineau residents will have had a chance to meet on-air personalities a few weeks before the meeting. Following the changes in CBC's parliamentary bureau, we will want to showcase the new hosts. The launch of CBC's new season is planned for September 15–16. We're also guaranteed the on-site presence of regional personalities.

The webcast will be managed by Streamlogics, an experienced company that will deliver a turnkey product. The interface will allow Internet users to view the speeches, PowerPoint presentations and the corporate video, and to ask questions using an online instant messaging system. To see samples of work done by Streamlogics, visit the following link: http://www.streamlogics.com/webcasting_resources.asp

A dedicated resource will be required to answer all questions received on the corporate website after the event and we should plan for a realistic response time, depending on the volume.

It's crucial that the MC be experienced, fully bilingual, and able to rapidly relay questions. Emmanuelle Latraverse, Ottawa Bureau Chief, French Services National News, is to be confirmed as our MC.

We'll closely follow and actively participate in our coverage on social networking sites. Given our limited resources, we recommend focusing on numerous existing Web conversations and communities for which the Corporation is an area of interest.

Recommended Approach

To maximize the visibility of CBC/Radio-Canada's annual public meeting, we recommend a high-profile Web positioning and promotional campaign.

We'll do promos and encourage announcements on all CBC/Radio-Canada's media lines (radio, television, Web). We'll also advertise in national and regional dailies. CBC/Radio-Canada employees will be the first to learn about the event on iO!

Social networking sites:

We'll use social networking sites such as Google News, Twitter and Facebook to promote our webcast, identifying existing conversations and debates about CBC/Radio-Canada and getting involved in them. We'll send an invitation to view the webcast to CBC and Radio-Canada's Facebook communities, and will issue a social media release specifically for social networks. We'll post our event on bulletin boards and will send information to key bloggers. We'll also tag our event so it can be located using search engines, and will post a video invitation on various sites (YouTube, Twitter, etc.).

Media relations: Rather than send out a media advisory (which could create expectations we won't be able to meet), we will send an email invitation to a list of selected journalists. We'll encourage journalists to tune in to the meeting online, but will also reserve seats and an audio distribution amplifier for local media in Studio 40. We'll ensure on-site coverage of the event by CBC/Radio-Canada's media lines. Any resulting report will be shared among all our teams.

Hubert will be the event spokesperson. We'll hold a 15-minute press conference (scrum) with him immediately after the event (12:30 p.m.) and will set aside time during the afternoon of September 23 for interviews.

Government relations: We'll email an invitation to senior Federal Government officials, politicians and their staff, encouraging them to tune in to the meeting online.

Tools and Tactics

Date	Activity	Audience
August 13, 2009	Special invitation sent to Board members and CBC/Radio-Canada senior executives	Board members and CBC/Radio-Canada senior executives
Monday, August 17	iO! article	CBC/Radio-Canada employees
Starting Monday, August 24, 2009	Advertising banner on our three main websites (the Web ad could be updated each week with a countdown or new promotional elements such as a video invitation).	Internet users
Saturday, August 29, 2009	Ad in regional newspapers (<i>The Ottawa Citizen</i> and <i>Le Droit</i>). Those wishing to attend must RSVP by phone or email. ** RSVP by September 11	General public in the Ottawa/Gatineau area
Starting September 8, 2009, gradually increasing as per opportunities	Promotion on social networking sites such as Google News, Twitter and Facebook. Posting of our press release for social networks on various bulletin boards. Emails to key bloggers.	Internet users, bloggers
Initial memo: September 9, 2009 Reminder: Friday, September 18	Promo: Memo to regional communications managers, encouraging them to announce the webcast on CBC and Radio-Canada radio and television programs.	CBC/Radio-Canada audiences
September 14	* If necessary, to be determined according to RSVPs. Key topic on the Ottawa/Gatineau homepage and promotion in our Ottawa/Gatineau regional programs.	Audiences in the Ottawa/Outaouais area
Friday, September 18	Email invitation to the webcast	List of selected journalists
Saturday, September 19, 2009	Ad in national dailies <i>La Presse</i> and <i>The Globe and Mail</i> (invitation to view the webcast)	Canadians (readers of <i>La Presse</i> and <i>The Globe and Mail</i>)
September 21	Email invitation to view the webcast	Corporate list of 150 interested parties
September 21	Email to all CBC/Radio-Canada employees	CBC/Radio-Canada employees
September 21	Note to Ottawa employees: Please tune in to the webcast to free up seats for the public in Studio 40 and the Sparks Street marquee.	Ottawa employees
September 23 (during the event)	Signage, personalities and on-site communications officers (greeters, tour	On-site participants

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

	guides, etc.)	
September 23 (during the event)	Distribution of the 2008–09 Annual Report or an information brochure during the event	On-site participants

.....

Post-Mortem

To determine whether the strategy achieved its objectives, we will assess:

- the number of Internet users who watched the webcast live (basic stats provided by the external company in charge of the webcast);
- the number of visits to our corporate website;
- meeting attendance (Studio 40 and the marquee on Sparks Street);
- the number and content of questions/comments received;
- media coverage;
- CBC/Radio-Canada participation and coverage on social networking sites.

From: Tanya Chamberot
To: SUZANNE MORRIS
CC: Bill Chambers; Christine Cayer; Kevin Payan; Marco Dube; Martine Men...
Date: 9/2/2009 4:34 PM
Subject: Annual Public Meeting Briefing

Hi Suzanne

A briefing session has been set up for you on **September 15 @ 4 pm** in **room 326**. The purpose of the meeting will be to discuss content, etc., for the 1st annual public meeting. Over and above this one-on-one briefing, there will also be a few dry runs on September 21 and September 22. You should have received an electronic appointment notice from Helene Lachance for these two dates.

Participants at the September 15th session will include: yourself, Bill, Martine, Pascale, Marco and Kevin.

Later this week (or next Tuesday at the latest) you will receive a draft of your talking points for review.

Thank you,
Tanya

From: Bill Chambers
To: Casgrain, Tim
CC: Francine Letourneau; Lacroix, Hubert T; Menard, Martine; Nollet, Pierre
Date: 6/4/2009 6:57 PM
Subject: Annual Public Meetings
Attachments: Plan-FR-June4.doc; Plan-ENG-June4.doc

Tim,

Please find attached the annual public meeting proposal - this was drafted following our conference call last week.

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Also, you mentioned you wanted to have this meeting on the Monday or Thursday of the week of September 21st. Keeping in mind that the Board meeting will be on Monday, Sept. 21st and Tuesday, Sept. 22nd...we have submitted a number of options re: dates and times - some that differ from what was discussed during our conference call.

Look forward to your feedback. I was thinking, once we are in agreement on a plan, that it might be a good idea to have you (or you and me) call Peter and talk him through it before the meeting. Let me know when you have time to talk.

Bill

From: Bill Chambers
To: Hubert T Lacroix
Date: 7/13/2009 5:25 PM
Subject: Annual Public Mtg
Attachments: Assemblée publique_plan de comm_clean_13 juillet.doc

Attached is the state of play for the Annual Public Meeting. My report to the Board tomorrow will reflect this plan (but be a lot shorter).

Planning is proceeding well. There are some details we should go over to ensure you are comfortable. Let me know when you have had time to read the document. Also let me know if you'd like me to share with the Chair.

This will require a certain amount of rehearsal time for you, Suzanne and Tim. We'll be in touch with your offices to book time

s.18(a)

s.19(1)

This shindig looks like it will cost in the range of _____ assuming we don't have to fall back on the contingency plans which are more expensive.

B

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

From: Pierre Nollet
To: Martine Menard
CC: Maryse Bertrand
Date: 9/16/2009 2:25 PM
Subject: Assemblée annuelle

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Martine,

Pierre

From: Martine Menard
To: Francine Letourneau (Montréal)
CC: Bill Chambers; Pascale Montminy
Date: 9/1/2009 11:53 AM
Subject: Assemblée annuelle - Quelques questions - et mise à jour
Attachments: E-INVITE.pdf; E-INVITE-fr.pdf

Salut -

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Distribution - E-invite:

Aussi - ATI - nous allons coordonner l'envoi de l'invitation électronique pour l'Assemblée à plusieurs stakeholders à travers le pays et de la région d'Ottawa y compris:

E-invite en pdf joint avec court texte et lien vers notre page web dans le courriel envoyé à **(pour le webcast)** :

- * partenaires majeurs des Services français au pays
- * membres de l'Ass. des retraités (via Pierre Racicot)
- * partenaires majeurs des Services anglais (via les chefs des comm qui feront l'envoi eux-mêmes mais m'enverront copie de leurs listes)
- * Directeurs régionaux (via courriel de Bill avec cc à Jill Troyer et Louis Lalande)

Nous attendons aussi une liste des internautes abonnées à la Cyberlettre de R-C.

E-invite en pdg joint avec court texte et lien vers site web pour participation au studio 40 OU webcast **(gens basés dans la région d'Ottawa-Gatineau)** :

- * partenaires des Services français de la région (Chantal Jolicoeur)
- * IDEM pour les Services anglais (Pam)
- * Liste des partenaires institutionnels (approx. 150 noms)
- * Liste des Relations gouvernementales (via Shaun)
- * Nous allons aussi demander aux membres du Conseil et de SET de coordonner une distribution à leurs contacts (via Bill/Tanya)

Ces invitations seront distribuées avant la fin de semaine. Au milieu de la semaine prochaine, si le nombre de RSVPs pour assister à l'assemblée au studio demeure faible, nous allons approcher les émissions de radio et de TV régionales pour les inviter à en faire la promotion en ondes. Date limite pour les RSVPs : le dimanche soir 13 septembre.


C'est certain qu'il va y avoir des dédoublement quant à la distribution des invitations.....pas facile à gérer.

C'est beau pour toi??

Merci bien.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

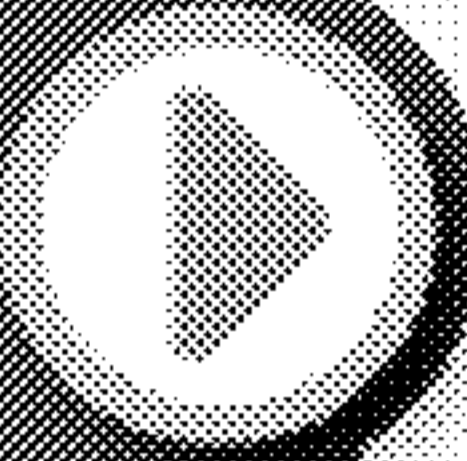
CBC  Radio-Canada

**ANNUAL
PUBLIC 
MEETING**

JOIN US ON SEPT. 23, 2009
FROM 11 A.M. TO NOON (ET)

LIVE WEBCAST
PRE-REGISTRATION REQUIRED
CBC.RADIO-CANADA.CA

CBC  Radio-Canada

**ASSEMBLÉE
PUBLIQUE 
ANNUELLE**

SOYEZ DES NÔTRES, LE 23 SEPTEMBRE,
DE 11 H À 12 H (HE)

WEBDIFFUSION EN DIRECT
PRÉ-INSCRIPTION REQUISE
CBC.RADIO-CANADA.CA

From: Bill Chambers
To: Hubert T Lacroix; Martine Menard; Maryse Bertrand; Pascale Montminy
CC: Lachance, Helene; Meg Angevine
Date: 11/18/2009 12:49 PM
Subject: Board Committee discussion of Annual Public Meeting

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Here is my debrief on the Board Committee's discussion of the APM. For those in attendance please confirm this captures it. For those who didn't, this is our planning direction. Maryse or Meg, please let us know when the Committee has reported to the Board and we can start putting plans in place.

First, general approval of how the first meeting went. Appreciation for the job done and the outcome. Thanks for you work.

For next time:

Give a call if you need any clarification.
Bill

Board of Directors

Subject matter

First CBC/Radio-Canada Annual Public Meeting

Background

In its *Budget Implementation Act 2009*, the Treasury Board Secretariat includes a governance review amendment to Annual Public Meetings. Crown Corporations are now required to hold public meetings annually to provide the public with an opportunity to learn more about the Crown corporation's mandate and operations.

Information on the matter

The Government of Canada addresses the need for each Crown corporation to hold an annual public meeting in its *Review of the Governance Framework for Canada's Crown Corporations – Meeting the Expectations of Canadians* (February 17, 2005).

For decision

For information

Prepared by

Name: Bill Chambers
Date: June 11, 2009

Recommendation

Please see attached document.

Last discussed at the Board

A first proposal was presented to the Governance Committee at the May meeting. This proposal was modified and updated to reflect discussions held at the meeting.

Next steps

Once the proposal is approved, Corporate Communications will go ahead with its implementation.

Conseil d'administration
(22-23 juin 2009)

Sujet

Première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada

Contexte

Dans la *Loi d'exécution du budget de 2009*, le Conseil du Trésor a inclus une modification concernant l'examen de la gouvernance pour les assemblées publiques annuelles. Les sociétés d'État doivent désormais tenir des assemblées publiques tous les ans pour que le public ait la possibilité d'en apprendre plus sur le mandat et les activités des sociétés d'État.

Renseignements connexes

Le gouvernement du Canada traite de la nécessité pour toutes les sociétés d'État de tenir une assemblée publique annuelle dans le document *Examen du cadre de gouvernance des sociétés d'État canadiennes – Répondre aux attentes des Canadiens et des Canadiennes* (17 février 2005).

À titre d'information

Pour décision

Préparé par

Nom : Bill Chambers
Date : 11 juin 2009

Recommandation de la direction

Voir proposition jointe.

Dernière discussion au Conseil

Une première proposition a été présentée au comité de gouvernance du Conseil en mai dernier. Cette proposition a été modifiée et adaptée pour refléter les discussions tenues lors de la réunion.

Suivi

Une fois la proposition approuvée par le Conseil, les Communications institutionnelles iront de l'avant avec sa mise en œuvre.

From: Pascale Montminy
To: Francine Letourneau
CC: Chambers, Bill; Martine Menard; Tanya Chamberot
Date: 11/3/2009 11:44 AM
Subject: Board Document - Annual Public Meeting
Attachments: Next APM-FR-Nov032009.doc; Next APM-ENG-Nov032009.doc

Bonjour Francine,

Pour faire suite à notre conversation de vendredi p.m. avec Hubert, voici la mise à jour de nos recommandations pour l'édition 2010 de l'assemblée publique annuelle.

Je crois qu'Hubert souhaitait d'abord partager ce document avec M. Casgrain, puis M. Herrndorf.

Espérant le tout satisfaisant,
Pascale

Assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada

Recommandations pour l'édition 2010

Dans la *Loi d'exécution du budget de 2009*, le Conseil du Trésor a inclus une modification concernant l'examen de la gouvernance pour les assemblées publiques annuelles. Les sociétés d'État doivent dorénavant tenir des assemblées publiques tous les ans pour que le public ait la possibilité d'en apprendre plus sur leur mandat et leurs activités. Il s'agit donc d'un exercice de reddition de comptes qui permet d'expliquer au public comment nous acquittons de notre mandat, plutôt que d'un événement de marketing.

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Page 116

**is withheld pursuant to sections
est retenue en vertu des articles**

21(1)(b), 21(1)(a)

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**

CBC/Radio-Canada Annual Public Meeting

Recommendations for 2010 Event

In its *Budget Implementation Act 2009*, the Treasury Board Secretariat includes a governance review amendment to annual public meetings. Crown corporations are now required to hold public meetings annually to provide the public with an opportunity to learn more about their mandate and operations. It is an accountability exercise that allows us to explain to the public how we are fulfilling our mandate – rather than a marketing event.

➤

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

➤

Page 118

**is withheld pursuant to sections
est retenue en vertu des articles**

21(1)(b), 21(1)(a)

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**

Nominating and Governance Committee
Ottawa, May 12, 2009

Subject matter

Annual Public Meetings

Background

In its Budget Implementation Act 2009, the Treasury Board Secretariat includes a governance review amendment to Annual Public Meetings. Crown Corporations are now required to hold public meetings annually to provide the public with an opportunity to learn more about the Crown Corporation's mandate and operations. Details of when and how meetings will be held are determined by by-laws or by the Board.

Information on the matter

This document provides an overview of the Annual Public Meeting requirement and proposes an approach for an inaugural meeting in the Fall of 2009. If approved, a detailed project plan will then be developed to manage execution of a first meeting, the success of which will help to determine the approach for future meetings.

For decision

For information

Prepared by

Name: Bill Chambers
Date: April 24, 2009

Recommendation

The 2009 Annual Public Meeting should be held in Ottawa in September. Proposed dates are Thursday, September 10th, or coinciding with the Board meeting on the 21st and 22nd.

Last discussed at the Board

Date:
Decision made:

Next steps

June 2009 - Develop project plan to manage 2009 public meeting execution
August 2009 - Issue public notice of meeting 30 days in advance (Treasury Board requirement)
September 2009 - Host CBC/Radio Canada's annual public meeting

ANNUAL PUBLIC MEETING

Date: April 23, 2009

Prepared by: Corporate Communications

Overview

This document provides an overview of the Annual Public Meeting requirement and proposes an approach for an inaugural meeting in the Fall of 2009. If approved, a detailed project plan will then be developed to manage execution of a first meeting, the success of which will help to determine the approach for future meetings.

Background

The Government of Canada addresses the need for each Crown Corporation to hold an annual public meeting in its *Review of the Governance Framework for Canada's Crown Corporations – Meeting the Expectations of Canadians* (February 17, 2005).

In its *Budget Implementation Act 2009*, the Treasury Board Secretariat includes a governance review amendment to Annual Public Meetings. Crown Corporations are now required to hold public meetings annually to provide the public with an opportunity to learn more about the Crown Corporation's mandate and operations. Details of when and how meetings will be held are determined by by-laws or by the Board.

Public Meeting Objectives

Beyond responding to the Treasury Board of Canada's requirement to hold annual public meetings, this initiative supports CBC/Radio-Canada's outreach objectives by:

- providing information on CBC/Radio-Canada's direction and activities
- soliciting feedback from the public on performance
- providing the opportunity for Canadians to ask questions

Recommendations

CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting should be:

- held annually in the Fall
- open to all members of the public, and be as inclusive as possible.
- bilingual to allow participation in the official language of people's choice.
- chaired by the Chair of the Board, and led by the President and CEO.
- followed by an open question and answer period.

Given the breadth of CBC/Radio-Canada's mandate and footprint, the Corporation might choose to consider having more than one meeting in a given year or using technology to extend the reach of its meeting; however, the recommendation is to host one initially and base any future recommendations as to frequency on a full evaluation of the first one.

Proposal for 2009

The 2009 Annual Public Meeting should be held in Ottawa in September. Proposed dates are Thursday, September 10th, or coinciding with the Board meeting on the 21st and 22nd.

Proposed meeting structure:

1. Welcome remarks and introduction by the Chair of the Board of Directors
 - Introduce board members
 - Governance
2. Corporate overview by the President and CEO
 - Mandate
 - Strategy, priorities (3 Ps)
 - Performance, highlights
3. Financial overview by the Vice-President and CFO
4. Question and Answer period

Considerations for 2009

- While having a meeting following the tabling of the Corporation's annual report is ideal, the timing of tabling of the Annual Report is somewhat unpredictable
- The next board meetings in Ottawa are September 21/22, and November 18/19
- Space is limited in our Ottawa facility, so the meeting should be held off-site in a public venue.

Next Steps

June 2009	Develop project plan to manage 2009 public meeting execution
August 2009	Issue public notice of meeting 30 days in advance (Treasury Board requirement)
September 2009	Host CBC/Radio Canada's annual public meeting

Comité des nominations et de la gouvernance
Ottawa, le 12 mai 2009

Sujet

Assemblées publiques annuelles

Contexte

Dans la *Loi d'exécution du budget* de 2009, le Conseil du Trésor a inclus une modification concernant l'examen de la gouvernance pour les assemblées publiques annuelles. Les sociétés d'État doivent désormais tenir des assemblées publiques tous les ans pour que le public ait la possibilité d'en apprendre plus sur le mandat et les activités des sociétés d'État. Les détails quant au moment et à la manière de les organiser sont déterminés dans les règlements administratifs ou par le Conseil d'administration.

Renseignements connexes

Ce document présente un aperçu des exigences relatives à l'assemblée publique annuelle et propose une démarche pour l'assemblée inaugurale de l'automne 2009. Si cette démarche est approuvée, un plan de projet détaillé sera élaboré pour gérer le déroulement de cette première assemblée, dont la réussite servira à établir la démarche pour les prochaines assemblées.

Pour décision

Pour information

Préparé par

Nom : Bill Chambers
Date : Le 24 avril 2009

Recommandation

L'assemblée publique annuelle de 2009 devrait être organisée à Ottawa au mois de septembre. Nous proposons le jeudi 10 septembre, ou une autre date qui coïnciderait avec la réunion du Conseil qui aura lieu les 21 et 22 septembre.

Dernière discussion au Conseil

Date :
Décision prise :

Prochaines étapes

Juin 2009 – Élaboration du plan du projet pour gérer le déroulement de l'assemblée publique de 2009.
Août 2009 – Publication de l'avis public de l'assemblée 30 jours à l'avance (exigence du Conseil du Trésor).
Septembre 2009 – Tenue de l'assemblée publique de CBC/Radio Canada.

ASSEMBLÉE PUBLIQUE ANNUELLE

Date : le 23 avril 2009

Préparé par : Communications institutionnelles

Aperçu

Ce document présente un aperçu des exigences relatives à l'assemblée publique annuelle et propose une démarche pour l'assemblée inaugurale de l'automne 2009. Si notre démarche est approuvée, on élaborera un plan de projet détaillé pour gérer le déroulement de cette première assemblée, dont la réussite servira à établir la démarche pour les prochaines assemblées.

Contexte

Le gouvernement du Canada traite de la nécessité pour toutes les sociétés d'État de tenir une assemblée publique annuelle dans le document *Examen du cadre de gouvernance des sociétés d'État canadiennes – Répondre aux attentes des Canadiens et des Canadiennes* (17 février 2005).

Dans la *Loi d'exécution du budget de 2009*, le Conseil du Trésor a inclus une modification concernant l'examen de la gouvernance pour les assemblées publiques annuelles. Les sociétés d'État doivent désormais tenir des assemblées publiques tous les ans pour que le public ait la possibilité d'en apprendre plus sur le mandat et les activités des sociétés d'État. Les détails quant au moment et à la manière de les organiser sont déterminés dans les règlements administratifs ou par le Conseil d'administration.

Objectifs des assemblées publiques

En plus de répondre aux exigences du Conseil du Trésor du Canada quant à la tenue d'assemblées publiques annuelles, cette initiative s'inscrit dans les objectifs de CBC/Radio-Canada en matière d'activités publiques consistant à :

- fournir de l'information sur l'orientation et les activités de CBC/Radio-Canada;
- obtenir des réactions de la part du public quant à nos réalisations;
- offrir aux Canadiens la possibilité de poser des questions.

Recommandations

Les assemblées publiques annuelles de CBC/Radio-Canada devraient :

- avoir lieu à l'automne;
- être ouvertes à tous les membres du public et être aussi inclusives que possible;
- être bilingues pour que les gens puissent y participer dans la langue officielle de leur choix;
- être présidées par le président du Conseil d'administration et dirigées par le président-directeur général;
- être suivies d'une période de questions ouvertes.

Étant donné l'ampleur du mandat et de la zone de couverture de CBC/Radio-Canada, celle-ci pourrait envisager d'organiser plus d'une assemblée dans une année donnée ou d'utiliser des moyens technologiques pour étendre la portée de l'assemblée; toutefois, la recommandation vise à organiser une première assemblée et à fonder toute recommandation subséquente quant à la fréquence des assemblées sur une évaluation complète de la première.

Proposition pour 2009

L'assemblée publique annuelle de 2009 devrait être organisée à Ottawa en septembre. Les dates proposées sont le jeudi 10 septembre, ou coïncider avec la réunion du Conseil des 21 et 22 septembre.

Structure proposée pour l'assemblée :

1. Mots de bienvenue et introduction par le président du Conseil d'administration
 - Présentation des administrateurs
 - Gouvernance
2. Aperçu sur la Société présenté par le président-directeur général
 - Mandat
 - Stratégie et priorités (les « 3 P »)
 - Réalisations et points saillants
3. Aperçu financier présenté par la vice-présidente et CDF
4. Périodes de questions

Considérations pour 2009

- Idéalement, l'assemblée devrait suivre le dépôt du rapport annuel de la Société, mais le moment exact du dépôt est quelque peu difficile à prévoir.
- Les prochaines réunions du Conseil à Ottawa auront lieu les 21 et 22 septembre, et les 18 et 19 novembre.
- L'espace étant limité dans nos installations à Ottawa, l'assemblée devrait avoir lieu dans une salle publique.

Étapes suivantes

Juin 2009	Élaboration du plan du projet pour gérer le déroulement de l'assemblée publique de 2009.
Août 2009	Publication de l'avis public de l'assemblée 30 jours à l'avance (exigence du Conseil du Trésor).
Septembre 2009	Tenue de l'assemblée publique de CBC/Radio Canada.

From: Bill Chambers
To: Hubert T Lacroix
CC: Kevin Payan; Martine Menard
Date: 7/24/2009 4:40 PM
Subject: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations
Attachments: Annual Public Meeting - Overview of Presentations

For your review. We can discuss, among other things at our meeting Tuesday.
Bill

From: Martine Menard
To: Bill Chambers
Date: 8/31/2009 12:31 PM
Subject: Fwd: Annual public meeting (APM) stats
Attachments: Annual public meeting (APM) stats

It's getting some expose on Big Red.....

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

From: Martine Menard
To: Louis Lalande
CC: Bill Chambers; Pascale Montminy
Date: 9/21/2009 11:02 AM
Subject: Fwd: Assemblée publique - Public Meeting
Attachments: AgendaAPM-Eng-Sept18.doc; Agenda APM-FR-Sept18.doc

Bonjour Louis - voici l'agenda pour l'Assemblée publique de mercredi. Francine Letourneau vient de nous confirmer que tu vas être sur place.....afin de remplacer Sylvain - est-ce bien cela?

Merci.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

>>> Martine Menard 21/09/2009 11:00 am >>>
Bonjour à tous,

Juste un petit rappel au sujet de notre première Assemblée publique annuelle qui aura lieu au studio 40, à Ottawa, le mercredi 23 septembre, entre 11 h et midi.

Vous trouverez ci-joint l'ordre du jour de la réunion.

Comme vous le savez, cette Assemblée est principalement une diffusion Web produite à cette fin. Nous nous attendons à ce que des membres du public soient présents dans le studio 40, mais la masse des participants sera en ligne. Jusqu'à présent, plus de 900 personnes des quatre coins du pays ainsi que de l'étranger se sont inscrites pour voir l'Assemblée en ligne et y participer; ce nombre comprend aussi les employés de CBC/Radio-Canada.

Nous vous saurions gré d'être présents à la réunion. Des sièges seront réservés à votre intention dans le studio 40. Vous ne serez pas assis sur l'estrade avec Hubert, Tim et Suzanne qui seront les principaux intervenants. Je voulais aussi vous confirmer que vous n'aurez pas de rôle à jouer pendant la réunion, à l'exception possible de Sylvain et de Richard à qui il est possible qu'on demande de participer à la séance de questions et réponses qui suivra les exposés. Ce sera Hubert qui décidera pendant la séance.

Si vous avez des questions ou des commentaires, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Merci.

Hello,

Just wanted to remind you that we are hosting our first Annual Public Meeting in Studio 40, Ottawa on Wednesday, September 23rd starting from 11:00 to noon.

Please find attached the agenda for this meeting.

As you are aware, this event is primarily a web event and is being produced as such. We are expecting members of the public will be in attendance in Studio 40 but the bulk of participants will be on-line. To date we have over 900 participants from across the country and abroad registered to view and participate on-line - this also includes CBC/Radio-Canada employees.

Your presence at the meeting would be appreciated. We will have seats reserved for you in Studio 40. You will not be seated on the platform along with Hubert, Tim and Suzanne who are the key presenters. Also just wanted to confirm that you will not have a role to play during the meeting with the possible exception of Sylvain and Richard. Both of you might

be asked to contribute to the Q & A session scheduled following the presentations. This will be determine by Hubert during the session.

Should you have questions or comments don't hesitate to contact me.

Thanks.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

Fwd Pour la réunion du Conseil - Proposition pour l'assemblée
From: Martine Menard
To: Shaun Poulter
CC: Bill Chambers
Date: 6/23/2009 11:22 AM
Subject: Fwd: Pour la réunion du Conseil - Proposition pour l'assemblée publique annuelle
Attachments: Plan-FR-June11.doc; Plan-June11-ENG.doc; Board cover page french final.doc;
Board cover english final.doc

FYI - our proposal is approved by the Board. First Public Meeting to be held in Ottawa, September 23rd.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

From: Pascale Montminy
To: LEFEBVRE, FRANCINE; MARTIN, KATHLEEN
CC: Chambers, Bill; Lachance, Helene; Martine Menard; Pascale Montminy
Date: 8/17/2009 9:58 AM
Subject: Fwd: Re: Assemblée publique annuelle - Invitation au Conseil et à l'ÉHD
Attachments: Invitation spéciale EHD_bil(PM-Aug17am).doc; Invitation spéciale Conseil_bil(PM-Aug17am).doc

Text approved by Francine Létourneau.

Francine - stp transmettre aux membres de l'ÉHD du compte d'Hubert (premier document joint).

Kathleen - please send second document to Board members from Mr. Casgrain's account.

Would appreciate a confirmation once this is done.

Thanks and regards,
Pascale

>>> Francine Letourneau 08/17/09 9:34 AM >>>
fine by me. f

>>> Pascale Montminy 8/17/2009 9:32 AM >>>
Salut Francine,

J'espère que tu vas bien! Je suis maintenant de retour et ça roule vite dans le dossier mentionné ci-haut!

Pour ton approbation stp, l'invitation d'Hubert à l'ÉHD pour l'assemblée publique annuelle du 23 septembre, de même que celle de M. Casgrain, à l'intention des membres du Conseil.

Si le tout te convient, j'aimerais que Francine Lefebvre transmettre à l'ÉHD du compte d'Hubert et que Kathleen fasse de même, du compte de M. Casgrain, pour le Conseil. Si tu as des questions, n'hésite pas à me joindre!

Au plaisir,

Pascale

Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale envoyée à l'équipe de la haute direction de CBC/Radio-Canada

Annual Public Meeting – Special invitation sent to CBC/Radio-Canada's Senior Executive Team

Objet : Assemblée publique annuelle – Invitation spéciale

Bonjour,

Je vous invite cordialement à la première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada, le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE). L'événement, tenu à la Maison de Radio-Canada à Ottawa, sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

Pour vous joindre à nous au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa, veuillez confirmer votre présence avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada

Subject: Annual Public Meeting – Special Invitation

Hello,

I cordially invite you to CBC/Radio-Canada first annual public meeting on Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET). The event, held at the Ottawa Broadcast Centre, will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008–2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

To join us in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre, please RSVP by September 10 to melanie.st-denis@CBC.ca.

Hubert T. Lacroix
President and CEO
CBC/Radio-Canada

**Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale envoyée aux membres
du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada**

Annual Public Meeting – Special invitation sent to Board members

Objet : Assemblée publique annuelle – Invitation spéciale

Bonjour,

Le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE), CBC/Radio-Canada tiendra sa première assemblée publique annuelle.

Je vous invite cordialement à être des nôtres au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa.

Hubert T. Lacroix, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

L'événement sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

RSVP avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Je vous y attends!

Tim W. Casgrain
Président du Conseil d'administration
CBC/Radio-Canada

Subject: Annual Public Meeting – Special Invitation

Hello,

On Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET), CBC/Radio-Canada will be holding its first annual public meeting.

I cordially invite you to join me in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre.

Hubert T. Lacroix, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008–2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

The event will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Please RSVP by September 10 to melanie.st-denis@CBC.ca.

I look forward to seeing you there!

Tim W. Casgrain
Chair, Board of Directors
CBC/Radio-Canada

From: Bill Chambers
To: Meg Angevine; Pierre Nollet
Date: 9/21/2009 10:51 AM
Subject: Fwd: Re: WEB PROMO BANNERS FOR CBC.CA AND RADIO-CANADA.CA (Annual Public Mtg)
Attachments: Skyscraper-aug19.jpg; bigbox-aug19.jpg; leaderboard-aug19.jpg

Pierre,
Est-ce que cela suffit à tes fins?
Bill

>>> Pascale Montminy 2009-09-21 10:40 >>>
Web banners for CBC.ca (since Aug. 24).

>>> Melanie ST-DENIS 08/19/09 2:30 PM >>>
Hi Tim,

You will find attached the promo banners for CBC.ca for publication on Aug. 24 to September 22.
Thank you very much, please let me know if there is any problems with the banners.

Melanie

>>> Pascale Montminy 8/19/2009 12:09 PM >>>
Bonjour à vous deux!

As previously discussed, we have developed Web banners to post on both CBC.ca and Radio-Canada.ca, from August 24 (next Monday) to September 22 evening.

A new one will be created for publication on Sept. 23 a.m., saying that our annual public meeting is "today".

Mélanie St-Denis is making final changes to them and will send them to you this afternoon.

If you have any questions, please feel free to contact one of us.

Many thanks in advance / Un gros merci d'avance,

Pascale

From: Bill Chambers
To: Brian Mitchell; Edna Turpin; Francine Letourneau; George C B Smith; ...
CC: Diane Ferguson; KATHLEEN MARTIN
Date: 9/2/2009 5:52 PM
Subject: INVITATION
Attachments: E-INVITE-Eng.pdf; E-INVITE-fr.pdf; Bill Chambers.VCF

The French text immediately follows the English.

Greetings,

As you know, our first Annual Public Meeting will be held on September 23, from 11:00 a.m. to 12:00 p.m. (ET). It will also be webcast live on our corporate site. You are obviously invited to attend in person and I would ask you to RSVP as soon as possible. Senior Executive Team members (SET), with the exception of Hubert and Suzanne Morris, will not have speaking roles at the meeting (although there could always be an off-the-wall question that requires your particular knowledge).

As part of our promotion to stakeholders we have produced an e-invite providing details about the Meeting. If you wish to inform/invite your key contacts to either participate in person or by webcast feel free to forward to them the attached invitation text (English or French). Please remember that everyone who wants to attend (in person or on the web) must pre-registrer. As well, seating is limited in Studio 40. Seats will be assigned on a first come first serve basis.

If you have any questions, do not hesitate to contact me.

Bill

Bonjour,

Comme vous le savez, notre première assemblée publique annuelle se tiendra le 23 septembre, de 11 h à 12 h (HE). Elle sera aussi webdiffusée en direct sur notre site institutionnel. Vous êtes bien sûr invité(e) à y assister en personne, et je vous demanderais de confirmer votre présence le plus rapidement possible. Les membres de l'Equipe de Haute Direction (EHD), à l'exception d'Hubert et de Suzanne Morris, n'auront pas à prendre la parole pendant cette rencontre (il se pourrait toutefois que votre collaboration soit requise pour répondre à des questions spécifiques).

Dans le cadre de la promotion que nous faisons de l'événement auprès de nos parties intéressées, nous avons produit une invitation en ligne qui donne tous les détails sur l'assemblée. Si vous souhaitez informer ou inviter vos interlocuteurs clés à participer, soit en personne soit par l'intermédiaire de la webdiffusion, n'hésitez pas à leur faire parvenir le texte de l'invitation ci-joint (en français ou en anglais). Rappelez-vous que toute personne souhaitant assister à l'assemblée (en personne ou sur le Web) doit s'inscrire au préalable. De même, les places étant limitées dans le studio 40, le principe du premier arrivé, premier servi s'appliquera.

Pour toute question, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Bill

W. B. Chambers
Vice-President, Brand, Communications and Corporate Affairs / Vice-président, Image de marque, Communications et affaires institutionnelles
CBC/Radio-Canada
tel. 613 288-6181
cell.
bill.chambers@cbc.ca

s.19(1)

Bonjour,

Le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE), CBC/Radio-Canada tiendra sa première assemblée publique annuelle.

Je vous invite cordialement à être des nôtres au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa.

Hubert T. Lacroix, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

L'événement sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

RSVP avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Je vous y attends!

Tim W. Casgrain
Président du Conseil d'administration
CBC/Radio-Canada

Hello,

On Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET), CBC/Radio-Canada will be holding its first annual public meeting.

I cordially invite you to join me in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre.

Hubert T. Lacroix, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008–2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

The event will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Please RSVP by September 10 to melanie.st-denis@CBC.ca.

I look forward to seeing you there!

Tim W. Casgrain

Chair, Board of Directors
CBC/Radio-Canada

Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale envoyée à l'équipe de la haute direction de CBC/Radio-Canada

Annual Public Meeting – Special invitation sent to CBC/Radio-Canada's Senior Executive Team

Objet : Assemblée publique annuelle – Invitation spéciale

Bonjour,

Je vous invite cordialement à la première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada, le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE). L'événement, tenu à la Maison de Radio-Canada à Ottawa, sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

Pour vous joindre à nous au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa, veuillez confirmer votre présence avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada

Subject: Annual Public Meeting – Special Invitation

Hello,

I cordially invite you to CBC/Radio-Canada first annual public meeting on Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET). The event, held at the Ottawa Broadcast Centre, will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008–2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

To join us in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre, please RSVP by September 10 to melanie.st-denis@CBC.ca.

Hubert T. Lacroix
President and CEO
CBC/Radio-Canada

The French text immediately follows the English.

Greetings,

As you know, our first Annual Public Meeting will be held on September 23, from 11:00 a.m. to 12:00 p.m. (ET). It will also be webcast live on our corporate site. You are obviously invited to attend in person and I would ask you to RSVP as soon as possible. SET members will have no role to play during this Meeting. Nevertheless, we might as required, direct specific questions to you during the Questions and Answers period scheduled at the end of the Meeting.

As part of our promotion to stakeholders we have produced an e-invite providing details about the Meeting. If you wish to inform/invite your key contacts to either participate in person or by webcast feel free to forward to them the attached invitation text (English or French). Please remember that everyone who wants to attend (in person or on the web) must pre-register. As well, seating is limited in Studio 40. Seats will be assigned on a first come first serve basis.

If you have any questions, do not hesitate to contact me.

Bill

Bonjour,

Comme vous le savez, notre première assemblée publique annuelle se tiendra le 23 septembre, de 11 h à 12 h (HE). Elle sera aussi webdiffusée en direct sur notre site institutionnel. Vous êtes bien sûr invité(e) à y assister en personne, et je vous demanderais de confirmer votre présence le plus rapidement possible. Les membres de l'EHD n'auront aucun rôle à jouer pendant cette rencontre. Toutefois, nous pourrions au besoin vous adresser des questions précises pendant la période de questions et réponses à l'issue de l'assemblée.

Dans le cadre de la promotion que nous faisons de l'événement auprès de nos parties intéressées, nous avons produit une invitation en ligne qui donne tous les détails sur l'assemblée. Si vous souhaitez informer ou inviter vos interlocuteurs clés à participer, soit en personne soit par l'intermédiaire de la webdiffusion, n'hésitez pas à leur faire parvenir le texte de l'invitation ci-joint (en français ou en anglais). Rappelez-vous que toute personne souhaitant assister à l'assemblée (en personne ou sur le Web) doit s'inscrire au préalable. De même, les places étant limitées dans le studio 40, le principe du premier arrivé, premier servi s'appliquera.

Pour toute question, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Bill

**Pages 142 to / à 144
are withheld pursuant to sections
sont retenues en vertu des articles**

21(1)(b), 21(1)(a)

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**

Assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada

Rappels pour l'édition 2010

- Planification à commencer dès le début du nouvel exercice fiscal de sorte que la proposition soit présentée et approuvée par le Conseil à sa réunion de mai – une proposition claire avec des objectifs clairs qui ne changeront pas en cours de route

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Page 146

**is withheld pursuant to sections
est retenue en vertu des articles**

21(1)(b), 21(1)(a)

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**

From: Pascale Montminy
To: Chambers, Bill; Martine Menard
Date: 7/16/2009 3:37 PM
Subject: Plan marketing révisé pour M. Casgrain

Pour faire suite à notre discussion, le plan a été ajusté.

s.18(a)

J'espère le tout satisfaisant,
Pascale

s.21(1)(a)

CC: Lachance, Helene; Melanie ST-DENIS

s.21(1)(b)

From: Hubert T Lacroix
To: Bill Chambers, Martine Menard, Pascale Montminy, Maryse Bertrand
Date: 11/18/2009 2:40 PM
Subject: Re: Board Committee discussion of Annual Public Meeting

Bill,

Great summary. One thing: on the

Cheers.

-----Original Message-----

From: Bill Chambers
Cc: Meg Angevine <Meg.Angevine@CBC.CA>
To: Martine Menard <Martine.Menard@CBC.CA>
To: Hubert T Lacroix <ht.lacroix@CBC.CA>
To: Pascale Montminy <Pascale.Montminy@RADIO-CANADA.CA>
Cc: Helene Lachance <Helene.Lachance@RADIO-CANADA.CA>
To: Maryse Bertrand <Maryse.Bertrand@RADIO-CANADA.CA>

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Sent: 18/11/2009 12:49:36 PM
Subject: Board Committee discussion of Annual Public Meeting

Here is my debrief on the Board Committee's discussion of the APM. For those in attendance please confirm this captures it. For those who didn't, this is our planning direction. Maryse or Meg, please let us know when the Committee has reported to the Board and we can start putting plans in place.

First, general approval of how the first meeting went. Appreciation for the job done and the outcome. Thanks for you work.

For next time:

They agree that:

Give a call if you need any clarification.
Bill

CC: Meg Angevine, Helene Lachance

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

From: Pascale Montminy
To: Chambers, Bill; Martine Menard
CC: Lachance, Helene; Melanie ST-DENIS
Date: 7/16/2009 3:37 PM
Subject: Plan marketing révisé pour M. Casgrain
Attachments: APM-MrkgPlan-July16_ENG.doc

Pour faire suite à notre discussion, le plan a été ajusté.

J'espère le tout satisfaisant,
Pascale

s.21(1)(a)

s.18(a)

s.21(1)(b)

ASSEMBLÉE PUBLIQUE ANNUELLE

Date : le 11 juin 2009

Ébauche n° : 3

Préparé par : Communications institutionnelles

Aperçu

La première partie de ce document présente un aperçu des exigences relatives aux assemblées publiques annuelles et propose une démarche pour l'assemblée inaugurale de l'automne 2009. Si notre démarche est approuvée, on élaborera un plan de projet détaillé pour gérer le déroulement de cette première assemblée. Le format des assemblées publiques ultérieures sera élaboré en fonction de l'évaluation faite à la suite de cette première assemblée publique.

Contexte

Le gouvernement du Canada traite de la nécessité pour toutes les sociétés d'État de tenir une assemblée publique annuelle dans le document *Examen du cadre de gouvernance des sociétés d'État canadiennes – Répondre aux attentes des Canadiens et des Canadiennes* (17 février 2005).

Dans la *Loi d'exécution du budget de 2009*, le Conseil du Trésor a inclus une modification concernant l'examen de la gouvernance pour les assemblées publiques annuelles. Les sociétés d'État doivent désormais tenir des assemblées publiques tous les ans pour que le public ait la possibilité d'en apprendre plus sur le mandat et les activités des sociétés d'État. Les détails quant au moment et à la manière de les organiser sont déterminés dans les règlements administratifs ou par le Conseil d'administration.

Objectifs des assemblées publiques

En plus de répondre aux exigences du Conseil du Trésor du Canada quant à la tenue d'assemblées publiques annuelles, cette initiative s'inscrit dans les objectifs de CBC/Radio-Canada en matière d'activités publiques consistant à :

- fournir de l'information sur l'orientation et les activités de CBC/Radio-Canada;
- obtenir des réactions de la part du public quant à nos réalisations;
- offrir aux Canadiens la possibilité de poser des questions.

Auditoires ciblés

- Canadiens
- Tierces parties intéressées

Lignes directrices

Les assemblées publiques annuelles de CBC/Radio-Canada devraient :

- transmettre au public un message de transparence, de responsabilisation et d'accessibilité;
- être ouvertes à tous les membres du public et être aussi inclusives que possible;
- être bilingues pour que les gens puissent y participer dans la langue officielle de leur choix;
- être présidées par le président du Conseil d'administration et dirigées par le président-directeur général;
- être suivies d'une période de questions;
- permettre des interactions entre le public et les membres du Conseil et la haute direction.

Étant donné l'ampleur du mandat et la zone de couverture de CBC/Radio-Canada, celle-ci devrait organiser plus d'une assemblée par année et/ou utiliser des moyens technologiques permettant d'étendre sa portée.

Les allocutions/présentations devraient porter sur les orientations stratégiques et les priorités de la Société.

Dans la mesure du possible, la tenue de ces assemblées au sein-même de nos installations devrait être privilégiée, question d'accroître encore une fois notre transparence, de présenter plus concrètement qui nous sommes et ce que nous faisons, et de minimiser les coûts. Ceci dit, certaines de nos installations n'offrent pas de salle suffisamment grande pour la tenue de telles assemblées; de plus, leurs studios sont habituellement réservés à des activités de programmation.

Proposition pour 2009

La toute première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada devrait se tenir dans nos installations, en septembre.

Structure proposée pour l'assemblée

Première partie animée par MC – une personnalité bilingue de la Société

1. Mots de bienvenue et introduction par le président du Conseil d'administration
 - Présentation des administrateurs
 - Gouvernance
2. Aperçu de la Société par le président-directeur général
 - Vidéo
 - Orientation stratégique et priorités
 - Réalisations et points saillants
 - Annonce potentielle à faire
3. Aperçu financier par la vice-présidente et CDF
4. Périodes de questions

Seconde partie

5. Période d'interaction informelle entre le public et les administrateurs / membres de la haute direction / personnalités en ondes

Information additionnelle

- La première partie de l'assemblée, incluant la diffusion de la vidéo, sera présentée en direct sur le site Web institutionnel de la Société, et demeurera disponible par la suite sur demande, toujours sur le site institutionnel;
- Pour permettre une participation accrue, le public sera invité à soumettre ses questions à l'avance par courriel; quelques-unes pourront être retenues pour la période de questions, et les réponses à celles les plus fréquemment posées pourront être affichées ultérieurement sur le site Web institutionnel.

Considérations pour septembre 2009

- Les Communes ne recommençant à siéger que le 21 septembre, il est possible que notre Rapport annuel 2008-2009 ne soit pas encore public lors de notre assemblée;
- Le nouveau site Web institutionnel ayant été lancé au cours de l'été, cet événement nous permettra d'en faire la promotion;
- Le lancement de saison des Services français étant prévu à la fin d'août, le public aura eu l'occasion, quelques semaines avant notre assemblée, de rencontrer ses personnalités en ondes;
- Du côté des Services anglais, le lancement de saison étant prévu le 5 octobre (pas d'événement public, que de la promotion), on nous garantit la présence de personnalités régionales (Ottawa);
- Il est possible qu'une élection fédérale soit déclenchée à l'automne.

Promotion de l'assemblée

- Publicité dans les quotidiens régionaux (un mois avant et le samedi précédant l'assemblée);
- Sur nos trois principaux sites Web;
- En ondes, par le biais de nos émissions régionales;
- Sur des médias sociaux tels Twitter et Facebook.

Les médias sociaux seront d'ailleurs utilisés pour amorcer la discussion – pendant l'assemblée – avec les Canadiens et l'approfondir par la suite.

Recommandation – Assemblée tenue au Studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa

Le mercredi 23 septembre, de 10 h à 11 h 30, au studio 40, Maison de Radio-Canada à Ottawa

Format :

- 10 h à 11 h : Présentation / partie officielle;
- 11 h à 11 h 30 : Interaction informelle avec nos personnalités en ondes / visites de la salle des nouvelles;
- Partie officielle filmée (deux caméras et salle de contrôle) pour diffusion en direct sur le site Web institutionnel et sur demande par la suite;
- Aménagement simple du studio : podium à l'avant avec écran plasma derrière pour diffusion de la vidéo et présentations Power Point;
- Deux micros de chaque côté de la salle pour les questions/commentaires du public.

Nous étudions présentement la possibilité d'offrir, pour toute la première partie, incluant la période de questions, la traduction simultanée aux personnes présentes dans la salle, de même qu'en direct sur le Web. Si cette possibilité était rejetée, il est toutefois clair que l'ordre du jour, les allocutions et les présentations seront disponibles dans les deux langues (sur place et sur le site Web institutionnel) et que le public sera invité à s'exprimer dans la langue de son choix.

Avantages:

- Tous les membres du Conseil sont en réunion à Ottawa la veille et l'avant-veille;
- Tenir notre assemblée publique annuelle au sein même de nos installations projette une image cohérente avec les messages transmis lors de l'assemblée;
- Production interne de haute qualité garantie - look studio professionnel, éclairage professionnel, etc.
- Minimise les coûts - nous contrôlons entièrement la logistique et la technique sur place;
- Facilite la rencontre du public avec les personnalités en ondes puisqu'elles sont sur les lieux de leur travail;
- Permet d'offrir des visites guidées de la salle des nouvelles lors de la période d'interaction informelle – opportunité concrète de voir qui nous sommes et ce que nous faisons (transparence);
- Facilite la captation et la diffusion audio-vidéo sur le Web - on peut facilement faire des tests au niveau de la technologie au préalable;
- Si la salle n'est pas comble, on peut facilement inviter des employés à y venir.

Inconvénients:

- La capacité du studio 40 étant de 80 places assises (normes de sécurité), l'assemblée se tiendra en milieu de matinée (participation prévue moindre à ce moment de la journée);
- Les membres du Conseil qui désirent assister à l'activité devront rester une journée supplémentaire à Ottawa.

En somme, et compte tenu :

- de la situation financière de la Société et de son impact sur les employés et la programmation;
- que la Société (et la façon dont elle est gérée) est constamment sur la sellette;
- qu'il s'agit de notre première assemblée publique et qu'il est souhaitable que l'on en contrôle le plus grand nombre d'éléments possibles;
- que l'on veut atteindre les objectifs de cet exercice de façon responsable;
- que l'on souhaite être transparent et accessible;
- que l'on veut montrer concrètement au public qui nous sommes et ce que nous faisons;
- que la réunion du Conseil se tient à Ottawa les 21 et 22 septembre et qu'on souhaite la participation des administrateurs;
- qu'il sera plus facile pour des animateurs régionaux de venir rencontrer le public;
- que l'on désire utiliser les services d'une équipe technique interne et offrir une diffusion Web de grande qualité;

on croit qu'il est préférable de tenir la première assemblée annuelle publique de CBC/Radio-Canada au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa, le mercredi 23 septembre, de 10 h à 11 h 30.

Prochaines étapes

Juin	Développement d'un budget détaillé
22-23 juin	Présentation de la proposition révisée au Conseil d'administration / Approbation
Juin	Élaboration d'un plan stratégique détaillé / scénario / contenu des présentations / production de la vidéo / logistique
Août	Publication de l'avis public de l'assemblée 30 jours à l'avance (quotidiens régionaux, promotion en ondes – émissions régionales, sites Web)
19 septembre	Cueillette des questions proposées en lignes par le public
21 septembre	Rappel de l'avis public dans les quotidiens régionaux Tenue de l'assemblée publique de CBC/Radio Canada Évaluation

Évaluation et proposition pour les assemblées ultérieures

Le format des assemblées publiques ultérieures, pour 2009-2010, sera élaboré en fonction de l'évaluation faite à la suite de l'exercice de la première assemblée.

La diffusion sur le Web ne sera pas nécessaire pour les autres assemblées puisque l'assemblée inaugurale de septembre 2009 demeurera disponible sur demande sur le site institutionnel. Après la tenue d'un premier exercice à Ottawa, des assemblées ultérieures pourraient se tenir dans un centre essentiellement anglophone, dans un centre essentiellement francophone, et dans un centre plutôt bilingue.

Les villes et dates suivantes sont proposées, pour considération :

- Vancouver¹ – fin octobre - début novembre 2009
- Winnipeg – mi-février 2010
- Moncton – mi-mars 2010

¹ Peu après l'inauguration officielle de nos nouvelles installations, avant la folie des JO.

ANNUAL PUBLIC MEETING

Date: June 11, 2009
Prepared By: Corporate Communications

Draft Number: 3

Overview

The first part of this document provides an overview of the Annual Public Meeting requirement and proposes an approach for an inaugural meeting in the fall of 2009. If approved, a detailed project plan will then be developed to manage execution of this initial meeting. The format of future public meetings will be based on the post-mortem of the first one.

Background

The Government of Canada addresses the need for each Crown corporation to hold an annual public meeting in its *Review of the Governance Framework for Canada's Crown Corporations – Meeting the Expectations of Canadians* (February 17, 2005).

In its *Budget Implementation Act 2009*, the Treasury Board Secretariat includes a governance review amendment to Annual Public Meetings. Crown Corporations are now required to hold public meetings annually to provide the public with an opportunity to learn more about the Crown corporation's mandate and operations. Details of when and how meetings will be held are determined by by-laws or by the Board.

Public Meeting Objectives

Beyond responding to the Treasury Board of Canada's requirement to hold annual public meetings, this initiative supports CBC/Radio-Canada's outreach objectives by:

- providing information on CBC/Radio-Canada's direction and activities;
- soliciting feedback from the public on performance;
- providing the opportunity for Canadians to ask questions.

Target Audiences

- Canadians
- Interested third parties

Guidelines

CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting should:

- convey to the public a message of transparency, accountability and accessibility;
- be open to all members of the public, and be as inclusive as possible;
- be bilingual to allow participation in the official language of people's choice;
- be chaired by the Chair of the Board, and led by the President and CEO;
- be followed by an open question and answer period;
- allow for interaction between the public and Board members / senior executives.

Given the breadth of CBC/Radio-Canada's mandate and footprint, the Corporation might choose to consider having more than one meeting in a given year and/or use technological means to expand its reach.

The speeches/presentations should deal with the Corporation's priorities and strategic directions.

We should try to hold these meetings on our premises wherever possible, so that we can be even more transparent, provide a clearer picture of who we are and what we do, and minimize costs. That said, some of our facilities lack a room large enough to accommodate meetings of this kind; plus, their studios are usually booked for programming activities.

Proposal for 2009

The very first CBC/Radio-Canada Annual Public Meeting should be hosted on our premises in September.

Proposed meeting structure

First part hosted by MC – a bilingual on-air personality from the Corporation

1. Welcome remarks and introduction by the Chair of the Board of Directors
 - Introduce board members
 - Governance
2. Corporate overview by the President and CEO
 - Video
 - Priorities and strategic directions
 - Performance and highlights
 - Potential announcement to make
3. Financial overview by the Vice-President and CFO
4. Question and answer period

Second part

5. Meet-and-greet where the public can mingle with directors / senior executives / on-air personalities

Additional information

- The first part of the meeting, including the video screening, will be presented live on the Corporation website and remain available on-demand after the event.
- To encourage greater attendance, the public will be invited to submit questions ahead of time by email; a few could be chosen for the question period, and the answers to the most frequently asked ones could be posted on the corporate website at a later date.

Considerations for September 2009

- Because the House of Commons only resumes sitting on September 21, our 2008–09 Annual Report may not be released in time for the meeting.
- With the new corporate website being launched over the summer, this event will be an opportunity to promote it.
- Because the French Services season launch is slated for August, the public will have had the chance to meet Radio-Canada on-air personalities a few weeks before the meeting.
- With the English Services launch scheduled for October 5 (no public event, just promotion), its regional personalities (Ottawa) are guaranteed to be on hand.
- A federal election could be declared in the fall.

Meeting promotion

- Ads in regional dailies (one month before and the Saturday preceding the meeting)
- On our three main websites
- On air, in our regional schedule
- On social media such as Twitter and Facebook

Social media will also be used to engage and deepen the discussion with Canadians, during and following the meeting.

Recommendation – Meeting Held in Ottawa Broadcast Centre’s Studio 40

Wednesday, September 23, from 10 to 11:30 a.m., in Studio 40, Ottawa Broadcast Centre

Format:

- 10–11 a.m.: Presentation / official part
- 11–11:30 a.m.: Meet-and-greet with on-air personalities / newsroom tours
- Official part recorded (two cameras and control room) for live webcast on the corporate site and on-demand access after the event.
- Basic studio configuration: podium at front with plasma screen backdrop for projection of the video and PowerPoint presentations
- Two microphones on either side of the room for public questions/comments
- We are currently examining the possibility of providing, during the entire first part (including the question period), simultaneous interpretation for everyone attending the event or watching it live on the Web. If this option is rejected, it goes without saying that the agenda, speeches and presentations will be available in both languages (on site and on the corporate website) and that audience members will be allowed to speak in their language of choice.

Benefits:

- All Board members will be meeting in Ottawa on the two days preceding the meeting.
- Holding our annual public meeting in our own facilities projects an image consistent with the messages conveyed during the meeting.
- High-quality, in-house production will be guaranteed: professional-looking studio, professional lighting, etc.
- Cost savings: we fully control the on-site logistics and technical setup.
- Makes it easier to arrange the meet-and-greet with on-air personalities because they will be at their workplace.
- Allows us to offer guided tours of the newsroom during the meet-and-greet: an opportunity for people to see for themselves who we are and what we do (transparency).
- Makes it easier to record and webcast audio/video; we can easily test out the technical setup beforehand.
- If the room isn’t full, we can easily invite employees to attend.

Drawbacks:

- Because Studio 40 has a seating capacity of 80 (safety standards), the meeting would have to be held in mid-morning (lower attendance expected at this time of day).
- Board members wanting to attend would have to stay an extra day in Ottawa.

Given:

- the Corporation's financial situation and its impact on staff and programming;
- that the Corporation (and the way it's managed) is constantly under fire;
- that it's our first public meeting and that we'd like to control as many variables as possible;
- that we want to achieve the objectives of this exercise as responsibly as possible;
- that we want to be transparent and accessible;
- that we want to provide the public with a clear picture of who we are and what we do;
- that the Board meeting is being held September 21–22 in Ottawa and that we'd like directors to attend;
- that it would be easier for regional hosts to meet with the public;
- that we'd like to use an in-house technical team and produce a quality webcast;

We feel it's entirely appropriate that CBC/Radio-Canada hold its first annual public meeting in the **Ottawa Broadcast Centre's Studio 40, on Wednesday, September 23, from 10 to 11:30 a.m.**

Next Steps

June	Draw up itemized budget.
June 22–23	Present revised proposal to the Board of Directors and obtain approval.
June	Develop a detailed strategic plan / script / presentation content / video production / logistics.
August	Issue public notice of meeting 30 days in advance (regional dailies, on-air promotion – regional shows, websites).
September 19	Gather questions submitted online by the public.
September 21	Issue reminder of public notice in regional dailies. Host CBC/Radio Canada's annual public meeting. Conduct a post-mortem.

Post-Mortem and Proposal for Subsequent Meetings

The format of subsequent meetings, for 2009–10, will be based on the post-mortem of the initial one.

Webcasting will not be required for the other meetings, because the inaugural September 2009 meeting will remain available on demand on the corporate website.

After the first meeting in Ottawa, subsequent ones could be hosted in a predominantly English-speaking, French-speaking or bilingual centre.

The following cities and dates are proposed for consideration:

- Vancouver¹ – Late October / early November 2009
- Winnipeg – Mid-February 2010
- Moncton – Mid-March 2010

¹ Shortly after the official inauguration of our new facilities, before the Olympic rush.

Proposal - Annual Public Meeting

From: Martine Menard
To: Bill Chambers
CC: Helene Lachance; Lynn Hupe; Pascale Montminy; Tanya Chamberot
Date: 6/3/2009 1:47 PM
Subject: Proposal - Annual Public Meeting
Attachments: Plan-FR-June3_11h40.doc

Hey,

Please find attached above-mentioned - this was drafted further to the conference call we had with HTI and Tim

A few things we would like to bring your attention to - I've identified them in bold in attached document.

Also, at our meeting, Chair said he wanted to have this Meeting on the Monday or Thursday of the week of September 21st. Keeping in mind that the Board Meeting will be on Monday, May 21st and Tuesday, May 22nd...we have submitted a number of options re: dates - and times - some that differ from what was discussed during our conference call.

I think its important that we review with you by phone - you will probably have questions - comments and what not. We need to be able to explain to you our rationale for some of these options.

So - Lynn - Tanya - could you guys pull our schedules together for this discussion. This will have to take place tomorrow or early next week if possible. Since we just cancelled our stakeholder meeting for tomorrow - wondering if that window could be kept opened for us to discuss.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

s.19(1)
s.21(1)(a)
s.21(1)(b)

From: Bill Chambers
To: Martine Menard
Date: 6/9/2009 5:11 PM
Subject: Public Meeting.

Thanks,
Bill

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

From: Marco Dube
To: Pascale Montminy
CC: ANGUS MCKINNON; Bill Chambers; Kevin Payan; Martine Menard
Date: 9/18/2009 2:41 PM
Subject: Q&A - Final package - September 18
Attachments: Q&A-APM-te-clean-18sept09.doc; Q&R-Assemblée publique-Sept.18-09-tf.doc; Q&A-ADDITIONS-te-clean-18sept09.doc; Q&R-AJOUTS-18sept09-tf.doc

Salut Pascale,

Voici les documents de breffage.

Tu trouveras les deux Q&A complets, datés du 18 septembre. Ils n'ont reçus que des modifications **mineures** par rapport à ceux envoyés le 16 septembre et qui ont déjà circulé. (Ces documents comprennent deux sections particulières sur la question du (1)"value for signal" et le (2)Local TV Matters.)

Et tu trouveras deux ajouts - qui comprennent de nouveaux enjeux, signalés cette semaine.

Merci.

Marco Dubé
Directeur, Relations avec les médias et gestion des enjeux/
Director, Media Relations and Issues Management
Communications institutionnelles/Corporate Communications
CBC-Radio-Canada

s.19(1)

613 288 6039
(cell.)

Que veut dire DMR et pourquoi ce chiffre est-il si élevé? *Réponse*

courte : DMR est l'abréviation de « délai moyen de recouvrement » des créances. Ce chiffre est obtenu en comparant les ventes des trois derniers mois aux comptes débiteurs impayés. Généralement, lorsque le chiffre de ventes est faible, le DMR est élevé, et inversement.

Réponse longue : Il existe plusieurs façons de calculer le DMR. CBC/Radio-Canada compare le chiffre des ventes des trois derniers mois au total des comptes débiteurs figurant dans le grand livre, puis compare le résultat au nombre de jours compris dans les trois mois. Si le chiffre de ventes des trois mois est plus élevé que le total des comptes débiteurs figurant dans le grand livre, on ajoute des jours au nombre de jours compris dans les trois mois. Si, au contraire, le chiffre de ventes est inférieur au total des comptes débiteurs du grand livre, on soustrait des jours du nombre de jours compris dans les trois mois.

Regardons, par exemple, le mois d'août :

Les ventes réalisées en juin, juillet et août totalisent 28,1 M\$. À la fin d'août, le solde des comptes débiteurs inscrits au grand livre était de 38,5 M\$, incluant les produits à recevoir correspondant aux ventes du mois d'août. Nous ajoutons 9,4 M\$ au chiffre de ventes pour combler l'écart entre le chiffre de ventes des trois mois et le total des comptes débiteurs du grand livre. Les mois de juin, juillet et août comptent 92 jours. À ce nombre, il faut ajouter 18,3 jours pour tenir compte de l'addition de 9,4 M\$. Le DMR est donc de 110,3 jours. C'est strictement un calcul mathématique. Un chiffre de ventes faible a généralement pour effet d'augmenter le DMR, et à l'inverse, un chiffre de ventes élevé abaisse le DMR.

Plus de détails sur les revenus reportés. La diminution des revenus reportés (à long terme) est principalement attribuable à la convention d'affiliation et à la convention d'option d'achat d'actifs conclues entre CBC/Radio-Canada et Stingray Digital Group Inc. (l'« acquéreur »). Le 31 mars 2009, la Société a transféré les actifs de Galaxie, ce qui inclut tous les actifs corporels et certains actifs incorporels, mais qui exclue des contrats lucratifs passés entre Galaxie et des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui n'ont pas été cédés à l'acquéreur.

Tant que les contrats lucratifs ne sont pas cédés à l'acquéreur, la Société continue d'assumer les risques contractuels et, en conséquence, elle reporte encore les revenus tirés de ces contrats à l'aide de la méthode des unités de revenu. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2009, la Société a constaté des revenus de 34,4 millions de dollars au poste Revenus hors exploitation de l'état consolidé des résultats.

Voudriez-vous expliquer l'origine du déficit au poste Bénéfices non répartis du bilan? Le déficit est constitué du passif contracté par la Société qui n'a pas encore été financé par les crédits parlementaires ou par des revenus d'autres provenances. Une large partie du déficit est constituée d'avantages sociaux futurs (essentiellement des charges au titre des prestations de retraite et des indemnités de cessation d'emploi) qui n'ont pas été financés et qui le seront par des crédits parlementaires lorsque la Société versera les prestations ou indemnités correspondantes.

Quelle est la raison d'être du Broadcast Center Trust? Le Trust loue, en vertu d'un bail à long terme passé avec la Société, le terrain sur lequel est érigé le Centre canadien de radiodiffusion. Pour financer la construction de l'immeuble, le Trust a émis, le 30 janvier 1997, des obligations à hauteur de 400 millions de dollars qui sont garanties par les loyers que lui verse la Société pour les locaux occupés par son personnel. Le loyer comprend le capital et les intérêts sur les obligations, tous les autres paiements sur les obligations ainsi que la totalité des charges d'exploitation et du passif du Trust.

D'où provient la dette obligataire? De par sa relation avec le Broadcast Centre Trust, la Société offre en garantie de la dette obligataire les loyers qu'elle verse pour les locaux occupés par son personnel à Toronto. La Société est considérée comme le principal bénéficiaire du Trust et, en conséquence, elle comptabilise les résultats financiers du Trust dans ses livres.

Pourquoi le fonds effectif est-il négatif? voir la réponse à la question sur le déficit des bénéfices non répartis.

Les Services anglais font-ils de l'argent grâce à la diffusion des matchs de hockey, de Jeopardy et de Wheel of Fortune? Les matchs de hockey, Jeopardy et Wheel of Fortune sont des émissions névralgiques sur le plan commercial. Nous ne pouvons donner d'information financière à leur sujet. Nous avons acquis les droits de diffusion de ces émissions dans le but de disposer d'une marge bénéficiaire positive à réinvestir dans la programmation canadienne. Dans la présente conjoncture économique difficile, nous surveillons de près la tenue de ces émissions.

Les revenus de CBC/Radio-Canada sont à la hausse alors que ceux du secteur enregistrent une baisse de 8 % à 10 %. Pourquoi? Même si les revenus publicitaires totaux étaient supérieurs en 2008-2009 par rapport à ceux de 2007-2008, ils ont en fait accusé une baisse, en glissement annuel, après exclusion des revenus ponctuels provenant de la couverture des Jeux olympiques de Pékin. En outre, si l'on compare les revenus réels aux revenus prévus, les revenus publicitaires ont régressé de 65 millions de dollars.

**Major Issues Facing CBC/Radio-Canada
Briefing Document – Annual Public Meeting**

Date: September 13, 2009

Prepared by: Corporate Communications

Subject: This document presents, in Q&A format, our position on all of the key issues currently facing CBC/Radio-Canada.

Main Narrative:

We faced a major paradox last year: just as we were achieving unprecedented successes on all our platforms, we found ourselves up against a serious financial crisis. Today our financial situation is still cause for concern; but this won't stop us from advancing our strategic objectives so that we remain a relevant public broadcaster in a rapidly changing environment.

You can't cut \$171 million without it having an impact, but we're doing everything we can to keep it from undermining the quality of our programming.

Questions about our overall financial situation:

Q – What is the situation with your workforce adjustment?

A – The workforce adjustment plan will be completed by the end of September. In March 2009, we announced that 800 positions would be eliminated this year to help CBC/Radio-Canada deal with its \$171 million dollar shortfall. The relative success of the Voluntarily Retirement Incentive Program, to which 300 people participated, helped CBC/Radio-Canada reduce the number of people that will have to be laid off this year.

Despite this difficult financial situation, we're advancing our strategic objectives and doing everything we can to deliver a varied range of relevant programming. When you have to absorb a \$171 million shortfall, it's inevitably going to show. But we're doing everything in our power to minimize the impact on our program quality.

Q – How do you explain your \$171 million shortfall and the need to eliminate 800 positions?

A – CBC/Radio-Canada's shortfall for 2009–10 is substantial: \$171 million, or 10% of our overall budget. The shortfall can be attributed to a number of factors including a drop in ad revenues, other financial pressures such as salary increases that are only partially funded by Treasury Board and costs related to aging infrastructure, as well as a continued rise in programming expenses.

The only way to avoid job cuts would have been for the Corporation to receive new, additional and permanent funding. Since additional funding wasn't in the cards, particularly in this Canada-wide financial context, CBC/Radio-Canada did not ask for it. Instead, it asked for bridge financing and built a plan to demonstrate that the loan could be reimbursed over a five to seven-year horizon, based on conservative and thus

achievable revenue projections. CBC/Radio-Canada was not granted this bridge financing. Therefore, the Corporation has reduced its costs through staff and programming reductions, and started the process of selling \$125 million worth of assets to cover the remainder of its shortfall and to pay for severances and retirement incentives.

Q – What’s the status of the asset sales?

A – It is taking longer than expected to get approval for approve our asset sales, but we’re still confident that this approval will be forthcoming by the end of the year.

Q – What’s happening with the Strategic Review?

A – We take part in the Strategic Review, but we will not speculate on the outcome of this process, which will be made public with the 2010–11 budget. We fully expect that, given our arm’s-length relationship to the Government, the terms set out in both the *Broadcasting Act* and our Conditions of Licence will be respected during this review. The approach we’re taking throughout this process is respectful of the arm’s length principle and consistent with practices established during previous Government exercises in which CBC/Radio-Canada has participated.

Q – Is the current Government really providing “record” funding to CBC/Radio-Canada?

A – The parliamentary appropriations allocated to CBC/Radio-Canada have remained stable for the past 10 years at just over \$1 billion annually. In 2008–09, CBC/Radio-Canada received \$1,171 billion, which is the highest amount it has ever received, in nominal dollars (unadjusted to inflation), and exactly the same it received in 1995–96. When taking inflation into account, however, CBC/Radio-Canada’s overall funding has in fact been steadily shrinking for quite some time. Last year, the Corporation received close to \$400 million (in constant 2008 dollars) less than it did in 1990, when its mandate was last reviewed. Moreover, this funding, including the one-time additional \$60 million, is not guaranteed from one year to the next.

Q – How can you pretend to be deeply rooted in the regions when you take into account the cuts to specific regions, including French Services in Windsor?

A – Being deeply rooted in the regions is a key component of CBC/Radio-Canada’s strategic plan. That’s why the Corporation has opted not to close any regional stations despite the financial difficulties it is facing. But given the scope of our financial crisis, the majority of stations have been and will be affected, in one way or another. Still, reductions to regional stations are proportionally smaller than the ones we are making to the Corporation as a whole. As a matter of fact, when it appeared that our year-end results would be slightly better (by a few million dollars) than anticipated and that this would provide us with a bit of flexibility, we decided to keep our CBC Radio presence in Thompson and La Ronge.

In Windsor, we had to make some tough decisions that have resulted in some job loss and service reduction in the immediate term. The decision was to transform our French language station in Windsor into a production centre, based on a service model similar to ones implemented in other provinces such as Saskatchewan and Alberta. Essentially, we keep reporters in Windsor that will produce local interviews and stories aired during timeslots reserved for Windsor or on regional shows broadcast out of Toronto. It’s a

proven model that works well and we are confident that we have the resources to make sure that people from Windsor will recognize themselves in the regional and national programming that will continue to be provided to them.

Q – Where did you get the money to pay for the Eastern Townships Broadcast Centre?

A – The inauguration of our Eastern Townships station has been part of our strategic plan for many years. What we essentially did in the Eastern Townships was to stop paying Cogeco to carry our programming so that we could repatriate the advertising revenues in the region. Plus, in setting up a state-of-the-art production centre, we changed the way we work and are better able to control our production costs. By consolidating all of our services under one roof, right in the heart of the Eastern Townships, we're now better rooted in this region and operationally more effective. The Eastern Townships Broadcast Centre is a living example of what we're moving toward as an organization.

Questions about regulatory issues:

Q – Can CBC/Radio-Canada afford the digital transition?

A – The digital transition is one of the regulatory challenges CBC/Radio-Canada is facing. The digital transition is scheduled to take effect on August 31, 2011. The broadcasting industry is in agreement that recreating the existing transmission infrastructure is not economically viable given the shift in viewing habits: only an estimated seven per cent of Canadians will receive their television signal from the over-the-air system come August 2011. CBC/Radio-Canada currently operates eight digital transmitters that cover 47 per cent of the population. In an earlier submission to the Department of Canadian Heritage, CBC/Radio-Canada indicated that 44 transmitters would cover 80 per cent of the population. The Corporation does not have the available capital spending capacity to achieve even a low-end scenario by August 2011.

Q – What is your position on the Canada Media Fund

A – On June 9, the new Canada Media Fund (CMF) announced its Board of Directors. The CMF was created last March to replace the Canadian Television Fund (CTF). Even though the new Fund does not guarantee us 37 per cent of the total funding as the former CTF did, CBC/Radio-Canada is confident that the CMF will play a central role in ensuring the continued viability of Canadian programming.

For CBC/Radio-Canada, what is essential now is to make certain that the principles laid out earlier this year by the Government – a simplification of process, encouragement of innovation, and a focus on first-run, prime-time Canadian programming – are effectively put into practice when the rules that will govern this fund are established later this fall.

Q – What is your position on the Fee-for-Carriage/Value for signal issue?

A – The issue of value-for-signal will be discussed before the CRTC this fall as part of a broad policy hearing on television broadcasting in Canada. During those hearings, CBC/Radio-Canada will be making its case again for access to such compensation as a part of the overall case for saving the conventional broadcasting industry.

We believe that the economic model for conventional television is broken. What little remains of the advertising pie is now being split up into smaller and smaller pieces. Broadcast Distribution Undertakings (BDUs – cable and satellite cos.) and specialty channels are making record profits – approximately 2 billion dollars last year. Conventional broadcasters are seeing their revenues and profits deteriorate irreparably.

Conventional broadcasters are the cornerstone of the broadcasting system. They produce most of the original content created in this country and attract by far the largest audiences to Canadian programming. They are the most important vehicles for delivering on the Commission's efforts to promote Canadian content.

It is imperative that the CRTC level the playing field and grant conventional broadcasters access to a new revenue source if Canadian programming is to survive. Although welcome, neither the LPIF nor fees for distant signals will prove sufficient to save the model. That leaves fair value-for-signal compensation as the most viable option.

The cable companies' contention that value for signal is a tax on consumers is shrewd politics but completely baseless. First, the CRTC is calling for the value of those signals to be arrived at through a negotiation between the parties, not imposed by government or the regulator. Second, if it is not a tax when paid to specialty channels, why would it be when applied to conventional broadcasters? And finally, the BDUs are free to structure their consumer offer (pricing and bundling of channels) in such a way that gives the consumer much more control over what services they purchase and which they don't. There needn't, at the end of the day, be an increase to the consumer's cable bill.

With other broadcasters, CBC/Radio-Canada launched on September 14 the *Local Matters* campaign to stand up for the protection, preservation and future of local television in this country. Over the past 5 years your basic cable bill has gone up more than four times the cost of living. At the same time, the profits of the cable companies have almost doubled to 2.1 billion. Canadians need to be informed about this situation.

Q – What does the Local Programming Improvement Fund (LPIF) mean for CBC/Radio-Canada?

A – The LPIF came into effect on September 1, 2009. In October of last year, the CRTC announced the creation of the Local Programming Improvement Fund (LPIF). The Fund is financed by Broadcast Distribution Undertakings (BDUs) via a contribution equivalent to 1.5% per cent of their gross revenues, and used to ensure that viewers in smaller Canadian markets continue to receive a diversity of high-quality local programming, particularly local news. The CRTC has estimated that the LPIF will total around \$100 million annually.

CBC/Radio-Canada is pleased with the CRTC decision to increase the Fund to 1.5%, from the 1% that was originally set out. In practical terms, this contribution will enable CBC/Radio-Canada to start producing regional weekend newscasts this year in the Eastern Townships, among other initiatives now being considered.

Q – Will Radio-Canada broadcast CTV's signal for the Vancouver Olympics over the air and outside of Quebec?

A – We have confirmed repeatedly that CBC/Radio-Canada is prepared to be part of the solution as it relates to providing francophones with broadcast services for the 2010 Vancouver Olympics. But, we cannot do so in a manner that is financially irresponsible.

CTV has imposed eleven restrictive conditions to date to be able to use Radio-Canada's airwaves, outside of Quebec, for the duration of the Olympics.

We remain open to discussing a production arrangement in which:

we produce and broadcast our own programming for television, radio and the internet or are involved in some co-production and co-broadcasting partnership;
the specific programming needs of francophone and anglophone audiences are respected with two independent program offerings;
our broadcast treats all francophone audiences in Canada equally; and
we are compensated for the costs of becoming an Olympic partner.

We have stated that we would consider broadcasting a few key events from the Olympics across our network. If CTV is not prepared to compensate CBC/Radio-Canada financially for providing this service to Canadians, we are prepared to offset our costs through the sale of commercials on our own network.

We cannot allow CBC/Radio-Canada to take a financial hit to provide a service that CTV purchased and is supposed to provide while we are laying off employees. That kind of bailout would be completely irresponsible.

Questions about controversial situations:

Q – How do you account for the lavish spending uncovered through the *Access to Information Act*, as well as the travel and duty entertainment expenses of CBC/Radio-Canada executives?

A – The vast majority of Access to Information (ATI) requests received have come from one source which has publicly revealed to have among its clients Sun Media Corporation.

CBC/Radio-Canada has been transparent as it relates to the management of ATI requests. Senior executive team's expenses have been voluntarily disclosed for some time on the Corporate website. While some articles published by Sun Media and Quebecor papers were not flattering, they didn't tell the whole story. Many of the articles provided only selective information, no context whatsoever, and made liberal use of derogatory terms such as "luxury," "ritzy," and "posh", in an attempt to create scandals.

CBC/Radio-Canada takes the management of public resources very seriously. We keep our administrative expenses at levels that are amongst the lowest for public broadcasters worldwide, while having attracted unprecedented audiences to our services on all platforms over the past year. Moreover, given the current financial context, management has, since November 2008, reduced even further all non-strategic expenses.

Finally, CBC/Radio-Canada takes its responsibilities under the *Access to Information Act* very seriously and will continue to respond to incoming requests as quickly as possible, in a fair and transparent manner. CBC/Radio-Canada remains committed to respecting the intent and spirit of the legislation while safeguarding commercially competitive information as permitted by the Act. As well, records relating to CBC/Radio-Canada's

journalistic, creative and programming activities are specifically excluded from the scope of the Act.

Q – Still, the articles are pretty clear about the money you spend on hotels and alcohol during meetings outside your offices.

A – There are a number of reasons why we occasionally hold off-site meetings:

A lack of sufficient space in-house to hold large meetings

The need to isolate teams from their daily duties

The need to assemble employees who work in separate buildings at a central location.

CBC/Radio-Canada has nearly 10,000 full-time employees and a budget of \$1.7 billion. Over the past few years, we have integrated multiple teams and components to achieve economies of scale and make our company more efficient. From time to time, employee meetings are necessary to break the “silo” culture that we’ve long been criticized for.

That said, these occasional, yet sometimes necessary, meetings are conducted in accordance with approved corporate policies. It is also common practice to request bids from various establishments to ensure that CBC/Radio-Canada receives the best rates for its meetings.

Q – Despite your \$171 million shortfall, this year you paid out several million dollars in executive bonuses. Is this really acceptable in the current context?

A – The fact is, our senior managers will actually see their total compensation cut by an average of 10 to 20 per cent in 2009–10. The incentives paid to our executives represent the at-risk part of their total compensation, which is conditional upon their achieving specific objectives. This part of their compensation may be withheld, either totally or partially, if their objectives are not met. This arrangement is one of the ways CBC/Radio-Canada can ensure that it receives optimal performance from its managers. The salaries of our most senior executives are lower than those earned for comparable positions in the private sector, when all the fringe benefits are factored in.

Q – How much did it cost to hold your Annual Public Meeting?

A – Organizing a public meeting of this type always costs money, especially when we’re making an effort to make the meeting accessible to as many Canadians as possible. This is our first annual public meeting, as required by the Government, and we’re very pleased to be organizing it. The cost, around \$50,000 dollars is in large part attributable to advertising and the webcasting operation of the meeting, two important elements without which this meeting would not be accessible to all Canadians.

Q – Why did you decide to hold it in a small room on a weekday morning? Are you really being transparent?

A – We decided to hold this meeting on our premises to avoid additional expenses. We’ve been advertising this meeting for several weeks now and have taken specific measures to set up a webcast to make it available to the largest possible audience, and provide Canadians to opportunity to ask questions directly to the Chair of our Board and the president & CEO of CBC/Radio-Canada. We also reached out to stakeholders and media to make sure that this Public annual meeting is as transparent as possible.

Questions about programming issues:

Q – Radio-Canada has just been reprimanded by the CRTC for its *Bye-Bye* broadcast. When will you be issuing the apology demanded by the CRTC?

A – We've already apologized for *Bye-Bye 2008* on numerous occasions. We're currently examining ways to issue a more elaborate apology.

Q – Could you explain your decisions regarding the CBC News Renewal?

A – Faced with a significant financial challenge - we looked at the schedule to find ways in which to increase our revenue opportunities beginning in early prime time. The result benefits the schedule and provided several opportunities to News - including the potential to expand our local footprint, get an early start on the competition in key markets, better serve the news consumer, and maintain a presence in prime time. The 5:00 - 6:30 timeslot achieves all of this. The research has shown that Canadians don't consume news in the same way that they used to; they want to see more of themselves in our coverage. With this change, CBC News will tell the stories our audience wants, how they want and when they want, while also providing an even stronger lead-in for our newscasts at six pm.

Q – How can ending the newscast at 6:30 be a good idea?

A – Ending at 6:30 works because we've got a program that we know draws audiences - Coronation Street.

Q – How can you justify spending so much on US programs such as *Wheel of Fortune* and *Jeopardy!*

A – *Wheel of Fortune* and *Jeopardy!* help us grow audiences for our 100% Canadian programming starting at 8 pm every day. Plus, these shows help generate revenues we can invest in Canadian programming. Moving *Wheel of Fortune* to 7pm will allow it to be aired at the same time as its simulcast on the US networks, we believe that this move will help to bring even more audiences to the program and will provide a stronger lead-in for our all Canadian deep prime-time schedule.

The CBC Television schedule is already performing very well, we feel this change will leverage the strength of shows like, *Coronation Street*, *Wheel of Fortune*, *Jeopardy!* and our updated 90 minute local newscast by placing them in timeslots that will strengthen our schedule as a whole

Q – By adding the *Ghost Whisperer* at 4 pm aren't you increasing the amount of American programming on the CBC?

A – No. With the non-renewals of *Martha* (one hour) and the *Simpsons* (half hour) and the addition of *Ghost Whisperer* (one hour), CBC has actually reduced the amount of American programming on its schedule.

Questions about financial issues:

Q – Will the CRTC's recent announcement regarding the creation of a local fund help restore jobs lost in the CBC's latest round of cuts ?

A – The new LPIF just took effect on September 1st and we are now analyzing how we will reinvest the new money. Large part of this new money was already budgeted in the financial plan presented in March. The CRTC decision to increase the Fund from 1% to 1.5% will have an impact. Starting this year, we will produce local news on weekends at our Sherbrooke station because of the new fund.

Q – Has the Corporation considered commercializing radio to diversify its source of funding ?

A – We have made it a priority to maintain the non-commercial aspect of our radio.

Q – Has the Corporation considered discontinuing outbidding private broadcasters for expensive foreign product as a measure to keep a cap on its spending ?

A – CBC-Radio-Canada invests more in Canadian programming than all of the other broadcasters put together. Television shows like Jeopardy and Wheel of Fortune play a very specific role in our programming. They help build audiences for our Canadian programming and help generate revenues we can invest in Canadian programming. .

Q – CBC/Radio-Canada has petitioned the CRTC, along side private broadcasters, to implement a subscriber fee for carriage by BDUs. Should the CRTC rule favorably, what will the Corporation do with this new source of funds ?

A – Public hearings on this issue will be held in November. We know that the CRTC has asked broadcasters and BDUs to negotiate a fair value for the conventional television signals that are now provided for free to BDUs. We will not speculate on how much money this could mean for us before we negotiate with the BDUS, but any new money we obtain will be targeted at our strategic priorities and help improve the services we provide Canadians with.

Potential questions from union leaders :

Q – Is the Board anticipating further staff cuts at CBC/Radio-Canada?

A – The financial plan we have put together last spring holds. CBC/Radio-Canada does everything it can to protect its ability to realize its mandate.

Q – What will happen to the strategic review and asset-sale approvals if the Federal Government has to fight an election campaign this fall? Do we have a plan B?

A – We will not speculate. Our financial plan is clear and includes the sale of 125 million worth of our assets. We are confident that we will get approval from Government before the end of the year. The government's decision regarding the Strategic Review will be known in the 2010-2011 federal budget, and will not have an impact on this fiscal year.

Q – What is the Board's position regarding Bill C-10, which revises previously negotiated salary agreements?

A – The Corporation cannot comment or take a position regarding a Law that was passed by Government, but it has the responsibility to ensure its application.

Q – We're in the process of laying people off because of the Corporation's financial situation, yet we're hiring new employees at the same time. How does the Board explain this state of affairs?

A – The Corporation is not hiring people to replace employees that were laid off or took a voluntary retirement. It is possible that some hirings are needed to fill jobs for which laid off employees were not qualified. As a 10,000 employee corporation, we need to hire on a constant basis to replace people who leave permanent jobs or for short time contracts. At the end of the day, we have this year 800 positions less than we had last year.

Q - Should the Corporation's financial situation improve thanks to the economic recovery or the creation of a special regional assistance fund, is the Corporation planning to rehire staff in the regions affected by the recent layoffs?

A – All of the new funds will be targeted at our long term strategic priorities, which is to become a content company, the most important creator and distributor of canadian content on all platforms and to be deeply rooted in the regions. These priorities will lead our future investments and reinvestments. So, would-we choose to reinvest, for example, in our presence in a specific region? Absolutely. Would we be opting necessarily to bring back shows or reinstate jobs that were cut? Not necessarily.

From: Hubert T Lacroix
To: Bill Chambers, Martine Menard, Pascale Montminy, Maryse Bertrand
CC: Meg Angevine, Helene Lachance
Date: 11/18/2009 2:40 PM
Subject: Re: Board Committee discussion of Annual Public Meeting

Bill,

Great summary. One thing: on the

Cheers.

-----Original Message-----

From: Bill Chambers
Cc: Meg Angevine <Meg.Angevine@CBC.CA>
To: Martine Menard <Martine.Menard@CBC.CA>
To: Hubert T Lacroix <ht.lacroix@CBC.CA>
To: Pascale Montminy <Pascale.Montminy@RADIO-CANADA.CA>
Cc: Helene Lachance <Helene.Lachance@RADIO-CANADA.CA>
To: Maryse Bertrand <Maryse.Bertrand@RADIO-CANADA.CA>

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Sent: 18/11/2009 12:49:36 PM
Subject: Board Committee discussion of Annual Public Meeting

Here is my debrief on the Board Committee's discussion of the APM. For those in attendance please confirm this captures it. For those who didn't, this is our planning direction. Maryse or Meg, please let us know when the Committee has reported to the Board and we can start putting plans in place.

First, general approval of how the first meeting went. Appreciation for the job done and the outcome. Thanks for you work.

For next time:

Give a call if you need any clarification.
Bill

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

From: Hubert T Lacroix
To: Bill Chambers
CC: Kevin Payan; Martine Menard
Date: 7/26/2009 1:19 PM
Subject: Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations

s.21(1)(a)

s.21(1)(b)

Bon dimanche,

I'm fine with this. I think that it flows well.

OK with you?

>>> Bill Chambers 24-07-2009 16:40 >>>
For your review. We can discuss, among other things at our meeting Tuesday.
Bill

From: Bill Chambers
To: Lacroix, Hubert T
CC: Menard, Martine; Payan, Kevin
Date: 7/26/2009 2:11 PM
Subject: Re: Fwd: Annual Public Meeting - Overview of Presentations

Yes. We'll pass this by Tim and Suzanne then have a draft text and powerpoint of all three ready for your return from holiday.
B

s.21(1)(a)

>>> Hubert T Lacroix 2009-07-26 13:19 >>>

s.21(1)(b)

Bon dimanche,

I'm fine with this. I think that it flows well.

OK with you?

>>> Bill Chambers 24-07-2009 16:40 >>>
For your review. We can discuss, among other things at our meeting Tuesday.
Bill

Re Rép. Fwd APM Draft Presentations

From: Bill Chambers
To: Pierre Nollet
CC: Kevin Payan; Martine Menard; Maryse Bertrand
Date: 9/9/2009 10:04 AM
Subject: Re: R?p. : Fwd: APM: Draft Presentations

Merci Pierre.

s.21(1)(a)

Kevin: please action and circulate new versions.

s.21(1)(b)

Thanks
Tanya (on behalf of Bill)

>>> Pierre Nollet 2009-09-08 16:36 >>>
Bill,

Je copie Maryse afin qu'elle puisse tranquillement se mettre au parfum.

Pierre

>>> Le Dim, Sept 6, 2009 à 6:37 pm, Bill Chambers a écrit :

Pierre,

Tu trouveras ci-joint les brouillons des présentations de Tim, Hubert et Suzanne proposées pour la réunion publique annuelle.

Merci de ton conseil.Bill

CBC/Radio-Canada Annual Public – Speaking Notes
Chief Financial Officer

[SLIDE: PHOTO, NAME, TITLE]

Merci Hubert.

Je suis ici pour vous donner un aperçu de la situation financière de CBC/Radio-Canada. Notre rapport annuel pour l'exercice 2008-2009 sera déposé au Parlement d'ici quelques semaines et sera ensuite publié sur notre site web institutionnel. Pour le moment je peux tout de même vous présenter certains éléments liés à la provenance et l'affectation de nos fonds d'exploitation pour 2008-2009. Je vous parlerai ensuite du manque à gagner avec lequel nous avons entamé 2009-2010, et des mesures prises pour y remédier.

2008-2009 FINANCIAL RESULTS AND POSITION

[SLIDE: 2008-2009 YEAR IN REVIEW]

As most of you know, CBC/Radio-Canada operates with a mix of public and self-generated revenue. In the 2008–2009 fiscal year, total funds available for operations amounted to \$1.7 billion, which allowed our 10,000 employees to deliver 29 distinct services across multiple platforms in English, French and 8 aboriginal languages.

Of that amount, \$1.1 billion, or roughly 65%, came from our Parliamentary operating appropriation. As Hubert mentioned, this equates to \$34 per Canadian per year. The remaining \$600 million, or 35 per cent, was generated by advertising revenues, specialty services and other sources. Under our funding model, our parliamentary appropriation increases each year for salary inflation but not to cover inflation on the approximately 45% of our spending that is for goods and services. This is funded through cost efficiencies and out of our self-generated revenues.

Sur le plan de l'affectation de nos fonds de 1,7 milliards de dollars, 1,4 milliards ont été investis directement dans les services de la Radio, de la Télévision, d'Internet et des chaînes spécialisées en 2008-2009. Les dépenses liées au maintien de nos infrastructures technologique, de transmission et immobilière se sont chiffrées à 189 millions de dollars et nos dépenses d'administration à 93 millions de dollars.

Face à la crise économique, nous avons diminué de façon importante les dépenses prévues par notre plan d'affaires en 2008-09.

Both Tim and Hubert have spoken to the significant challenges facing CBC/Radio-Canada. Despite the pressures, however, we contained our operating loss on a budgetary basis to \$11M for the 2008-2009 fiscal year, through cost-containment and deferral measures. Then, thanks to accumulated reserves from prior years, we ended 08-09 with a surplus of \$33 million which is 1.9 per cent of our total operating budget. Maintaining a relatively modest

level of reserves is necessary to manage unforeseen pressures and since CBC/Radio-Canada does not have access to normal banking lines of credit for its operations. This is how we were able to balance our budget in 08-09.

CRISE ÉCONOMIQUE

Mais comment pourrions-nous parler de la situation financière sans parler de la crise économique et des graves répercussions qu'elle a eues – et continue d'avoir – sur l'une de nos plus importantes sources de revenus, la publicité?

Le marché de la publicité au Canada s'est rapidement détérioré à partir de juillet 2008. Sur une base de résultats réels en comparaison à notre plan d'affaires, les revenus publicitaires ont diminué de 65 millions de dollars au cours de l'exercice 2008-2009.

Passons maintenant à l'exercice en cours.

THE \$171 SHORTFALL

SLIDE: 2009-2010 FINANCIAL PRESSURES]

The Corporation entered 2009-2010 facing a budget shortfall of \$171 million. That represents approximately 10% of our overall operating budget and it has been a significant challenge to deal with.

The shortfall is attributable to a convergence of factors.

First, there is the revenue shortfall. We forecasted that to be approximately \$94 million for 2009–2010. Of this amount, \$71 million is related to sustained weakness in the advertising revenue market, while the remaining \$23 million is attributable to lower-than-expected salary inflation funding in our appropriation from government and to other reductions in funding and miscellaneous revenues.

The second factor is increasing costs for unavoidable items such as utilities, the costs of our ageing infrastructure and programming and other cost increases. Those add up to \$64 million.

Finally, there's a further \$13 million needed to fund programming investments deemed strategically imperative. These are relatively modest investments in online services, new media and specialty channels that are required in order to maintain CBC/Radio-Canada's relevance in a changing market, to protect our audience share and to ensure that revenues will not be further eroded.

That brings the total to \$171 million.

LE PLAN DE REDRESSEMENT

Pour faire face à ce manque à gagner, nous avons élaboré un plan de redressement financier qui a été approuvé par notre Conseil d'administration en mars 2009.

Comme Hubert l'a indiqué, ce plan prévoit l'abolition d'environ 800 postes à temps plein, des réductions et des annulations dans nos grilles de programmation, des réductions permanentes dans les dépenses discrétionnaires, ainsi que le gel et des diminutions dans la rémunération de la haute direction.

Ce plan prévoit également la vente de certaines créances à long terme pour un montant total de 125 millions de dollars. Ce montant doit nous permettre de soutenir la programmation jusqu'à ce que les économies résultant des compressions budgétaires commencent à se concrétiser. Il est aussi nécessaire pour financer les indemnités de cessation d'emploi que ce plan entraîne en plus du manque à gagner de \$171 millions

I'm pleased to report that earlier this week, we realized proceeds from the sale of one of our long-term receivables. [These were amounts receivable related to the sale of the Galaxie pay audio service last year]. We continue to work

closely with government officials and our advisors to complete our remaining asset sales.

KEY RISKS

Before we turn to our question period, I'd like to briefly touch on some of the key risks that we'll need to manage to achieve our objectives.

[SLIDE: KEY RISKS]

Like all broadcasters, we must recognize and adapt to technological changes, competitive forces, shifts in demographics, evolving consumer demands, as well as structural changes in the industry. As a public broadcaster with a statutory mandate to serve all Canadians, CBC/Radio-Canada also faces a unique set of political and financial risks.

Les risques sont liés aux événements suivants :

- D'abord, le lent redressement des revenus publicitaires, qui pourraient ne pas rattraper le retard pris pendant la récession;
- l'inquiétude suscitée par le financement public, notamment en ce qui a trait aux conclusions l'an prochain de l'Examen stratégique du gouvernement et au maintien au-delà de l'exercice 2009-2010 du financement additionnel de 60 millions de dollars pour la programmation que nous recevons depuis 2001-2002;
- l'incapacité d'accéder au capital pour mieux affronter la nouvelle réalité économique;
- We are also facing Funding pressures related to the transition to digital transmission by 2011;
- The erosion of conventional broadcasting audience share to emerging platforms;
- Regulatory decisions such as value-for-signal financing; and,
- The yet-to-be-determined funding rules for the newly created Canada Media Fund.

These are all significant challenges that we will be addressing this year and into the future. As we near the half way mark in our fiscal year, our recovery plan is on track and with our strategies and the commitment of our people we will continue delivering the high-quality content Canadians want, when and how they want it.

Merci.

Thank you, Tim.

Slide with HTL's photo

Bon matin Mesdames et Messieurs. Merci d'être là.

Over the last 18 months, I have come to understand that there are a couple of key facts about CBC / Radio-Canada that should be common knowledge, but still are not.

More than TV and radio

Firstly, we have become much more than just television and radio. We now offer audiences a comprehensive range of services which extend to the Internet and satellite radio, to digital audio, to streaming video on mobile devices, and more.

September 22, 2009 –5:15 p.m.

We are pioneers in new services and platforms because we are committed to giving Canadian audiences the content they want, when and how they want it.

Let me show you what I mean.

[Cue video, which is framed in \$34/year]]

Slide – CBC/Radio-Canada costs...

34 \$ par habitant par an

Trente-quatre dollars par année. Cela correspond à moins de 10 cents par jour. Bien des gens à qui j'ai parlé ignoraient totalement ce que CBC/Radio-Canada leur coûte.

Pensez à ce que vous payez dans une année pour votre service de câblodistribution. Quant à moi, je paie 187 \$ par mois (cela correspond à plus de 2 000\$ par année). En revanche, tous les services de CBC/Radio-Canada à la télévision, à la radio, sur Internet, sur mon iPod et sur mon cellulaire, en anglais et en français, me coûtent seulement 34 \$ par année.

Peut-être vous demandez-vous alors ce que paient les habitants d'autres pays pour leur radiodiffuseur public national?

Slide – Per capita funding in OECD countries

Et bien, dans une récente étude, le Groupe Nordicité a déterminé que, dans 18 pays occidentaux, le financement moyen de la radiodiffusion publique s'élevait à 76 \$ par personne, par année. Le Canada se classe au 15^e rang de ces 18 pays, même si

September 22, 2009 –5:15 p.m.

CBC/Radio-Canada diffuse dans deux langues officielles et sur six fuseaux horaires.

A year of paradox: unprecedented success despite financial crisis

2008-2009 was a year of paradox: on the one hand, we had unprecedented success. On the other, we faced a daunting financial crisis and some extremely difficult decisions.

Slide – Unprecedented success - Television

While other conventional broadcasters were struggling with their audiences, CBC Television achieved an 8.6 per cent share in prime time and beat one of its competitors' predominantly American prime-time schedule. CBC Television is now the second-most-watched network in Canada.

Télévision de Radio-Canada maintained its prime-time market share of 19.1 per cent despite competitors' many reality shows and the plethora of specialty channels in its environment.

Slide - Unprecedented success - Radio

Our radio services never had better ratings: a combined share of 14.1 per cent for CBC Radio and of 19.4 per cent for Radio de Radio-Canada.

Slide - Unprecedented success – Internet and mobile

This strength carries over into our non-conventional services; for example, in 2008–2009, our Internet sites drew 6 million visitors monthly and over two million podcast downloads every month.

Slide - Generic

Et pourtant, malgré ce succès, nous avons fait face à une grave crise financière. Pourquoi?

En termes simples, CBC/Radio-Canada, comme les autres télédiffuseurs généralistes canadiens, dépend en grande partie des revenus publicitaires, déjà à la baisse même avant que la crise économique mondiale ne survienne au milieu de l'année 2008.

Slide – Financial crisis- \$171 shortfall

Our forecasts showed that continued weakness in advertising revenues, combined with contractual cost increases and other financial pressures, meant that we would be faced with a shortfall against budget of approximately \$171 million for 2009-2010.

I'll let Suzanne Morris, our Vice-President and Chief Financial Officer, walk you through the numbers in a few minutes.

For my part, suffice it to say that our only option was to substantially reduce our staffing levels and our programming.

Cuts guided by key priorities

Slide – Financial crisis – guided by key priorities

Our choices were very difficult. Although painful, they were guided by our three key priorities: People, Programs and Pushing Forward.

Nos personnes

Slide – Financial crisis – People

Pour protéger notre main-d'œuvre, nous avons essayé de limiter le nombre de licenciements. Chacune de nos personnes est importante. Nous avons quand même dû éliminer 800 postes dans l'ensemble du pays.

September 22, 2009 –5:15 p.m.

Cette mesure, bien que nécessaire, a été particulièrement décourageante, étant donné les progrès que nous avons accomplis ces derniers mois dans ce que je considère être une priorité personnelle, c'est-à-dire l'établissement de liens de collaboration plus serrés avec notre personnel et nos syndicats.

Depuis le début de mon mandat, nous avons voulu revoir nos relations et notre façon de communiquer avec nos employés. Nous avons fait de grands progrès, ayant réussi à renouveler cinq de nos six conventions collectives, y compris une avec la Guilde canadienne des médias avant même la date d'expiration de l'ancienne convention. Je salue ici le courage et l'ouverture d'esprit de ces leaders syndicaux qui ont accepté de s'engager dans ces conversations avec nous pour réussir ce virage.

Our programming

Slide – Financial crisis - Programming

We also tried protecting our programming in three ways as we were implementing these cuts.

First, we limited their effects on our regional broadcasting by targeting 82 per cent of the cuts to our English and French national networks and corporate services. This allowed us to keep our regional footprint intact across the country.

Second, we committed to keeping our English and French radio services commercial-free and did not increase the amount of American programming in our television schedules.

And third, we committed to maintaining our strategic investments in new platforms and services.

But our financial situation demanded that some programs be cancelled, and that some others be scaled back.

Pushing forward: Maintaining our strategic direction

Slide – Financial crisis – Pushing forward

The cuts we made have perhaps slowed but have not stopped our progress towards becoming an even more relevant and dynamic national public broadcaster. Our strategic direction for the future has three pillars.

Slide – Strategic direction – Home of Canadian content

First, rather than being a broadcaster with separate and discrete media lines, we are becoming a content company in which everyone collaborates and shares resources to generate deeper, richer content.

Canadian content that, as per our mandate: informs, enlightens and entertains.

Slide – Strategic direction – On all platforms

Second, we must deliver that content across all media platforms. We are making our content available to you whenever, wherever and however you want it.

Take a show like Q for example. You can catch it on CBC Radio One, or on Sirius, or on **bold**, or get it by podcast or by video podcast, or interact with the show on YouTube, Twitter, Facebook or MySpace.

Même chose pour *Tout le monde en parle*. Au départ, une émission de télévision, *Tout le monde en parle* a maintenant une antenne sur le Web et sera bientôt complétée par une émission de radio qui donnera aux auditeurs la possibilité de s'exprimer immédiatement sur ce qu'ils auront vu et entendu. Il ne s'agit donc pas de transposer le même contenu sur toutes les

plateformes, mais bien de créer un nouveau contenu qui s'enrichit d'une plateforme à l'autre.

Slide – Strategic direction – Rooted in the regions

En troisième et dernier lieu, nous maintenons notre engagement à rester profondément ancrés dans les régions du Canada. Notre lien avec les régions constitue un aspect essentiel de notre mandat.

Slide – Generic

Sur la voie de la viabilité

À tous égards, notre programmation est une réussite exceptionnelle, malgré un environnement en perpétuelle évolution, et des revenus publicitaires en décroissance.

Slide – Funding gap

September 22, 2009 –5:15 p.m.

Je suis néanmoins obligé de signaler que, si nous ne parvenons pas à établir un modèle de financement durable dans un avenir prochain, CBC/Radio-Canada aura de graves difficultés à s'acquitter de son mandat.

We have only two primary sources of revenue: our parliamentary appropriation and our advertising dollars, and both are on the decline in real dollars.

Slide – Potential funding solutions – CMF and LPIF

Recent initiatives from the CRTC and the Government will help address some of the challenges that all conventional broadcasters face. The new Canada Media Fund, for example, should offer increased support for first-run, prime-time Canadian programming that is original, of high quality, and broadcast on a host of platforms. And the CRTC's Local Programming Improvement Fund (LPIF) will mean better local services.

Slide - Potential funding solutions – Value for signal

Another part of the solution will fall into place when the CRTC examines the proposal to permit conventional television broadcasters like us to negotiate compensation from cable and satellite companies for the value of their signals – revenues that specialty channels have received for years. We welcome governments direction last week that these discussions need to focus on the interests of the consumer and the citizen more than on those of competing media empires.

Currently, Canadian cable companies pay in excess of \$300 million a year to U.S. cable channels that aren't required to produce any Canadian content. Yet, they pay nothing to local Canadian television stations where the money is needed most...while still charging customers for the service.

Slide – Need to rebalance broadcasting system

We have asked the CRTC to rebalance the system. It is a regulated market and last year cable and satellite companies reported profits of \$2 billion whereas Conventional broadcasters, in the year before the financial melt-down, had aggregate profits of just \$8 million. We believe that you deserve a fair system – one that will protect local programming and stations – and without the cable and satellite companies once again passing the costs on to you, the consumer.

Slide – Toward a sustainable future

On ne dira jamais assez à quel point il est important que CBC/Radio-Canada bénéficie d'un financement stable sur plus d'un an. Comment pouvons-nous réussir si nous sommes toujours principalement préoccupés par nos liquidités ou par notre capacité à verser les salaires de nos employés ou à payer les factures de nos fournisseurs? Comment alors asseoir notre planification stratégique?

Slide - Generic

En terminant, je trouve très motivant aujourd'hui de penser à tout ce que CBC/Radio-Canada pourrait faire si nous disposions d'un financement suffisant, stable et durable. Dans un univers médiatique à la fois chaotique et extrêmement excitant, le besoin du citoyen de se voir - sa vie, sa réalité, ses valeurs – reflété et communiqué n'a jamais été plus aigu. Voilà le rôle de leadership que le radiodiffuseur public est prêt à jouer. De mener cette révolution technologique et sociale au Canada, en mettant en vedette la voix du citoyen canadien. Je crois que c'est ce à quoi les Canadiens s'attendent de CBC/Radio-Canada, et ce qu'ils méritent que nous leur offrions.

J'aimerais maintenant demander à Suzanne, de vous exposer la situation financière de CBC/Radio-Canada.

CBC/Radio-Canada Annual Public – Speaking Notes

Chair of the Board of Directors

Good morning. Thank you for joining us today for CBC/Radio-Canada's first Public Meeting.

As Chair of the Board of Directors, it is my great honour to speak to you on behalf of the Board and all the people at CBC/Radio-Canada.

J'ai le plaisir de vous présenter les administrateurs de CBC/Radio-Canada qui sont avec nous aujourd'hui. Je commencerai par l'Ouest du pays :

1. Patricia McIver, from Vancouver;
2. John Young from Prince George;
3. Linda Black from Calgary;
4. Trina McQueen, from Toronto;
5. Peter Herrndorf, from Ottawa;

6. Peter Charbonneau, also from Ottawa
7. Brian Mitchell, from Montreal;
8. George Cooper, from Halifax;
9. Dr. Edna Turpin from Newfoundland;
10. et Hubert T. Lacroix, notre président-directeur général.

Rémi Racine, de Montréal, ne peut être parmi nous aujourd'hui.

Les administrateurs rencontrent régulièrement les hauts dirigeants de la Société pour discuter de ses priorités et de ses activités.

What does that mean? It means reviewing and approving Senior Management's strategic plan, business plan and operating budgets. Signing off on financial statements and the annual report. Looking at Corporate policies ranging from standards on violence in programming to human resource guidelines. Monitoring the progress of real estate projects. Indeed, any major decision or plan

made by the senior management team has first to be reviewed and approved by the Board of Directors.

Personne ne sera surpris que je dise que l'année 2008-2009 a été particulièrement difficile pour CBC/Radio-Canada, comme pour l'ensemble des radiodiffuseurs d'ailleurs, et à vrai dire, pour tous les Canadiens. Je vais laisser à Hubert le soin de vous en dire plus sur ces défis.

But if the year made one thing clear, it is that serious financial constraints are the reality for CBC/Radio-Canada, as they are for our competitors and for our advertisers. We have no choice but to adapt and it has meant making difficult choices with respect to our workforce and to the services we offer Canadians.

I can confirm, that the renewal strategy that we have put in place to guide us through this period of change will preserve the Corporation's capacity to continue to deliver the services that we provide to Canadians.

During difficult economic times, the critical role of CBC/Radio-Canada as a reliable and trusted source of information increases. The national public broadcaster acts as a unifying force by offering in-depth analysis of the stories and issues that matter to Canadians. The stories we tell reaffirm our country's shared values and identity. Our current and future success rest on reaching more Canadians in more ways, with programs they want on the platforms of their choice.

Avant de céder la parole à notre président-directeur général, j'aimerais remercier tous mes collègues administrateurs de même que tous nos employés de leur appui, de leur disponibilité et de leur profond engagement à l'endroit de la radiodiffusion publique.

I would also like to thank Canadians for their ongoing strong support for public broadcasting. We see it expressed in so many ways across the country. The

09/22/09; 11:30 am

number of you that have joined us today reinforces that support. CBC/Radio-Canada truly appreciates it.

Now I would like to introduce our President and CEO, Hubert T. Lacroix.

De : Hubert T Lacroix
Destinataire : Francine Letourneau
Date : 2009/11/04 10:15
Objet : Re: Faire suivre : Board Document - Annual Public Meeting

Bon matin,

Je viens de lire le doc (version anglaise). Works with me.

Please send it along to Tim and Peter.

-----Original Message-----

From: Francine Letourneau

To: Hubert T Lacroix <ht.lacroix@CBC.CA>

Sent: 04/11/2009 9:17:39 AM

Subject: Faire suivre : Board Document - Annual Public Meeting

Hubert,

Ci-joint le document sur l'APA suite à notre discussion vendredi qui sera présenté au Comité de gouvernance. Est-ce que tu souhaites l'envoyer à Tim et Peter H, ou souhaites-tu que je le fasse (j'ai une copie papier pour toi). f

Hubert T Lacroix - Annual Meetings

De : Bill Chambers
Destinataire : Hubert T Lacroix
Date : 9 Avr, 2009 11:17
Objet : Annual Meetings
CC : Francine Letourneau; Lachance, Helene; Martine Menard; Payan, Kevin; Pierre Nollet
Pièces jointes : Comms Approach - Annual Public Meeting5.doc

Hi Hubert

Attached for discussion is a proposal for how to carry out Annual Meetings.

s.21(1)(b)

Bill

Hubert T Lacroix - invitation spéciale - assemblée publique annuelle

De : Hubert T Lacroix
Destinataire : SET-group
Date : 17 Août, 2009 10:04
Objet : invitation spéciale - assemblée publique annuelle

Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale envoyée à l'équipe de la haute direction de CBC/Radio-Canada

Annual Public Meeting - Special invitation sent to CBC/Radio-Canada's Senior Executive Team

Objet : Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale

Bonjour,

Je vous invite cordialement à la première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada, le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE). L'événement, tenu à la Maison de Radio-Canada à Ottawa, sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

Pour vous joindre à nous au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa, veuillez confirmer votre présence avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada

Subject: Annual Public Meeting - Special Invitation

Hello,

I cordially invite you to CBC/Radio-Canada first annual public meeting on Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET). The event, held at the Ottawa Broadcast Centre, will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008-2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

To join us in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre, please RSVP by September 10 to melanie.st-denis@CBC.ca.

Hubert T. Lacroix
President and CEO
CBC/Radio-Canada

SUZANNE MORRIS - invitation spéciale - assemblée publique annuelle

From: Hubert T Lacroix
To: SET-group
Date: 8/17/2009 10:04 AM
Subject: invitation spéciale - assemblée publique annuelle

Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale envoyée à l'équipe de la haute direction de CBC/Radio-Canada

Annual Public Meeting - Special invitation sent to CBC/Radio-Canada's Senior Executive Team

Objet : Assemblée publique annuelle - Invitation spéciale

Bonjour,

Je vous invite cordialement à la première assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada, le mercredi 23 septembre 2009, de 11 h à 12 h 30 (HE). L'événement, tenu à la Maison de Radio-Canada à Ottawa, sera diffusé en direct sur notre site Web institutionnel (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris et moi-même ferons le bilan des faits saillants de 2008-2009 et présenterons l'orientation stratégique de la Société pour l'exercice courant et pour l'avenir.

Pour vous joindre à nous au studio 40 de la Maison de Radio-Canada à Ottawa, veuillez confirmer votre présence avant le 10 septembre à melanie.st-denis@Radio-Canada.ca.

Hubert T. Lacroix
Président-directeur général
CBC/Radio-Canada

Subject: Annual Public Meeting - Special Invitation

Hello,

I cordially invite you to CBC/Radio-Canada first annual public meeting on Wednesday, September 23, 2009, from 11 a.m. to 12:30 p.m. (ET). The event, held at the Ottawa Broadcast Centre, will be broadcast live on our Corporate website (www.CBC.Radio-Canada.ca).

Tim W. Casgrain, Suzanne Morris and I will review highlights from 2008-2009 and present the Corporation's strategic directions for the current fiscal year and beyond.

To join us in Studio 40 of the Ottawa Broadcast Centre, please RSVP by September 10 to

melanie.st-denis@CBC.ca.

Hubert T. Lacroix
President and CEO
CBC/Radio-Canada

SUZANNE MORRIS - INVITATION

From: Bill Chambers
To: Brian Mitchell; Edna Turpin; Francine Letourneau; George C B Smith; George Cooper; Hubert T Lacroix; Katya Laviolette; Linda Black; Martine Menard; Maryse Bertrand; Michel Tremblay; Peter Dominic Charbonneau; Pierre Nollet; Ray Carnovale; Remi Racine; Richard Stursberg; Steven Guiton; SUZANNE MORRIS; Sylvain Lafrance-VP; Tim Casgrain; Tricia McIver
Date: 9/2/2009 5:52 PM
Subject: INVITATION
CC: Diane Ferguson; KATHLEEN MARTIN
Attachments: E-INVITE-Eng.pdf; E-INVITE-fr.pdf; Bill Chambers.VCF

The French text immediately follows the English.

Greetings,

As you know, our first Annual Public Meeting will be held on September 23, from 11:00 a.m. to 12:00 p.m. (ET). It will also be webcast live on our corporate site. You are obviously invited to attend in person and I would ask you to RSVP as soon as possible. Senior Executive Team members (SET), with the exception of Hubert and Suzanne Morris, will not have speaking roles at the meeting (although there could always be an off-the-wall question that requires your particular knowledge).

As part of our promotion to stakeholders we have produced an e-invite providing details about the Meeting. If you wish to inform/invite your key contacts to either participate in person or by webcast feel free to forward to them the attached invitation text (English or French). Please remember that everyone who wants to attend (in person or on the web) must pre-registrer. As well, seating is limited in Studio 40. Seats will be assigned on a first come first serve basis.

If you have any questions, do not hesitate to contact me.

Bill

s.19(1)

Bonjour,

Comme vous le savez, notre première assemblée publique annuelle se tiendra le 23 septembre, de 11 h à 12 h (HE). Elle sera aussi webdiffusée en direct sur notre site institutionnel. Vous êtes bien sûr invité(e) à y assister en personne, et je vous demanderais de confirmer votre présence le plus rapidement possible. Les membres de l'Equipe de Haute Direction (EHD), à l'exception d'Hubert et de Suzanne Morris, n'auront pas à prendre la parole pendant cette rencontre (il se pourrait toutefois que votre collaboration soit requise pour répondre à des questions spécifiques).

Dans le cadre de la promotion que nous faisons de l'événement auprès de nos parties intéressées, nous avons produit une invitation en ligne qui donne tous les détails sur l'assemblée. Si vous souhaitez informer ou inviter vos interlocuteurs clés à participer, soit en personne soit par l'intermédiaire de la webdiffusion, n'hésitez pas à leur faire parvenir le texte de l'invitation ci-joint (en français ou en anglais). Rappelez-vous que toute personne souhaitant assister à l'assemblée (en personne ou sur le Web) doit s'inscrire au préalable. De même, les places étant limitées dans le studio 40, le principe du premier arrivé, premier servi s'appliquera.

Pour toute question, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Bill

W. B. Chambers


Vice-President, Brand, Communications and Corporate Affairs / Vice-président, Image de marque, Communications et affaires institutionnelles

CBC/Radio-Canada

tel. 613 288-6181

cell.

bill.chambers@cbc.ca

CBC  Radio-Canada

s.19(1)

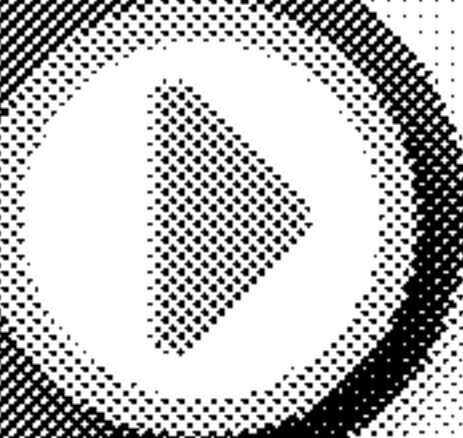
CBC  Radio-Canada

**ANNUAL
PUBLIC 
MEETING**

JOIN US ON SEPT. 23, 2009
FROM 11 A.M. TO NOON (ET)

LIVE WEBCAST
PRE-REGISTRATION REQUIRED
CBC.RADIO-CANADA.CA

CBC  Radio-Canada

**ASSEMBLÉE
PUBLIQUE 
ANNUELLE**

SOYEZ DES NÔTRES, LE 23 SEPTEMBRE,
DE 11 H À 12 H (HE)

WEBDIFFUSION EN DIRECT
PRÉ-INSCRIPTION REQUISE
CBC.RADIO-CANADA.CA

From: Martine Menard
To: SET
CC: Edith Brosseau; Juli Lyons
Date: 9/21/2009 11:00 AM
Subject: Assemblée publique - Public Meeting
Attachments: AgendaAPM-Eng-Sept18.doc; Agenda APM-FR-Sept18.doc

Bonjour à tous,

Juste un petit rappel au sujet de notre première Assemblée publique annuelle qui aura lieu au studio 40, à Ottawa, le mercredi 23 septembre, entre 11 h et midi.

Vous trouverez ci-joint l'ordre du jour de la réunion.

Comme vous le savez, cette Assemblée est principalement une diffusion Web produite à cette fin. Nous nous attendons à ce que des membres du public soient présents dans le studio 40, mais la masse des participants sera en ligne. Jusqu'à présent, plus de 900 personnes des quatre coins du pays ainsi que de l'étranger se sont inscrites pour voir l'Assemblée en ligne et y participer; ce nombre comprend aussi les employés de CBC/Radio-Canada.

Nous vous saurions gré d'être présents à la réunion. Des sièges seront réservés à votre intention dans le studio 40. Vous ne serez pas assis sur l'estrade avec Hubert, Tim et Suzanne qui seront les principaux intervenants. Je voulais aussi vous confirmer que vous n'aurez pas de rôle à jouer pendant la réunion, à l'exception possible de Sylvain et de Richard à qui il est possible qu'on demande de participer à la séance de questions et réponses qui suivra les exposés. Ce sera Hubert qui décidera pendant la séance.

Si vous avez des questions ou des commentaires, n'hésitez pas à communiquer avec moi.

Merci.

Hello,

Just wanted to remind you that we are hosting our first Annual Public Meeting in Studio 40, Ottawa on Wednesday, September 23rd starting from 11:00 to noon.

Please find attached the agenda for this meeting.

As you are aware, this event is primarily a web event and is being produced as such. We are expecting members of the public will be in attendance in Studio 40 but the bulk of participants will be on-line. To date we have over 900 participants from across the country and abroad registered to view and participate on-line - this also includes CBC/Radio-Canada employees.

Your presence at the meeting would be appreciated. We will have seats reserved for you in Studio 40. You will not be seated on the platform along with Hubert, Tim and Suzanne who are the key presenters. Also just wanted to confirm that you will not have a role to play during the meeting with the possible exception of Sylvain and Richard. Both of you might be asked to contribute to the Q & A session scheduled following the presentations. This will be determine by Hubert during the session.

Should you have questions or comments don't hesitate to contact me.

Thanks.

Martine Ménard
Senior Director / Première directrice
Corporate Communications / Communications institutionnelles
(613) 288-6184

New e-mail / nouveau courriel
martine.menard@cbc.ca

CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting

September 23, 2009 at 11:00 a.m.

AGENDA

Welcoming remarks

Emmanuelle Latraverse
Master of ceremonies
Ottawa Bureau Chef, French National News

Challenges facing the public broadcaster
Role of the Board
Governance

Tim W. Casgrain
President, Board of Directors

Highlights of 2009-2010
Strategic direction looking forward
The need for a sustainable future

Hubert T. Lacroix
President and Chief Executive Officer

Financial results and position
Pressures and the budget shortfall
The recovery plan
Key risks

Suzanne Morris
Vice-President and Chief Financial Officer

Question Period

www.CBC.Radio-Canada.ca/annualmeeting

CBC/Radio-Canada's Annual Public Meeting

September 23, 2009 at 11:00 a.m.

AGENDA

Welcoming remarks

Emmanuelle Latraverse
Master of ceremonies
Ottawa Bureau Chef, French National News

Challenges facing the public broadcaster
Role of the Board
Governance

Tim W. Casgrain
President, Board of Directors

Highlights of 2009-2010
Strategic direction looking forward
The need for a sustainable future

Hubert T. Lacroix
President and Chief Executive Officer

Financial results and position
Pressures and the budget shortfall
The recovery plan
Key risks

Suzanne Morris
Vice-President and Chief Financial Officer

Question Period

www.CBC.Radio-Canada.ca/annualmeeting

From: Pascale Montminy
To: MORRIS, SUZANNE
CC: Kevin Payan
Date: 9/21/2009 3:31 PM
Subject: Assemblée annuelle - Document de questions et réponses en français
Attachments: Q&R-AJOUTS-18sept09-tf.doc; Q&R-Assemblée publique-Sept.18-09-tf.doc

Bonjour Suzanne,

Tel que demandé à Kevin, vous trouverez en pièces jointes la version française des questions et réponses préparées en vue de l'assemblée annuelle.

Espérantle tout satisfaisant,

Pascale

21 septembre, 2009

DÉTAILS DES RENDEZ-VOUS:

(06:00 - 08:00) Montréal-Ottawa

(09:00 - 11:00) Dry-run with speakers and MC - Annual Public Meeting
(Studio 40, Ottawa Broadcast Centre)

(12:00 - 13:00) HR Cttee

(13:00 - 17:30) Standing Cttee & Board (ouvrir pour détails)

(17:30 - 18:15) HR Cttee part II

(18:30 - 20:00) Cocktail Board, SET & senior programmers
(The Library, Arc the Hotel)

DÉTAILS DES TÂCHES:

DÉTAILS DES NOTES:

réservation Château Laurier 2 nuits (21 et 22 septembre #49068714)

réservation Château Laurier 2 nuits (21 et 22 septembre #49068714)

22 septembre, 2009

DÉTAILS DES RENDEZ-VOUS:

(07:30 - 08:00) interview w/ Kathleen Petty Ottawa Morning @ 7:55
(Studio 12)

(08:00 - 08:30) Interview w/ Carl Bernier Bernier & Cie @ 8:10
(Studio 11)

(09:00 - 10:30) Dry-run with production team - Annual Public Meeting
(Studio 40, Ottawa Broadcast Centre)

(10:30 - 18:00) Board (Ouvrir pour détails)

(18:30 - 20:30) Board dinner
(The Rideau Club, Karsh Room)

DÉTAILS DES TÂCHES:

DÉTAILS DES NOTES:

Martlet Foundation meeting

23 septembre, 2009

DÉTAILS DES RENDEZ-VOUS:

(09:00 - 09:45) prep - Q&As

(10:30 - 11:00) Make-up for APM

(11:00 - 12:00) 11:00 am to 12:30 pm CBC/RC Annual Public Meeting
(Studio 40)

(12:00 - 12:30) Bloc - Possibilité d'entrevues
(à la demande de Marco)

(14:00 - 16:30) Ottawa-Montréal

DÉTAILS DES TÂCHES:

DÉTAILS DES NOTES:

30 octobre, 2009

DÉTAILS DES RENDEZ-VOUS:
(06:00 - 07:00)

(08:00 - 13:00)

(13:45 - 13:45) call - 10 min phone call -

(14:15 - 14:45) Call on the internal auditor

(15:00 - 15:30) annual public meeting -

(16:00 - 17:00) catch-up with Richard on phone

s.19(1)

DÉTAILS DES TÂCHES:

s.21(1)(b)

DÉTAILS DES NOTES: