



Le sondage de perception portant sur le *mandat et la vision*

AU:	Conseil d'administration
RÉUNION:	21-22 juin, 2016
DE:	Alex Johnston, VP Stratégie et Affaires publiques
BUT:	Mise à jour annuelle du sondage de perception portant sur le mandat et la vision
DATE:	10 juin, 2016

L'établissement d'indicateurs permettant de suivre et d'évaluer notre rendement est essentiel pour démontrer notre responsabilité envers les Canadiens à titre de radiodiffuseur public national du Canada. Le sondage de perception portant sur le mandat et la vision est un outil permettant de démontrer que CBC/Radio-Canada remplit son mandat conformément à la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 et réalise la vision de la *Stratégie 2020*.

Toutes les données du rapport proviennent du sondage des Mission Metrics, un sondage de perception représentatif et de haute qualité mené par TNS Canada, une firme de recherche indépendante. Le sondage des Mission Metrics, réalisé dans les deux langues officielles deux fois par année, sonde au total 4,000 Canadiens (1,000 anglophones et 1,000 francophones à l'automne et au printemps).

Les derniers résultats du sondage des Mission Metrics ont été compilés et peuvent maintenant être consultés à l'aide du tableau de bord interactif. Pour consulter celui-ci, veuillez utiliser l'adresse suivante : <https://goo.gl/v2BOWI>

Faits saillants :

- Pour l'année 2015-2016, la plupart des indicateurs de perception présentent des résultats stables par rapport aux résultats de l'année précédente.
- Les trois indicateurs de perception affichant le pourcentage le plus élevé de Canadiens fortement en accord sont à l'effet que la programmation de CBC/Radio-Canada est de haute qualité (68 %), est informative (67 %) et qu'elle reflète les régions du Canada (66 %).
- La perception des Canadiens à l'effet que CBC/Radio-Canada interagit activement avec ses auditoires a connu une progression depuis l'introduction de cet indicateur, alors que davantage de Canadiens sont fortement en accord avec cette mesure. En effet, cet indicateur a enregistré une hausse de 4 points depuis 2013-2014, pour s'établir à 48 % en 2015-2016.
- La majorité des Canadiens nous voient comme un leader sur le plan de la disponibilité de notre programmation sur les nouvelles plateformes, mais les résultats ont reculé en 2015-2016, passant de 67 % à 60 % par rapport à l'année dernière (-7 points).