



Rapport annuel 2012-2013

AU :	Conseil d'administration
RÉUNION :	14-15 mai
DE :	Bill Chambers
OBJET :	Proposition pour le rapport annuel 2012-2013 – à titre informatif
DATE :	10 avril 2013

POINTS IMPORTANTS

- Privilégier la communication sur l'information financière et quantitative, ainsi que sur les activités principales et la stratégie.
- Continuer d'établir une plus grande continuité entre le Plan d'entreprise, les rapports trimestriels et le rapport annuel pour ce qui est du contenu, de l'aspect, de la convivialité et de la stratégie de distribution (web).
- Produire le rapport annuel et les rapports trimestriels à l'interne en gardant à l'esprit que la version en ligne en format HTML sera la plus consultée (la version papier du rapport annuel sera tirée à environ 150 à 200 exemplaires).

RAPPORT ANNUEL 2012-2013 DE CBC/RADIO-CANADA

THÈME ET TITRE

Cette année, le thème commun à tous les rapports institutionnels (rapport annuel, Sommaire du Plan d'entreprise et rapports trimestriels) est : *Remettre en cause le statu quo*. L'exercice 2012-2013 illustre assurément la réalité de ce changement constant et fournira une plateforme afin de discuter, entre autres choses, des sujets suivants :

- Nos progrès sur les plans de la Stratégie 2015, des résultats et de la programmation;
- Le budget 2012 et la mise en œuvre du plan *Même stratégie, autre trajectoire* pendant toute l'année;
- Des défis et des enjeux de réglementation, comme, la décision d'éliminer progressivement le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale et les audiences pour le renouvellement des licences de la Société;
- Les faits saillants de la programmation et les défis dans les deux marchés.

Le titre du rapport annuel 2012-2013 sera : *Remettre en cause le statu quo*.

MANDAT POUR LA PRODUCTION DU RAPPORT ANNUEL 2012-2013

Comme dans les années précédentes, nous produirons un rapport annuel conforme aux exigences du vérificateur général du Canada et aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Objectifs

- S'acquitter des obligations de CBC/Radio-Canada en matière de responsabilisation et de reddition de comptes.
- Convaincre les auditoires cibles du rapport annuel que CBC/Radio-Canada est une entreprise qui a la volonté d'accroître sa transparence et sa responsabilisation.
- Démontrer, à l'aide d'indicateurs de rendement clés, que la Société offre une grande valeur publique aux Canadiens en échange du financement annuel qu'elle reçoit du gouvernement.
- Communiquer de l'information sur les activités principales et la stratégie de CBC/Radio-Canada.
- Démontrer que la Société s'appuie sur une vision de ce que le radiodiffuseur public national doit devenir pour répondre aux besoins et aux intérêts des Canadiens.
- Produire des rapports qui sont à la hauteur des nouvelles normes de reddition de comptes, qui réduisent l'empreinte écologique de la Société et qui représentent l'option la moins coûteuse.

Communication et analyse de la rémunération

Dans un souci constant de transparence et de responsabilisation, nous avons mis sur pied un comité en lui donnant le mandat de concevoir un modèle de rapport faisant état de l'approche et de la méthodologie utilisée par la Société pour déterminer la rémunération globale des principaux dirigeants. Ce rapport, qui pourrait être publié dans une nouvelle section du Rapport annuel 2012-2013, viendrait compléter l'information qui est actuellement du domaine public, et nous permettrait de répondre aux

attentes du public qui exige que les organismes financés par l'État communiquent davantage d'information.

Publier le rapport annuel en ligne en format HTML

Nous continuerons de produire le rapport annuel en format HTML pour publication en ligne et de n'en imprimer qu'un nombre minimal d'exemplaires (environ 150, une réduction par rapport aux 200 exemplaires imprimés l'an dernier) en un seul volume, bilingue, en format tête-bêche.

Cette année, nous chercherons à améliorer la version web du rapport en nous assurant que le contenu est solide et en tirant parti du design et de l'aspect pour trouver de meilleures options afin de présenter l'information de manière aussi conviviale que possible.

Rapatrifier la production du rapport annuel à l'interne

Pour le rapport annuel 2011-2012, nous avons réussi à réduire les dépenses de façon significative – d'environ 80 000 \$ – et maximisant nos ressources internes et en rapatriant le design et les autres volets créatifs à l'interne plutôt que de faire appel à une entreprise de design externe. Nous ferons de même pour le rapport annuel 2012-2013.