



# ASSEMBLÉE PUBLIQUE ANNUELLE 2014

<b>AU :</b>	Conseil d'administration
<b>RÉUNION :</b>	17 et 18 juin 2014
<b>DE :</b>	Bill Chambers, vice-président, Image de marque, Communications et Affaires institutionnelles
<b>DÉCISION RECHERCHÉE :</b>	Approbation de la proposition A ou B pour l'assemblée publique annuelle 2014
<b>PROCHAINES ÉTAPES :</b>	Organiser l'assemblée publique annuelle 2014 dans une région où CBC/Radio-Canada est présente dans l'ouest ou conjointement avec la réunion de novembre du Conseil d'administration.
<b>DATE :</b>	Jeudi 5 juin 2014



# A1. CONTEXTE

s.18(a)

s.18(b)

- CBC/Radio-Canada propose deux options pour sa prochaine assemblée publique annuelle (APA). Les deux options comprennent un événement public d'échange et de dialogue avec les Canadiens.
- Les Canadiens pourront participer à l'APA en personne.
- Nous avons fourni une estimation budgétaire avec la production d'une webdiffusion en direct. Nous sommes d'avis que c'est très important pour joindre les Canadiens. Les deux options pourraient l'exclure.
- Les questions du public seront posées en personne (sur place), par courriel et à l'aide des médias sociaux.
- Les images de l'APA seront versées dans le site web institutionnel pour les personnes qui veulent obtenir l'information après la tenue de l'assemblée.
- Les deux options correspondent aux exigences du Conseil du Trésor en matière d'APA.



## A2. ÉLÉMENTS DÉCISIONNELS CLÉS

- **OPTION A** – Novembre 2014 (à confirmer) – L’APA se tiendra dans une région où CBC/Radio-Canada est présente (Régina, Calgary ou Edmonton). s.18(a)  
s.18(b)
- Aperçu de la Société par le président du Conseil, le président-directeur général et la vice-présidente et chef de la direction financière.
- Panel de présentation/discussion avec des personnalités locales de CBC/Radio-Canada.
- Période de questions (sur place et par courriel).
- Réception
  - Petite réception décontractée
- Budget
  -



## A3. AVANTAGES, RÉPERCUSSIONS ET RISQUES CLÉS

### ■ Avantages de l'OPTION A

- Organiser l'événement **en partenariat** avec une organisation locale; on pourrait envisager des universités, collèges, un musée ou un autre partenaire.
- L'auditoire présent comprend des membres du public et des parties intéressées de la région (cibler les jeunes, le milieu des affaires et les communautés multiculturelles).
- Organiser l'APA dans une région témoinne de l'importance accordée aux régions et de notre engagement envers elles.
- C'est une occasion de faire la promotion de qui nous sommes et de ce que nous faisons par l'entremise de personnalités locales.
- Les dernières APA ont eu lieu à Ottawa, Saint-Jean et à Toronto et n'ont jamais été produites dans l'Ouest canadien.
- La démarche correspond à la manière dont d'autres sociétés d'État ou organismes gèrent leurs APA.

### ■ Considérations stratégiques

- Il se peut qu'il n'y ait pas de studio de CBC/Radio-Canada assez grand pour accueillir le public sur place.
- Il se peut qu'il n'y ait pas les infrastructures techniques et l'équipe de production nécessaires sur place. Nous devons donc faire déplacer l'équipe technique d'un grand centre et/ou louer l'équipement de production; cela va augmenter les coûts.
- Il se peut que se soit difficile d'attirer des communautés francophones dans les régions que nous proposons.



## A2. ÉLÉMENTS DÉCISIONNELS CLÉS

s.18(a)

s.18(b)

- **OPTION B** – 19-20 novembre 2014 (à confirmer)– Événement en studio avec webdiffusion organisée conjointement avec la réunion de novembre du Conseil d’administration qui doit avoir lieu à Montréal
  - Aperçu de la Société par le président du Conseil, le président-directeur général et la vice-présidente et chef de la direction financière.
  - Panel de présentation/discussion avec des personnalités locales et réseau de CBC/Radio-Canada.
  - Période de questions (sur place et par courriel).
  - Réception
    - Petite réception décontractée
  - Budget
    -



## A3. AVANTAGES, RÉPERCUSSIONS ET RISQUES CLÉS

### ■ Avantages de l'OPTION B

- Organiser l'APA dans un de nos studios à Montréal nous permettra de réduire nos coûts (pas d'équipement de production à louer, la plus grande partie de l'infrastructure est déjà sur place).
- Le public dans le studio comprend des membres du public et des parties intéressées locales.
- Faire la promotion de qui nous sommes et de ce que nous faisons par l'entremise de personnalités locales et réseau.
- La démarche correspond à la manière dont d'autres sociétés d'État ou organismes gèrent leurs APA.

### ■ Considérations stratégiques

- Selon notre expérience de l'organisation d'APA dans de grands centres, il est difficile d'attirer les membres du public.
- Joindre un auditoire varié pour participer à une conversation sur une grande variété de sujets pourrait être plus difficile.



## A4. CRITÈRES DE RÉUSSITE

- La réussite dépend de nombreux facteurs, dont le thème d'ensemble de l'APA (notamment du panel de discussion), le lieu choisi et les partenariats avec des organisations locales, la mobilisation du public avant et pendant l'événement (sur place et en ligne), et le respect des échéanciers.
- Taux de participation sur place : nombre de personnes, de questions.
- Participation en ligne : nombre de questions reçues en ligne avant l'événement, participation et couverture dans les médias sociaux, et nombre de Canadiens qui consulteront les archives.
- Analyse de la couverture médiatique.
- Indicateurs de rendement clés : la visibilité nationale et locale; l'atteinte de notre public cible; l'amélioration de la marque (portée, expérience pour notre public cible, impact ou résultat).



## A6. RÉSOLUTION

- Que l'assemblée publique annuelle 2014 se tienne conjointement lors de la réunion de Conseil d'administration les 19 et 20 novembre à Montréal, et sa date précise, l'heure et le format soient déterminés par le président-directeur général, en consultation avec le président du Conseil d'administration.