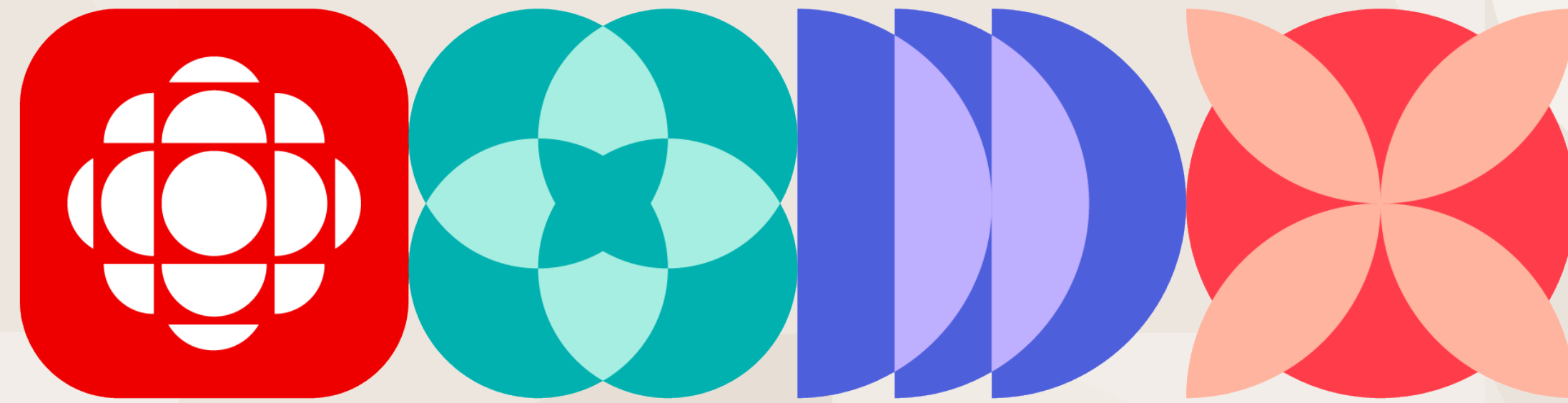




Radio-Canada, ici pour vous

La stratégie 2025-2030

CBC/Radio-Canada est un média de service public

Nous avons pour mission d'informer, d'éclairer et de divertir l'ensemble de la population d'un bout à l'autre du pays. Nous sommes ici pour vous, et vous offrons des contenus facilement découvrables, accessibles, pertinents et qui stimulent l'imaginaire. Nous nous engageons à présenter des nouvelles vérifiées et fiables avec exactitude, impartialité, intégrité et en toute indépendance; à diffuser des contenus de divertissement attrayants et enrichissants qui mettent en vitrine des créations locales; à présenter des débats essentiels pour mieux comprendre notre monde et bâtir ensemble un avenir commun. Nous le faisons notamment dans nos relations avec les Inuit, les Métis et les Premières Nations, en offrant

une programmation qui reflète les cultures autochtones et les langues autochtones du Canada. Nous sommes le fil conducteur qui relie les communautés de langue officielle en situation minoritaire d'un océan à l'autre. Nous reconnaissons la responsabilité que nous avons de soutenir les écosystèmes médiatique, journalistique et culturel du Canada et de contribuer à leur réussite par le biais de collaborations et de partenariats.



Ici pour tout le monde

Notre objectif est de joindre toutes les personnes qui vivent au pays, avec l'intention de toucher celles qui ne nous connaissent pas encore ou celles qui estiment être mal desservies. Nous nous engageons à les écouter activement pour comprendre leurs besoins, à concevoir une programmation et des offres qui nourrissent le cœur et l'esprit, et à rendre cette programmation facilement accessible là où ces auditoires consomment des contenus médiatiques, dans le but de bâtir un service public plus inclusif et pérenne.

Afin d'adapter nos services et d'assurer notre pertinence pour les générations futures, nous priorisons trois segments clés de la population.

Enfants et jeunes

Nous savons que cette génération est axée sur le numérique et explore majoritairement les plateformes mondiales. Notre défi est de capter leur attention, de les inspirer et de les accompagner avec des contenus canadiens qu'ils peuvent trouver facilement, pour bâtir dès le plus jeune âge une relation durable qui se poursuivra dans l'enfance et l'adolescence et jusque dans leur vie de jeunes adultes.

Nouveaux arrivants

Le Canada est en évolution grâce à l'immigration, et en tant qu'institution culturelle nationale, nous nous engageons à peaufiner nos offres pour mieux servir ces communautés diversifiées. Nous voulons que chaque nouvel arrivant se sente chez lui, informé et divertie par des contenus qui reflètent ses réalités et ses aspirations. Le cas échéant, nous faciliterons l'intégration des nouveaux arrivants de langue officielle en situation minoritaire au sein de ces communautés, améliorant ainsi notre pertinence.

Non-utilisateurs ou voix critiques

Ce groupe représente le plus grand défi pour nous, en grande partie parce que ses membres estiment être mal desservis ou oubliés. Nous voyons ce défi comme une chance unique d'établir un dialogue inclusif, de refléter leurs réalités et de leur offrir des contenus qui les informent et les divertissent.



Trois piliers guident notre travail

La stratégie d'entreprise 2025-2030 s'appuie sur trois piliers phares afin d'être là pour vous, où que vous soyez :



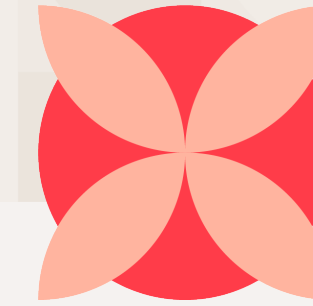
Proximité

Nous nous engageons à consolider notre présence à l'échelle locale et régionale pour nous rapprocher des personnes que nous servons, en particulier ceux qui vivent dans des communautés de langue officielle en situation minoritaire, ainsi que les peuples autochtones. Cela veut dire être là où ils sont et refléter qui ils sont : en relayant des histoires uniques avec authenticité, en élargissant notre réseau de créateurs de contenu et en présentant des sujets véritablement importants pour les communautés.



Agilité numérique

Dans un monde numérique qui évolue rapidement, nous opérons une transformation afin d'accroître la découvrabilité et la pertinence de nos services, et d'offrir aux gens des contenus sur les plateformes de leur choix. Grâce à une utilisation responsable des données, nous connaissons mieux leurs préférences et nous améliorerons l'accessibilité et la facilité d'utilisation de nos services. Notre but est de mieux comprendre les publics mal desservis et de les toucher, y compris les jeunes et les nouveaux arrivants, en leur offrant nos services là où ils se trouvent dans l'univers numérique.



Rôle rassembleur

Nous nous engageons à favoriser des connexions entre les gens de toutes les communautés, de toutes les générations et de tous les horizons, et à créer des espaces propices au dialogue constructif ainsi qu'à la compréhension mutuelle, qui honorent la richesse de nos cultures et renforcent notre démocratie. En misant sur des partenariats stratégiques et une programmation variée, nous lutterons contre la désinformation, favoriserons l'éducation aux médias et appuierons l'expression culturelle. Nous serons ici dans les moments de joie et de fierté comme dans les moments difficiles, créant ainsi des expériences partagées.