

TELEFILM
C A N A D A

Rapport annuel
2010-2011

oser changer

**UNE
NOUVELLE
VISION**

Plan du site

Qui sommes-nous ?

Mandat et vision

- Mandat
- Principes directeurs
- Raison d'être
- Cadre de mesure de la performance

Fonctions et activités fondamentales

- Investissement
- Promotion
- Administration des programmes

Une présence régionale ayant une portée internationale

Employés et valeurs

- Nos employés
- Nos valeurs

Prix et récompenses

Messages

[Message de Michel Roy](#)

[Message de Carolle Brabant](#)

[Une nouvelle vision stratégique pour les exercices 2012-2015](#)

- Valoriser la réussite culturelle
 - Quatre piliers stratégiques
 - Grandes priorités pour 2011-2012
-

Plan du site

Réalisations Accroître les auditoires

Résultats des recettes-guichet pour 2010

- Résultats des recettes-guichet
- Analyse des recettes-guichet des films canadiens
- Part de marché
- Recettes-guichet des films indépendants en 2010
- Nombre de films lancés en salles

Le consommateur multicanal

Ce que regardent les Canadiens

- Mettre l'accent sur la stimulation de la demande

Un éventail diversifié de projets

- Répondre aux goûts des cinéphiles canadiens
- Renforcer le tissu culturel du Canada
- Engagements par région et langue

Les prix du Canada

- Du circuit des festivals aux Oscars®
 - D'Ottawa à Shanghai : une série de projections spéciales
 - Le Golden Box Office Award et le Guichet d'or
-

Réalisations Développer le potentiel de l'industrie

Cinéma canadien : investissement et rendement

- L'effet de levier de nos investissements
- Nos investissements en 2010-2011
- Financement public vs financement privé
- Créer un effet de levier grâce aux investissements dans la coproduction
- Le cycle de vie des ventes

La présence du Canada aux marchés internationaux

- Volume des ventes sur la scène internationale
- Valeur des ventes internationales
- Faire affaire avec le Canada
- Mieux cibler notre approche des marchés internationaux

Encourager la diversité canadienne

- Une riche tradition narrative
 - Développer les talents dans les communautés minoritaires de langue officielle
 - Le pouvoir de la technologie
-

Plan du site

Administration

Survol de l'information opérationnelle et financière

Administrateur responsable

- Service aux clients
- Transparence et responsabilité
- Un administrateur efficace

Fiabilité de l'information

Survol des résultats financiers

Dépenses de support

Récupérations

Frais de fonctionnement et d'administration

Financement gouvernemental et revenus

Résultat net

Bilan

Sommaire des flux de trésorerie

Rétrospective des neuf derniers exercices

États financiers

Gouvernance

Conseil d'administration

- Biographies
- Intendance du conseil
- Responsabilités et activités
- Nominations
- Comités du conseil d'administration

Comité de direction

- Biographies
- Structure de gouvernance de la direction

Gestion des risques

- Types de risques

Évaluation du rendement et rémunération

- Conseil d'administration
- Directrice générale
- Employés

Orientation et formation

Communications et consultations

Code de conduite et éthique

- Conflit d'intérêts
 - Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles
-

Qui sommes-nous ?

« **Faire affaire avec Téléfilm
m'a permis de... produire des films
qui viennent du cœur et qui touchent
l'esprit et l'âme des auditoires
du monde entier. »**

– Robert Lantos
(producteur)

Qui sommes-nous ?

Mandat et vision

Notre nouvelle **VISION**

Des auditoires de partout exigeant du contenu multi-écrans canadien – accessible partout, en tout temps et sur toutes les plateformes.

Mandat

Favoriser et encourager le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne en jouant un rôle de chef de file par un appui financier et des initiatives alimentant son succès.

Principes directeurs

- Défendre activement une culture audiovisuelle canadienne viable
- Redéfinir la mesure du succès
- Récompenser la performance et inciter à penser autrement
- Promouvoir la diversité sous toutes ses formes par nos programmes et nos politiques
- Être ouverts, transparents et accessibles pour les intervenants, l'industrie et le public
- Offrir la meilleure valeur possible aux Canadiens

Qui sommes-nous ?

Raison d'être

Créée en 1967 en vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, Téléfilm est une société d'État fédérale relevant du Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien.

Le contenu multi-écrans canadien assure l'expression et la promotion de la culture canadienne à l'échelle du pays et dans le monde entier. Grâce à ses programmes de financement et à ses activités de soutien, Téléfilm offre un service gouvernemental essentiel aux industries audiovisuelles du Canada, qui représentent un secteur important de notre économie.

Cadre de mesure de la performance

Téléfilm utilise un cadre de mesure de la performance afin de créer une culture de responsabilisation. Ce cadre comprend des objectifs stratégiques, des indicateurs clés de performance, des cibles et des résultats, qui font tous l'objet d'une analyse dans les sections *Réalisations* et *Administration*.

Fonctions et activités fondamentales

Téléfilm assume trois grands rôles :

Investissement

Téléfilm administre le Fonds du long métrage du Canada (97 millions de dollars pour l'exercice financier 2010-2011) qui offre principalement une aide financière pour le développement et la production de films destinés à un auditoire mondial.

De plus, Téléfilm recommande la certification de coproductions réalisées en vertu des traités pour le cinéma et la télévision, au ministre du Patrimoine canadien.

Promotion

Téléfilm reconnaît la nécessité de stimuler la demande des auditoires pour du contenu multi-écrans canadien. En tant que promoteur, notre rôle consiste à :

- Soutenir la mise en marché et la promotion de longs métrages canadiens et de notre industrie audiovisuelle dans son ensemble;
- Participer à des événements de l'industrie, comme des festivals et des marchés, qui aident les sociétés audiovisuelles canadiennes à promouvoir et à vendre leurs productions, et appuyer les activités de développement des affaires de l'industrie.

Qui sommes-nous ?

Administration des programmes

En plus d'administrer ses propres programmes et initiatives, Téléfilm fournit ses services au Fonds des médias du Canada (FMC). Le FMC est une société sans but lucratif distincte de Téléfilm. Une entente de services assure l'administration des programmes du FMC par Téléfilm (±337 millions de dollars pour l'exercice financier 2010-2011).

Téléfilm a publié une [charte du service aux clients](#). Cette charte représente notre engagement à établir des relations avantageuses avec nos partenaires du secteur privé. La charte repose sur trois valeurs fondamentales, soit l'accessibilité, l'impartialité et le respect des délais de décisions.

Une présence régionale ayant une portée internationale

Téléfilm, dont le siège social est situé à Montréal, offre des services bilingues à ses clients par l'entremise de quatre bureaux régionaux situés à Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax.

Les services offerts dans l'ensemble de nos bureaux régionaux sont les suivants :

- Création d'occasions de développement des affaires et promotion des talents et du contenu canadiens afin de rejoindre les communautés en partenariat avec des marchés, festivals et initiatives régionaux, nationaux et internationaux.
- Évaluation des demandes de financement et sélection des projets audiovisuels admissibles au financement offert par nos programmes.
- Contrôle diligent de l'ensemble des activités de développement des affaires et des demandes de financement de projet, et certification des coproductions en vertu des traités internationaux.

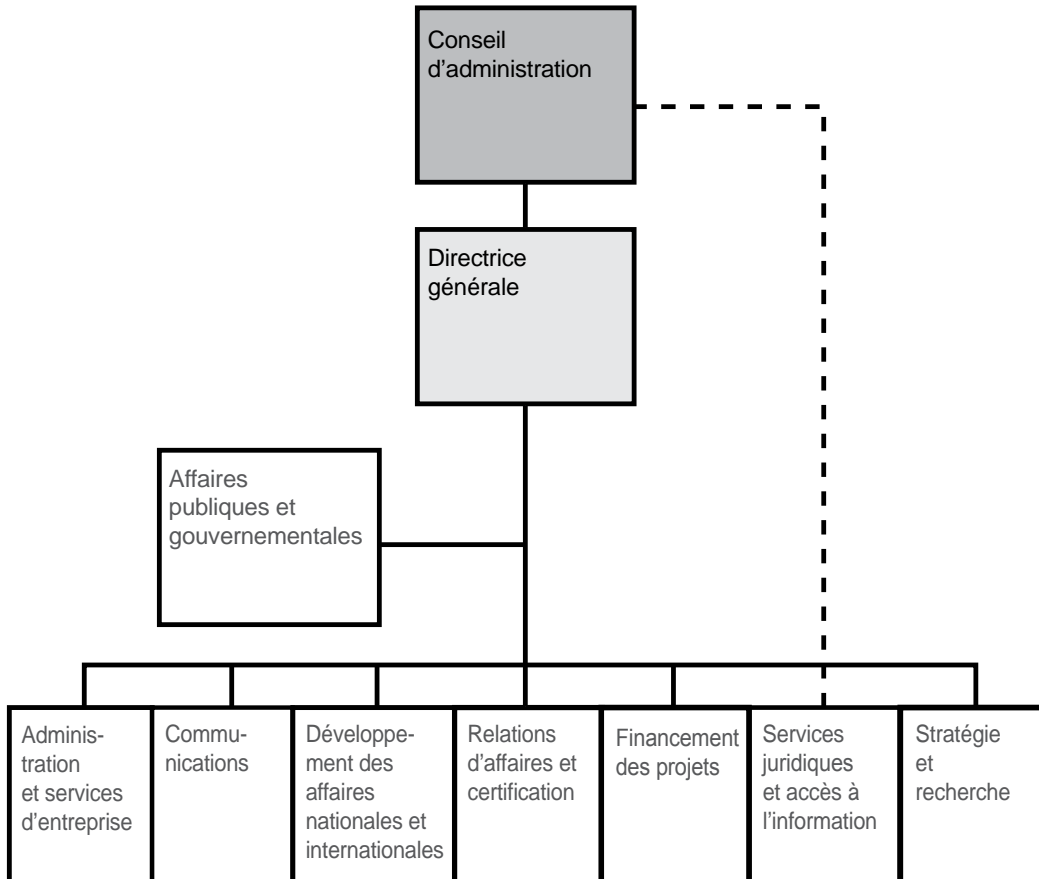
Les fonctions de soutien administratif sont situées à Montréal et comprennent :

- Bureau de la direction générale
- Administration et services d'entreprise (finances, ressources humaines, technologie de l'information)
- Communications
- Affaires publiques et gouvernementales
- Services juridiques
- Stratégie et recherche

Qui sommes-nous ?

Employés et valeurs

Nos employés



Téléfilm compte au-delà de 200 employés en poste dans ses bureaux régionaux au Canada, qui possèdent de l'expérience dans l'industrie audiovisuelle (médias interactifs/télévision/cinéma) ou en administration.

Les responsabilités sont bien définies dans l'ensemble de l'organisation.

La directrice générale est responsable devant le conseil d'administration, et tous les autres secteurs opérationnels sont responsables devant la directrice générale.

Qui sommes-nous ?

Nos valeurs

Respect

Chez Téléfilm, nous nous faisons confiance et nous nous traitons avec respect. Nous écoutons ce que les autres ont à dire, nous reconnaissons le travail, les efforts et l'expertise de nos collègues, nous instaurons et favorisons un climat de confiance, nous cherchons à évoluer avec aisance dans un milieu bilingue et nous agissons avec intégrité.

Engagement

Nous travaillons ensemble pour assurer le succès de Téléfilm et de l'industrie audiovisuelle canadienne. Nous adhérons aux objectifs de l'organisation et mettons tout en œuvre pour les atteindre, nous encourageons une saine conciliation travail-famille et nous sommes proactifs dans la communication des messages de l'organisation.

Orientation client

Nous reconnaissons qu'un service à la clientèle de grande qualité est au cœur de notre mandat. Nous travaillons de près avec nos clients, à l'interne comme à l'externe, ainsi qu'avec nos partenaires.

Ouverture

Nous visons l'innovation et cherchons constamment à nous améliorer. Nous encourageons la diversité, nous nous efforçons d'être dynamiques dans l'atteinte des objectifs de Téléfilm et nous profitons des leçons apprises pour aller de l'avant.

Qui sommes-nous ?

Prix et récompenses

Depuis 2005-2006, les rapports annuels de Téléfilm ont remporté de nombreux prix d'excellence.

En 2010-2011, le **rapport annuel 2009-2010 de Téléfilm** intitulé **Oser changer** a remporté le prix Argent du Meilleur rapport annuel en ligne décerné dans le cadre de la compétition internationale Astrid qui récompense une réalisation exceptionnelle en communication graphique. De plus, notre rapport 2008-2009, **Action**, a remporté le prix Or pour un rapport annuel non traditionnel dans la catégorie Organismes et bureaux du gouvernement, lors de l'édition 2010 des **2010 International ARC Awards**.

Autres prix et récompenses :

Rapport annuel 2008-2009 de Téléfilm	Vision Awards Annual Report Competition 2009	<ul style="list-style-type: none">• Prix Argent – Meilleur rapport annuel d'organisme gouvernemental – Amériques• 97^e rang au palmarès des 100 meilleurs rapports annuels• Prix Or – Meilleur rapport annuel général (catégorie Gouvernement)
Rapport annuel 2007-2008 de Téléfilm	Prix des rapports d'entreprise 2009 des Comptables agréés du Canada	<ul style="list-style-type: none">• Prix d'excellence pour les petites sociétés d'État
	International ARC Awards 2009	<ul style="list-style-type: none">• Prix Bronze – Rapport annuel non traditionnel – Organismes et bureaux du gouvernement
	Vision Awards Annual Report Competition 2008	<ul style="list-style-type: none">• Prix Platine – Meilleur rapport annuel général (catégorie Gouvernement)• Prix Platine – Rapport annuel le plus créatif – Amériques• 31^e rang au palmarès des 100 meilleurs rapports annuels• Prix Bronze – Rapport annuel le plus créatif dans le monde entier
Rapport annuel 2006-2007 de Téléfilm	Vision Awards Annual Report Competition 2007	<ul style="list-style-type: none">• 89^e rang au palmarès des 100 meilleurs rapports annuels généraux• Prix Or – Meilleur rapport annuel général (catégorie Gouvernement)
Rapport annuel 2005-2006 de Téléfilm	Prix des rapports d'entreprise 2007 des Comptables agréés du Canada	<ul style="list-style-type: none">• Prix d'excellence pour les petites sociétés d'État
	International ARC Awards 2007	<ul style="list-style-type: none">• Prix honorifique pour un organisme gouvernemental non traditionnel
	Vision Awards Annual Report Competition 2006	<ul style="list-style-type: none">• 36^e rang au palmarès des 100 meilleurs rapports annuels généraux• Prix Bronze – Meilleur rapport annuel d'organisme gouvernemental• Prix Platine – Meilleur rapport annuel général (catégorie Gouvernement)

« **Faire affaire avec Téléfilm
m'a permis... d'apprendre et de
grandir en tant que productrice,
d'accompagner les créateurs
dans leurs démarches artistiques et
de les encourager à se surpasser. »**

– Denise Robert
(productrice)

Messages

Message de Michel Roy

De levier financier à levier de succès

Depuis 44 ans, Téléfilm contribue à renforcer la capacité de l'industrie audiovisuelle canadienne à atteindre un niveau mondial d'excellence dans tous les domaines de la production. Ainsi, nous disposons aujourd'hui de producteurs, réalisateurs, scénaristes, comédiens, directeurs photo et techniciens qui sont parmi les meilleurs au monde.

J'ai l'honneur et le privilège, pour une quatrième année, d'assumer la présidence d'un conseil d'administration qui saisit bien les enjeux et les défis auxquels est actuellement confrontée l'industrie, et qui soutient la direction de Téléfilm dans l'important virage qu'amorce l'organisation.

Notre nouveau plan d'entreprise, lequel marquera les quatre prochaines années, conserve les acquis de Téléfilm dans son rôle essentiel d'investisseur, mais il témoigne aussi de la volonté de changement que nous avons insufflée à l'organisation et qui a teinté toutes les réflexions.

Les nombreuses consultations que nous avons menées d'un océan à l'autre auprès des intervenants de l'industrie nous le confirment : l'avenir de notre industrie audiovisuelle passe inévitablement par la stimulation de la demande des Canadiens pour les productions d'ici. Outre le défi promotionnel à relever, nous devons réussir à opérer un véritable changement de perceptions chez les Canadiens, de façon à ce qu'ils prennent conscience de la valeur de nos films, ainsi que du rôle essentiel que joue l'industrie audiovisuelle dans le développement économique et culturel de notre pays. Nous devons travailler, ensemble, à instaurer une véritable culture du succès.

Ce faisant, Téléfilm articulera désormais sa vision autour de quatre volets qui forment l'ossature de son nouveau plan d'entreprise :

1. Maintenir, voire renforcer notre rôle d'investisseur dans des productions de qualité, tout en révisant notre concept de performance, c'est-à-dire la mesure du succès, afin qu'il englobe non seulement le succès commercial lié à toutes les formes de diffusion, mais aussi le succès culturel;
2. Nous investir d'un rôle de catalyseur pour stimuler la demande de contenus canadiens multi-écrans, et créer un mouvement qui disposera le grand public à être attiré par les productions d'ici;
3. Devenir la référence dans l'industrie, en rendant disponible une information stratégique de pointe;
4. Simplifier le processus d'accès au financement, tout en maintenant des pratiques d'excellence où rigueur ne sera cependant pas synonyme de rigidité.

Je remercie l'honorable James Moore et les représentants du ministère du Patrimoine canadien et des Langues officielles de l'appui qu'ils nous manifestent et de l'intérêt qu'ils portent à la cause de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Je remercie toute l'équipe de Téléfilm : mes collègues du conseil d'administration, qui s'acquittent de leur mandat avec compétence et dévouement, en veillant à ce que l'organisme dispose des outils et des mécanismes qui garantissent une efficacité et une efficience optimales; M^{me} Carolle Brabant, directrice générale depuis maintenant un an, qui assume un leadership bien senti; notre équipe de direction, qui assure un encadrement de gestion efficace; ainsi que tous nos employés, pour leur engagement et l'attention qu'ils portent aux besoins de nos clients.

Je remercie nos partenaires et les représentants de l'industrie avec qui nous échangeons régulièrement. Non seulement votre apport profite à nos travaux, mais il s'avère indispensable à la construction d'un héritage culturel unique à léguer aux Canadiens, au bénéfice des générations actuelles et futures.

Enfin, chapeau aux créateurs canadiens qui se sont distingués en 2010-2011 dans des productions qui ont fait notre fierté, chez nous comme à l'étranger!

Michel Roy

Président du conseil

Messages

Message de Carolle Brabant

Virage amorcé

C'est avec enthousiasme que j'ai accepté, en mars 2010, de prendre la direction de Téléfilm Canada, une organisation que je connais très bien puisque j'y travaille depuis plus de 20 ans. Le mandat que l'on m'a confié était clair : concrétiser la vision du conseil d'administration et *oser changer*.

Appuyés par une équipe de gestionnaires et d'employés enthousiastes, nous avons consacré une bonne partie de l'année à poser un regard neuf sur nos activités. Nous avons consulté l'industrie, mais aussi l'équipe de Téléfilm et nos partenaires.

De toutes les idées émises au cours de ces consultations, il en est une qui a retenu notre attention, celle de créer un mouvement en faveur du contenu canadien, en faveur du succès.

Cette vision, que nous avons présentée dans notre plan stratégique *Valoriser la réussite culturelle* s'appuie sur la conviction que nos productions ont la capacité d'émouvoir et de susciter l'intérêt des auditoires d'ici et d'ailleurs. L'année dernière en a été un exemple probant.

Nos productions à l'honneur sur la scène internationale

Quelle année fertile pour le cinéma canadien! À eux seuls, les longs métrages *Incendies* et *Barney's Version* ont enregistré des recettes combinées de plus de 25 millions de dollars, et ce n'est pas terminé. Ils ont également connu de grands succès critiques et populaires qui leur ont valu de nombreuses nominations. *Incendies* a récolté huit prix Génie et neuf prix Jutra, en plus de représenter le Canada aux Oscars® dans la catégorie du Meilleur film en langue étrangère.

Barney's Version, pour sa part, a obtenu le Leoncico d'Oro au Festival international du film de Venise, ainsi que le prix du public au Festival international du film de San Sebastián. Ce film a aussi remporté le Golden Globe du Meilleur acteur dans une comédie et le prix Génie du Meilleur acteur dans un long métrage canadien. De plus, *Barney's Version* a fait l'objet d'une nomination aux Oscars® dans la catégorie du Meilleur maquillage.

Au total, les longs métrages canadiens ont décroché 127 prix à travers le monde. Entre le retour de Xavier Dolan sur la Croisette pour y présenter son deuxième long métrage, *Les amours imaginaires*, en sélection officielle – Un Certain Regard, et la première mondiale de *Hobo with a Shotgun* du réalisateur Jason Eisener à Sundance, les Canadiens ont attiré l'attention dans plusieurs grands festivals internationaux.

Par ailleurs, 57 nouvelles coproductions ont été certifiées par Téléfilm, générant un apport total de 213 millions de dollars de financement étranger dans le contenu canadien. Nous avons maintenu à 6,2 % le pourcentage des frais d'administration de nos programmes, conformément à nos exigences de saine gouvernance dans la gestion des fonds publics qui nous sont confiés.

Le Fonds des médias du Canada, un partenaire privilégié

Nous sommes fiers d'avoir assuré la transition des programmes du Fonds des médias du Canada (FMC) et d'avoir contribué au lancement du Volet expérimental. Nous avons renouvelé notre entente de services avec le FMC, soulignant du même coup le cinquième anniversaire de la collaboration entre nos deux organismes.

Messages

Nous rapprocher de nos clientèles

Nous avons révisé nos pratiques en matière de communication et accentué nos activités de rayonnement, ce qui s'est traduit par une couverture médiatique plus large qu'auparavant, dont l'industrie a bénéficié. Nous avons aussi amélioré notre visibilité auprès de notre clientèle.

La création du Golden Box Office Award, décerné à des longs métrages de langue anglaise, a braqué plus d'une fois les projecteurs vers les réussites canadiennes. Nous avons aussi accru sensiblement notre présence sur la scène internationale, en améliorant nos microsites et en réalisant de fructueuses campagnes Google AdWords.

Des partenariats avec les secteurs public et privé nous ont permis de présenter des films canadiens de qualité aux membres du Parlement. Sous la présidence d'honneur du ministre James Moore, les projections ont débuté avec *Gunless*, pour se poursuivre avec *Incendies* et *Barney's Version*. Fort appréciées, ces initiatives ont permis de sensibiliser les décideurs politiques aux succès canadiens.

Les chantiers de Téléfilm

En 2011, Téléfilm entame un nouveau cycle de planification d'entreprise. Ce moment est décisif, puisque nous amorçons un virage important pour mieux valoriser la réussite culturelle.

Des équipes de travail sont déjà à pied d'œuvre dans trois chantiers porteurs de changements et jugés importants tant par Téléfilm que par l'industrie : la refonte des programmes, les stratégies de promotion du contenu canadien multi-écrans et la création d'un nouvel indice de mesure du succès. Pour Téléfilm, ces chantiers représentent des défis stimulants.

L'industrie peut compter sur nous!

L'industrie audiovisuelle canadienne possède tous les atouts pour tirer parti des occasions qui se présenteront dans les prochaines années pour faire valoir ses œuvres. Ces défis lui appartiennent, mais elle peut compter sur l'appui de Téléfilm pour les relever.

Je remercie notre président, monsieur Michel Roy, et les membres du conseil, de la confiance et de l'appui qu'ils m'ont accordés tout au long de l'année. Je remercie également les employés de Téléfilm pour leur engagement à mes côtés. C'est un plaisir et un privilège de côtoyer quotidiennement ces collaborateurs dévoués, passionnés de cinéma et, surtout, résolus à ce que les créateurs canadiens prennent la place qu'ils méritent ici et partout dans le monde.

Carolle Brabant
Directrice générale

Messages

Une nouvelle vision stratégique pour les exercices 2012-2015

Valoriser la réussite culturelle

Au cours des quatre dernières décennies, Téléfilm a contribué à créer une industrie audiovisuelle canadienne qui est aujourd'hui reconnue mondialement, non seulement pour la qualité de ses productions, mais également pour ses talents exceptionnels. Toutefois, le temps est maintenant venu de s'attaquer au prochain grand défi que pose l'évolution de l'industrie. Nous devons centrer nos efforts afin de stimuler la demande des auditoires pour du contenu canadien multi-écrans dans un environnement où la concurrence pour le temps, l'intérêt et l'argent du consommateur est de plus en plus forte. Ce nouvel objectif institutionnel redynamise notre mandat et aligne plus étroitement nos activités aux besoins de l'industrie.

Quatre piliers stratégiques

Comme l'a révélé notre important processus de consultation mené en 2010-2011, Téléfilm et les intervenants de l'industrie partagent essentiellement le même point de vue sur ce dont l'industrie audiovisuelle canadienne a besoin pour demeurer forte. La nouvelle orientation définie par Téléfilm dans son plan d'entreprise 2012-2015, *Valoriser la réussite culturelle*, repose sur quatre piliers stratégiques :

Maintenir et renforcer notre rôle essentiel d'investisseur

Nous devons élargir notre approche traditionnelle du financement en cherchant de nouvelles sources de fonds pour l'industrie et en encourageant le développement de coproductions qui permet la mise en commun de budgets plus importants et le financement de projets plus ambitieux.

Développer notre rôle de promoteur

Téléfilm aidera l'industrie à développer sa capacité de promouvoir ses productions de façon innovatrice, et appuiera cet effort en mettant à profit de solides partenariats et les ressources à sa disposition pour soutenir l'industrie.

Devenir une source de référence en produisant et en partageant de l'information clé sur l'industrie

Téléfilm a un rôle important à jouer en recueillant, analysant et diffusant de l'information commerciale qui profitera aux sociétés de production indépendantes.

Renforcer l'excellence organisationnelle de Téléfilm

Téléfilm cherchera toujours des façons de réaliser d'autres économies d'efficience et d'améliorer son efficacité.

Messages

Grandes priorités pour 2011-2012

Nous nous attaquerons à ces priorités en mettant sur pied une série d'initiatives :

Élaborer un plan pour promouvoir les talents et les projets canadiens

Dans chaque région du pays comme sur la scène internationale, Téléfilm s'emploiera à faire connaître les succès de l'industrie canadienne. Nous mettrons en œuvre une stratégie de distribution numérique multiplateforme pour le contenu canadien, et nous allons explorer d'autres sources de financement et d'investissement du secteur privé.

Créer un ensemble plus large de critères afin de mesurer le succès

Une définition purement commerciale du succès est devenue trop étroite. En consultation avec l'industrie, Téléfilm et ses partenaires établiront des critères qui permettront de mesurer le succès en fonction d'une définition plus large, qui englobera des facteurs culturels, commerciaux et industriels.

Restructurer nos programmes afin de répondre aux nouveaux objectifs stratégiques

Nous poursuivrons nos efforts en vue de simplifier les programmes et ses principes directeurs, tout en maintenant des normes de rendement administratif élevées et une solide responsabilité à l'égard des fonds dont nous assurons la gestion.

« **Faire affaire avec Téléfilm**
m'a permis de... réaliser des films
de calibre international avec de grandes
vedettes sur des sujets audacieux
qui interpellent les auditoires du Canada
et du monde entier. »

– Kari Skogland
(réalisatrice)

Réalisations

Accroître les auditoires

Objectif stratégique

Un plus grand nombre de Canadiens ont le plaisir de voir des films distinctement canadiens

Indicateur clé de performance

Part de marché des recettes-guichet canadiennes

Cible

5 %

Résultats pour 2008-2009

2,9 %

Résultats pour 2009-2010

3,3%

Résultats pour 2010-2011

Les films canadiens ont généré 3,1 % du total des recettes-guichet enregistrées au Canada

Réalisations

Résultats des recettes-guichet¹ pour 2010

Résultats des recettes-guichet

L'année 2010 a couronné dix ans de succès impressionnant pour les films canadiens dont les recettes-guichet ont atteint une croissance globale de 134 %, ce qui est six fois supérieur à celle du marché dans son ensemble.

La contribution de Téléfilm est allée plus loin : grâce à une participation accrue du secteur privé et des partenaires internationaux, un plus grand nombre de projets ont pu être financés avec un investissement moindre.

Les films en nomination aux Oscars[®], *Incendies* et *Barney's Version*, étant en tête du peloton, les projets financés par Téléfilm ont remporté 127 prix dans le monde entier.

Les 10 films canadiens les plus lucratifs au Canada

Titre	Recettes-guichet en 2010 (M\$)		
	Langue française	Langue anglaise	Total
<i>Resident Evil: Afterlife</i>	1,1	5,8	6,9
<i>Piché : Entre ciel et terre</i>	3,6	0,0	3,6
<i>Incendies*</i>	2,5	0,2	2,7
<i>Lance et compte</i>	2,3	0,0	2,3
<i>Splice</i>	0,3	1,9	2,2
<i>Filière 13</i>	1,9	0,0	1,9
<i>Imaginarium of Dr. Parnassus</i>	0,1	1,0	1,1
<i>Les sept jours du talion</i>	1,1	0,0	1,1
<i>Le journal d'Aurélie Laflamme</i>	1,1	0,0	1,1
<i>L'enfant prodige</i>	0,8	0,0	0,8

*Film encore à l'affiche au 31 décembre 2010

¹ Les recettes-guichet sont fournies par la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada (MPTAC) et sont comptabilisées en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre. Les recettes des films qui ont gardé l'affiche pendant plus d'une année civile sont comptabilisées selon l'année où elles ont été accumulées.

Réalisations

Par marché linguistique

Les recettes-guichet totales ont franchi le cap du milliard de dollars pour une deuxième année consécutive, et ont augmenté de près de 3 % de 2009 à 2010. Toutefois, les recettes-guichet totales des films canadiens ont chuté de près de 4 %.

Recettes-guichet totales

	2009	2010	Écart
		(M\$)	
Marché de langue française	144,7	150,1	3,8 %
Marché de langue anglaise	862,2	886,0	2,8 %
Total pour les deux marchés	1 006,9	1 036,1	2,9 %

Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis.

Sur le marché du cinéma indépendant², les films canadiens sur le marché de langue anglaise font figure d'exception avec une hausse de 5,3 millions de recettes-guichets en un an, soit une augmentation de 78 %. Les films étrangers ont pour leur part connu une baisse de 19 millions de dollars. Sur le marché des films indépendant de langue française, les films canadiens ont subi une baisse de 6,6 millions de dollars, soit près de 25 % tandis que les films étrangers étaient en baisse de 1,6 million de dollars soit près de 8 %.

Recettes-guichet brutes – films indépendants

	2009	2010	Écart
		(M\$)	
Films canadiens	26,7	20,1	-24,7 %
Films non canadiens	21,6	20,0	-7,6 %
Marché de langue française	48,3	40,1	-17,1 %
Films canadiens	6,8	12,1	77,8 %
Films non canadiens	130,2	111,2	-14,6 %
Marché de langue anglaise	137,0	123,3	-10,0 %
Films canadiens	33,6	32,3	-3,9 %
Films non canadiens	151,8	131,2	-13,6 %
Total pour les deux marchés	185,3	163,4	-11,8 %

Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis.

²Les films produits à l'extérieur des grands studios américains.

Réalisations

Analyse des recettes-guichet des films canadiens

Tendance des recettes-guichet sur une période de dix ans

	2001	2010	Écart
		(M\$)	
Tous les films	855,0	1 036,1	21,2 %
Films indépendants	133,6	163,4	22,3 %
Films canadiens	13,8	32,3	134,1 %

Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis et sont mesurés en dollars courants.

Un retour sur les recettes-guichet des dix dernières années offre un point de vue intéressant. Les recettes-guichet totales ont augmenté de 21,2 %, soit une croissance similaire à celle des recettes-guichet des films indépendants. Toutefois, les recettes-guichet des films canadiens ont surpassé ces deux catégories avec une croissance phénoménale de 134 %, plus de six fois supérieure à celle du marché global.

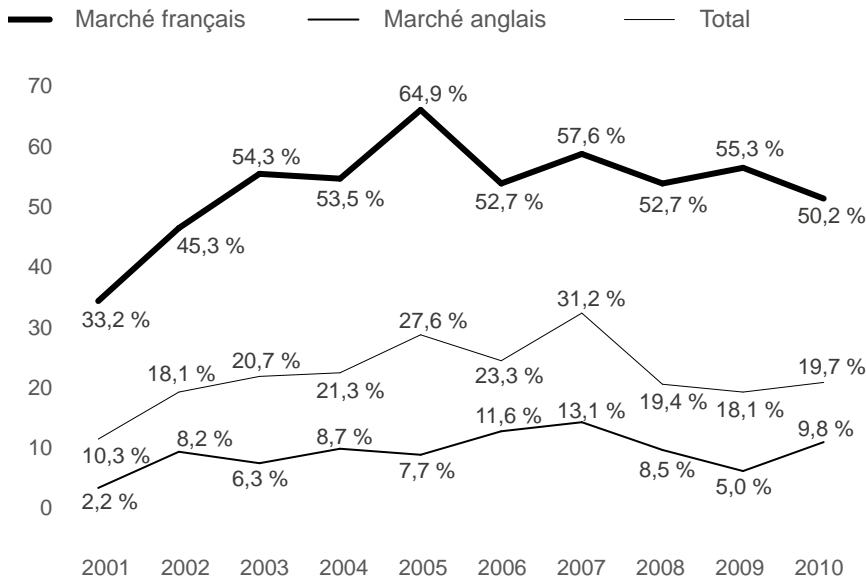
En 2010, les recettes-guichet totales des films canadiens ont reculé de 3,9 % comparativement à 2009. Une statistique intéressante concerne la différence entre les recettes-guichet par marché linguistique. Alors que les recettes-guichet ont diminué de près de 25 % sur le marché de langue française, elles ont augmenté de plus de 75 % sur le marché de langue anglaise.

Cette statistique illustre l'énorme répercussion que peut avoir un film extrêmement populaire sur les résultats annuels des recettes-guichet. En 2009, *De père en flic* a propulsé le marché de langue française vers un sommet avec des recettes-guichet de 10,7 millions de dollars, alors qu'en 2010, le film le plus lucratif fut *Piché : Entre ciel et terre*, avec des recettes de 3,6 millions de dollars. C'est tout à fait l'inverse qui s'est produit sur le marché de langue anglaise. En 2010, *Resident Evil: Afterlife* a amassé 6,9 millions de dollars, alors qu'en 2009, le film le plus populaire fut *Trailer Park Boys: Countdown to Liquor Day*, qui a enregistré des recettes-guichet de 3,0 millions de dollars. En ce qui concerne les deux marchés linguistiques, les quatre films canadiens les plus populaires ont récolté près de la moitié des recettes-guichet de tous les films canadiens en 2010.

Réalisations

Part de marché

Part de marché des films indépendants



En 2010, les films américains ont encore dominé le marché avec une part astronomique de 92,9 %. La part de marché totale des films canadiens a oscillé autour de 3 % durant chacune des quatre dernières années.

Part de marché en 2010	Langue française	Langue anglaise	Total
Films canadiens	13,4 %	1,4 %	3,1 %
Films étrangers	6,7 %	3,5 %	4,0 %
Films américains	79,9 %	95,1 %	92,9 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis.

Au sein du marché du cinéma indépendant, les films canadiens peuvent et ont effectivement livré une forte concurrence, avec une part plus robuste de 20 %.

Marché des films indépendants	Langue française	Langue anglaise	Total
Films canadiens	50,2 %	9,8 %	19,7 %
Films étrangers	23,4 %	20,8 %	21,5 %
Films américains	26,4 %	69,3 %	58,8 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis.

En fait, du côté francophone, les films canadiens dominent le marché du cinéma indépendant avec une part de 50 %. Même du côté anglophone, les films canadiens ont accru substantiellement leur part de marché en douze mois, celle-ci passant de 5,0 % en 2009 à près de 10 % en 2010.

Réalisations

Recettes-guichet des films indépendants en 2010

Sur le marché du cinéma indépendant, le Canada a réussi à placer deux films dans le palmarès des 10 films les plus lucratifs de 2010, comparativement à un seul en 2009.

Les 10 films indépendants les plus lucratifs au Canada

Titre	Recettes-guichet en 2010 (M\$)		
	Langue française	Langue anglaise	Total
<i>Grown Ups</i>	1,5	14,0	15,5
<i>The Expendables</i>	1,7	11,6	13,3
<i>Dear John</i>	1,0	6,6	7,6
<i>Resident Evil: Afterlife</i>	1,1	5,8	6,9
<i>Cats and Dogs: The Revenge of Kitty Galore</i>	0,9	3,8	4,8
<i>The Switch</i>	0,2	3,8	4,0
<i>The American</i>	0,3	3,6	3,9
<i>Vampires Suck</i>	0,9	2,8	3,7
<i>Piché : Entre ciel et terre</i>	3,6	0,0	3,6
<i>The Last Exorcism</i>	0,5	2,9	3,4

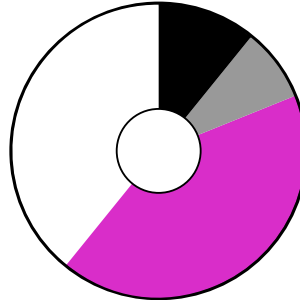
Source : MPTAC, les chiffres sont arrondis.

Réalisations

Nombre de films lancés en salles

Répartition des nouveaux titres sortis en 2010

- 11 % ■ Films financés par le FLMC / 53 films
- 8 % ■ Autres films canadiens / 39 films
- 42 % ■ Films étrangers (autres que les É.-U.) / 194 films
- 39 % □ Films américains / 181 films



Source : MPTAC

En nombre, les films canadiens totalisaient près de 20 % des 467 nouveaux titres lancés dans les salles de cinéma du Canada en 2010, et ils occupaient 5,5 % des écrans canadiens.

Parmi les 92 films canadiens lancés en 2010, 53 ont obtenu une aide à la production du FLMC. Les films financés par le FLMC, dont la sortie a eu lieu en 2010, ont généré 71 % du total des recettes-guichet canadiennes.

53 films canadiens financés par le FLMC

10 ½

2 fois une femme

A l'origine d'un cri

A Shine of Rainbows

Altitude

Barney's Version

Cabotins

Control Alt Delete

Cooking with Stella

Curling

Defendor

Everywhere

Faith, Fraud, and Minimum Wage

Filière 13

Force of Nature: The David Suzuki Movie

Fubar 2

Gravytrain

Grown Up Movie Star

Gunless

High Life

Hugh Hefner: Playboy, Activist and Rebel

Incendies

Krach

La dernière fugue

Lance et compte

L'appât

Le baiser du barbu

Le journal d'Aurélie Laflamme

Le poil de la bête

L'enfant prodige

Les sept jours du talion

Leslie, My Name is Evil

Mesrine : l'instinct de mort

Mr. Nobody

Oscar et la dame rose

Pax Americana

Piché : Entre ciel et terre

Reel Injun

Reste avec moi

Romaine par moins 30

Route 132

Score: A Hockey Musical

Simon Konianski

Sortie 67

Splice

The Coca-Cola Case

The Trotsky

The Wild Hunt

This Movie is Broken

Trigger

Trois temps après la mort d'Anna

Tromper le silence

Year of the Carnivore

Réalisations

Le consommateur multicanal

Selon Tony Gunnarson, « force est de constater que la distribution numérique a changé la donne dans le domaine des arts du divertissement. Il y a dix ans, les consommateurs du monde entier dépensaient sensiblement la même somme pour de la musique et du contenu vidéo, peu importe la plateforme et le format. Depuis, le modèle d'entreprise traditionnel de l'industrie de la musique a été totalement bouleversé par le passage du format physique à la distribution numérique. »³ Désormais, les artistes indépendants ont directement accès aux consommateurs et peuvent entièrement contourner le modèle d'enregistrement traditionnel de l'industrie.

Ce même virage vers la distribution numérique prend de l'essor dans l'industrie audiovisuelle. En 2010, 88 % des dépenses de consommation dans le domaine de la vidéo portaient encore sur du contenu offert en format physique, mais il existe plusieurs autres solutions intéressantes. Grâce aux services supérieurs de vidéo à la demande récemment offerts par les grands studios, il est désormais possible de voir un film dans le confort de son foyer 60 jours seulement après sa sortie en salle, ce qui a pour effet de réduire de moitié la fenêtre cinématographique et de miner le marché du DVD. L'industrie exploite simultanément d'autres canaux de distribution comme Netflix et Redbox.

Ces nouveaux modèles de service soulignent le défi de l'industrie qui doit maintenant distribuer du contenu en ligne d'une façon rentable. Mais il y a d'autres défis à surmonter. Assurer un suivi efficace des habitudes de consommation en ligne est devenu un exercice complexe étant donné la fragmentation des options de téléchargement et de diffusion en flux – légales et autres.

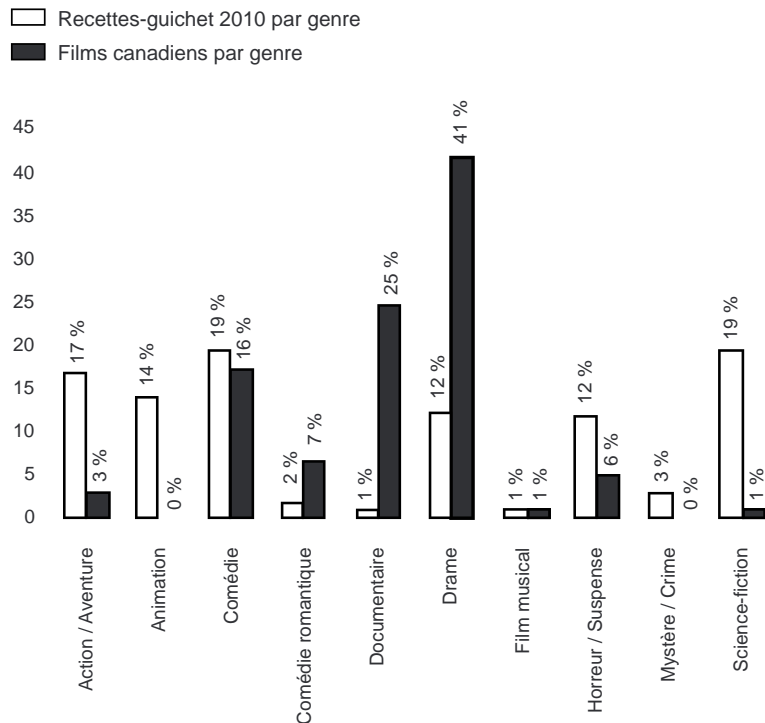
Voilà un défi qui touche autant Téléfilm que l'industrie. Comment peut-on mesurer le succès avec exactitude sur toutes ces plateformes? Depuis dix ans, Téléfilm fait le suivi d'indicateurs commerciaux comme les recettes-guichet, les revenus et les ventes. Mais pour avoir une idée juste du succès, il faut également tenir compte d'autres indicateurs culturels et industriels. C'est là l'une des forces motrices derrière le plan élaboré par Téléfilm pour développer une mesure plus large du succès pour l'industrie audiovisuelle canadienne.

³ Tony Gunnarson, "TV and physical media still drive entertainment spending", *Screen Digest*, March 15, 2011.

Réalisations

Ce que regardent les Canadiens

Recettes-guichet 2010 et sorties en salle des films canadiens



Les Canadiens ont des goûts éclectiques en matière de cinéma et leurs préférences se reflètent dans la façon dont ils dépensent leur argent. Ensemble, les films de science-fiction, d'action/aventure, d'animation et les comédies ont accumulé 69 % du total des recettes-guichet au Canada.

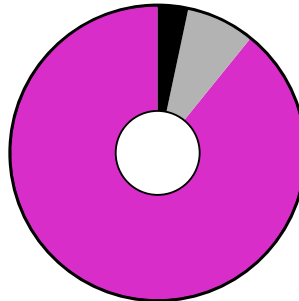
Pour répondre à cette demande de diversité, les cinémas offrent à leurs clientèles une grande variété de genres cinématographiques. D'un point de vue historique, et comme le confirme le graphique ci-dessus, les cinéastes canadiens ont produit deux genres dominants : des drames et des documentaires. Toutefois, si l'on en juge d'après le succès remporté par des productions comme *Splice* et *Les sept jours du talion* en 2010, il est évident que les films de genre plaisent énormément aux cinéphiles canadiens et qu'ils ont le potentiel de rejoindre ces auditoires. C'est pourquoi la diversification des projets représente pour Téléfilm un objectif important qui nous permettra à l'avenir de mieux répondre aux préférences des Canadiens.

Réalisations

Mettre l'accent sur la stimulation de la demande

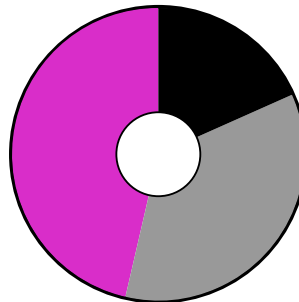
Recettes-guichet canadiennes de 2001 à 2009

3,5 % ■ Films canadiens
7,5 % ■ Films étrangers
89,0 % ■ Films américains



Nombre de films présentés en salles au Canada entre 2001 et 2009

18,6 % ■ Films canadiens / 764 films
35,1 % ■ Films étrangers / 1 441 films
46,3 % ■ Films américains / 1 901 films



*Les chiffres sont arrondis.

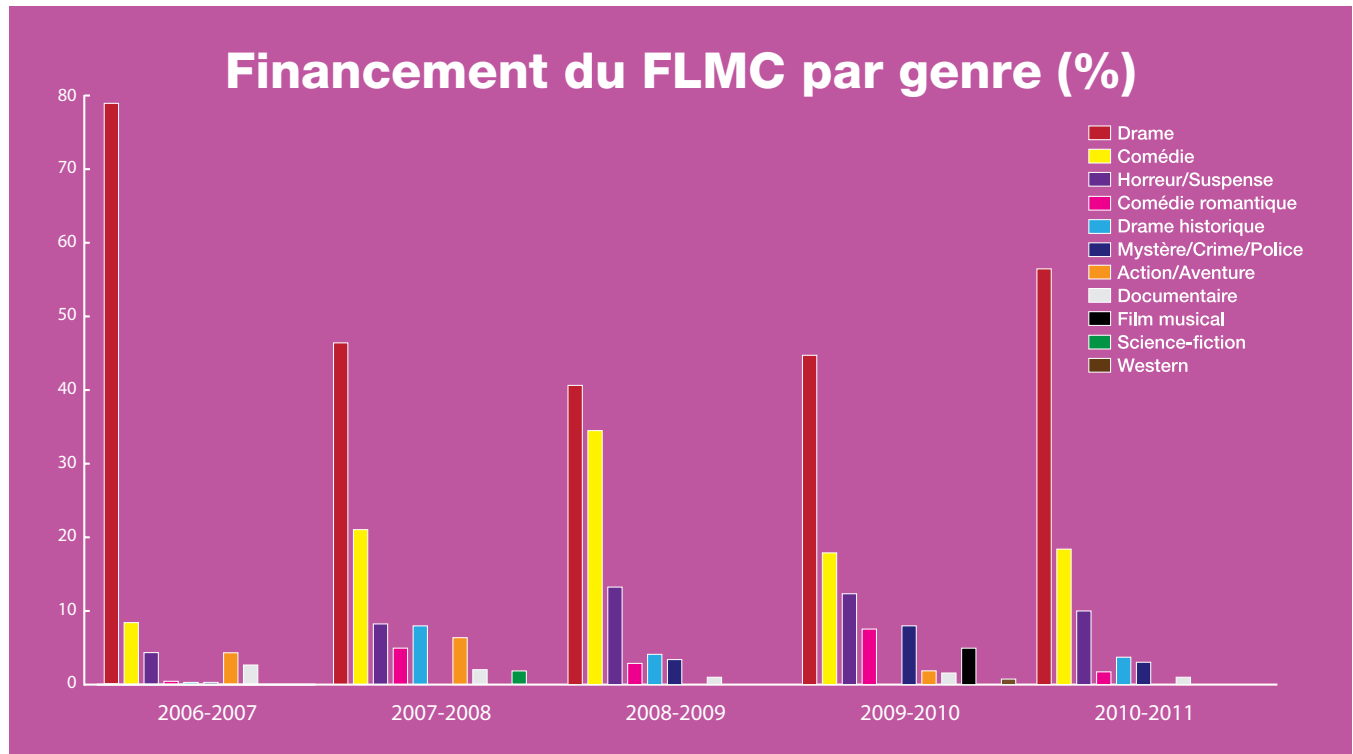
Des statistiques révèlent que de 2001 à 2009, les productions hollywoodiennes ont généré 89 % des recettes-guichet au Canada.

L'industrie audiovisuelle canadienne produit du contenu de calibre mondial, mais elle se doit d'ajuster le tir afin d'entreprendre la prochaine grande étape de son développement. L'industrie doit équilibrer la prépondérance historique donnée à la production en adoptant une approche tout aussi rigoureuse pour assurer que ses productions stimulent la demande des auditoires. Téléfilm et l'industrie s'entendent sur ce point.

Le nouveau plan d'entreprise de Téléfilm fait de la stimulation de la demande des auditoires une priorité. Téléfilm entend consacrer une grande partie de ses efforts à la promotion du talent et des produits canadiens, en mettant à contribution différents événements et canaux de distribution, assurant ainsi la présence du contenu canadien sur toutes les plateformes.

Réalisations

Un éventail diversifié de projets



Réalisations

Accroître les auditoires

Objectif stratégique

Diversification des projets : financer un éventail diversifié de projets

Indicateur clé de performance

Diversification selon le genre, l'ampleur du budget, la langue, la région et la diversité culturelle du contenu

Cible

Augmenter le nombre de genres représentés dans la production et mieux répartir les engagements parmi les genres

Résultats pour 2008-2009

La diversité des genres dans la production de langue anglaise s'est accrue

La diversité des genres dans la production de langue française a diminué

Résultats pour 2009-2010

La diversité des genres a augmenté dans la production de langue anglaise et de langue française

Résultats pour 2010-2011

Avec la prédominance des drames dans une proportion de 57 % pour les deux marchés linguistiques, la diversité des genres a régressé en 2010-2011

Objectif stratégique

Offrir des possibilités de développement de carrière aux professionnels des minorités visibles, des minorités de langue officielle et des communautés autochtones

Indicateur clé de performance

Montant des ressources consacrées à des initiatives qui favorisent le perfectionnement professionnel au sein des communautés de cultures diverses

Cible

Maintenir ou augmenter le niveau du financement

Résultats pour 2008-2009

Le financement a augmenté de 2,5 M\$, et de nouvelles initiatives en matière de perfectionnement professionnel ont été mises en œuvre

Résultats pour 2009-2010

De façon générale, les niveaux du soutien financier de Téléfilm ont été maintenus

Résultats pour 2010-2011

Les engagements de Téléfilm pour les projets multiculturels et autochtones ont augmenté, passant de 7 % à plus de 10 % du financement total, alors que le financement des projets en langues officielles est revenu aux niveaux habituels

Réalisations

Répondre aux goûts des cinéphiles canadiens

Lorsque les Canadiens vont au cinéma, ce sont surtout des films de science-fiction, d'action/aventure, d'animation ou des comédies qu'ils vont voir. En collaboration avec ses clients, Téléfilm vise à accroître les auditoires en élargissant l'éventail des genres présentés au cinéma, afin qu'il corresponde davantage aux préférences des consommateurs.

Analyse de la tendance sur une période de cinq ans

Téléfilm a accru son soutien à certains genres, comme les westerns, les comédies musicales et les comédies romantiques. Les films d'action/aventure et les comédies sont de plus en plus populaires, surtout sur le marché de langue française.

En 2010-2011, près de 57 % du financement a été accordé aux drames pour les deux marchés linguistiques. Les comédies et les films d'horreur/à suspense constituaient également une grande part des films en anglais, alors que les comédies représentaient près du tiers de tous les films en français. Fait nouveau, le genre mystère/crime a aussi obtenu un soutien sur le marché de langue française. Nous travaillons également de concert avec l'industrie afin d'accroître la diversification des projets à venir. C'est pourquoi nous investissons dans des programmes de formation spécialisés comme le Features Comedy Lab de Téléfilm.

Le Features Comedy Lab de Téléfilm

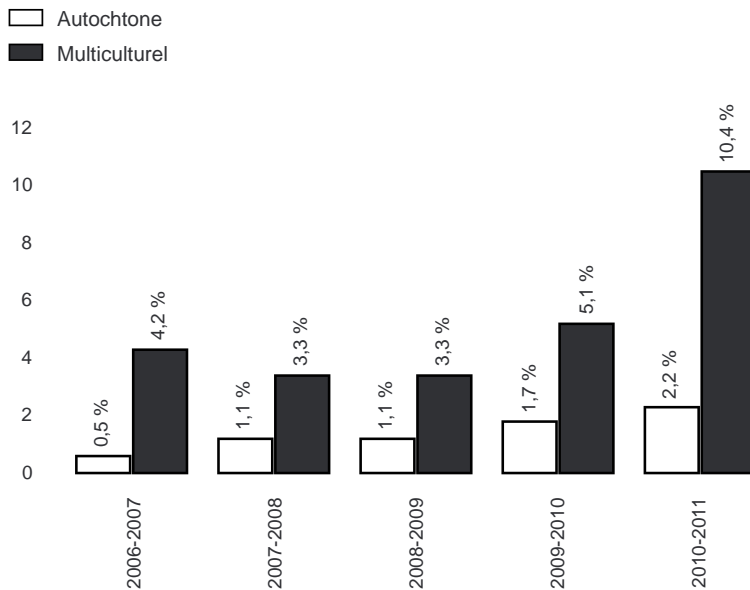
Lancé en 2009, le Features Comedy Lab de Téléfilm, est un programme du Canadian Film Center offert en collaboration avec Just For Laughs. Présidé par le comédien de renommée internationale Eugene Levy, le Comedy Lab a pour but d'encourager le développement de comédies canadiennes qui obtiendront un succès critique et populaire.

Pendant la formation d'une durée de trois mois, des producteurs canadiens chevronnés, accompagnés de leur scénariste ou de leur réalisateur et du scénario de leur projet de comédie, sont jumelés à certains des plus grands esprits comiques au monde. Inauguré en 2009, le tout premier Comedy Lab s'est avéré riche sur le plan créatif et a donné naissance au film *Servitude* produit par Buck Productions et Victory Man Productions, dont le lancement au Canada sera assuré par Maple Pictures.

Réalisations

Renforcer le tissu culturel du Canada

Communautés multiculturelles et autochtones : engagements totaux de Téléfilm



Source : Base de données de Téléfilm

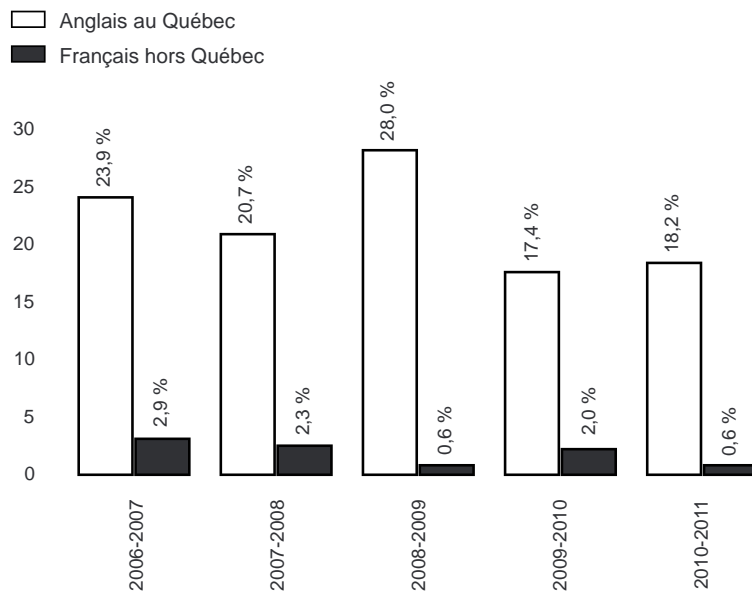
L'attrait du public pour des histoires multiculturelles est indéniable. En 2010-2011, Téléfilm a consacré plus de 10 % de tout le financement à des projets multiculturels et autochtones. Cela comprend une somme de 0,4 million de dollars en aide au développement allouée à 22 projets autochtones provenant de toutes les régions du Canada. Ce montant était sensiblement le même en 2009-2010. Téléfilm a également financé 34 projets comportant d'importants éléments multiculturels.

Voici certains des projets auxquels Téléfilm était fière de participer :

- La 11^e édition du ReelWorld Film Festival, qui présente des œuvres internationales reflétant des images positives des communautés autochtones, asiatiques, noires, latino-américaines, moyen-orientales, sud-asiatiques et autres. En 2011, les deux tiers des films présentés au festival étaient canadiens.
- Le prochain long métrage de Deepa Mehta, adapté de *Midnight's Children*, le succès de librairie international de l'auteur Salman Rushdie.
- *Breakaway*, un film de Rob Lieberman mettant en vedette Rob Lowe, Russell Peters et une étoile montante du cinéma canadien, Vinay Virmani, dans le rôle d'un jeune homme qui défie l'autorité de son père en mettant de côté les traditions religieuses de sa famille sikhe pour poursuivre son rêve de devenir un joueur de hockey professionnel.
- *Lost Journey*, réalisé par Ant Horasanli, qui raconte l'histoire d'un jeune Iranien vivant à Toronto et luttant pour préserver sa culture.

Réalisations

Communautés de langue officielle : engagements de Téléfilm



Source : Base de données de Téléfilm

La langue est un autre élément important reflétant la diversité. En 2010-2011, le soutien accordé par Téléfilm à des projets et des événements de langue française à l'extérieur du Québec est revenu aux niveaux habituels. Avant 2008-2009, ces engagements comprenaient également du financement octroyé par le ministère du Patrimoine canadien par l'entremise du programme de Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle.

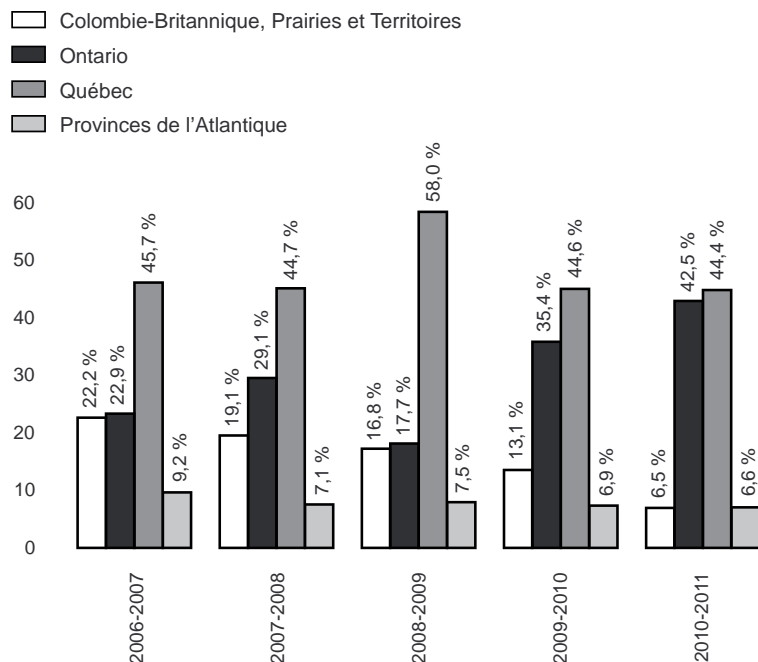
C'est aussi cette année qu'a été produite la toute première comédie franco-ontarienne du Canada. *La Sacrée*, réalisée par Dominic Desjardins d'après un scénario de Daniel Marchildon, est le premier long métrage en français financé par Téléfilm grâce à l'initiative Écrire au long et au volet d'aide à la production offerts dans le cadre du Programme d'activités de langues officielles. Le film devrait sortir en salle à l'automne 2011. Les engagements relatifs à des projets et des initiatives de langue anglaise au Québec ont légèrement augmenté en 2010-2011.

Réalisations

Engagements par région et langue

Répartition régionale

Répartition des engagements du FLMC par région



Source : Base de données de Téléfilm – Développement, production et postproduction de 2006 à 2011

La diversification, ce sont aussi des histoires de chaque région du pays. Chaque année, Téléfilm investit dans une cinquantaine de films à l'étape de la production dont une dizaine seulement obtient un engagement financier supérieur à 1,5 million de dollars par projet. Ces films font l'objet d'un processus de sélection rigoureux qui met en concurrence les meilleurs projets de films de toutes les régions du Canada. Avec un petit nombre de films qui représentent une part importante des engagements financiers de Téléfilm, il va sans dire que la répartition régionale des engagements financiers de Téléfilm fluctue considérablement d'une année à l'autre.

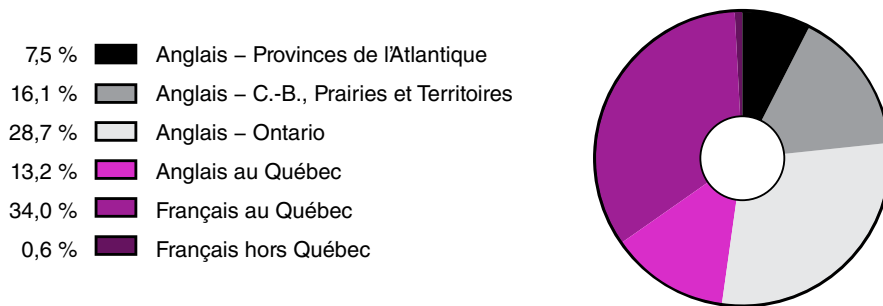
Si le Québec demeure la province où les engagements en matière de production ont été les plus importants (quelques productions de langue anglaise et près de 100 % des productions de langue française) depuis cinq ans, l'Ontario a progressivement attiré une part du financement pour atteindre la quasi-parité en 2010-2011. En Ontario, la forte augmentation est attribuable à dix productions qui ont obtenu plus de 1 million de dollars en financement de Téléfilm au dernier exercice.

Comme l'indique le graphique précédent, la région de la Colombie-Britannique, des Prairies et des Territoires a vu sa part des investissements baisser au cours des cinq derniers exercices. Cette baisse est attribuable au fait que sept films de ces régions ont été sélectionnés au cours des exercices 2006-2007 à 2008-2009 tandis qu'un seul film a été sélectionné au cours des deux derniers exercices financiers.

Depuis cinq ans, le financement provenant d'autres sources gouvernementales, incluant les crédits d'impôt provinciaux et le financement des autres organismes, est demeuré très stable et n'a enregistré que de légères fluctuations, se situant entre 32 % et 35 % du financement total.

Réalisations

Engagements régionaux – par langue



Source : Base de données de Téléfilm – Production de 2006 à 2011

Environ le tiers des engagements totaux de Téléfilm a été attribué à des productions de langue française. Depuis cinq ans, le financement accordé à des productions de langue anglaise a tendance à se concentrer en Ontario. L'Ontario a reçu davantage d'argent, principalement en raison de sa vaste clientèle, mais également parce que de nombreux projets à budgets élevés ont été réalisés en Ontario au cours des cinq dernières années, incluant ceux produits par des sociétés disposant d'une enveloppe basée sur la performance.

Accroître les auditoires

Objectif stratégique

Festivals et prix : Les produits culturels canadiens font l'objet d'une promotion auprès des auditoires du Canada et à l'étranger

Indicateur clé de performance

Prix remportés lors des principaux festivals canadiens et internationaux

Cible

Maintenir ou augmenter le nombre actuel de prix remportés

Résultats pour 2008-2009

119 prix remportés

Résultats pour 2009-2010

107 prix remportés

Résultats pour 2010-2011

127 prix remportés – plus que chacune des cinq dernières années – dont deux nominations aux Oscars®

Réalisations

Les prix du Canada

Du circuit des festivals aux Oscars®

Le Canada a connu une année 2010 remarquable en ce qui concerne les récompenses décernées aux longs métrages. Les projets canadiens ont remporté 127 prix, soit plus qu'à chacune des cinq dernières années. Voici quelques faits saillants de cette année exceptionnelle :

- *Incendies* et *Barney's Version* ont remporté **52** prix et récompenses dans **18** festivals et événements.
- *Incendies* et *Barney's Version* ont été mis en nomination aux Oscars®, rejoignant ainsi les neuf autres projets financés par le FLMC ayant obtenu une nomination aux Oscars® depuis 2006-2007.
- Xavier Dolan était en nomination pour le prix César du Meilleur film étranger avec son film *Les amours imaginaires*.

À Cannes :

- *ZedCrew*, réalisé par Noah Pink, a été présenté à la 42^e édition de la Quinzaine des réalisateurs.
- Le deuxième long métrage de Xavier Dolan, *Les amours imaginaires*, faisait partie de la sélection officielle dans la section Un certain regard.

De grands cinéastes canadiens ont également été choisis pour faire partie du jury de certains festivals :

- Guy Maddin était membre du jury au Festival international du film de Berlin.
- Atom Egoyan était le directeur et président du jury de la Cinéfondation et des courts métrages à Cannes.

D'Ottawa à Shanghai : une série de projections spéciales

Les projections spéciales des films *Gunless*, *Incendies* et *Barney's Version* à Ottawa et d'*Afghan Luke* à Halifax ont donné à Téléfilm l'occasion de promouvoir les succès de nos cinéastes auprès des parlementaires et des auditoires canadiens. Les projections nous ont également permis de transmettre un message au secteur privé au sujet du financement des films et du partenariat avec des réalisateurs canadiens émérites.

L'enfant prodige, un film scénarisé et réalisé par Luc Dionne, a été présenté à Shanghai dans le cadre de l'Expo 2010.

Le Golden Box Office Award et le Guichet d'or

En 2010-2011, Téléfilm a créé deux prix qui sont décernés aux longs métrages canadiens les plus lucratifs de l'année précédente. Le Golden Box Office Award et le prix Guichet d'or récompensent les réalisateurs et les scénaristes canadiens dont les films ont connu le plus de succès dans les salles de cinéma du Canada. En 2009 :

- *Trailer Park Boys: Countdown to Liquor Day* a obtenu le Golden Box Office Award.
- *De père en flic* a obtenu le Guichet d'or.

Ces prix mettent en valeur les succès commerciaux du Canada au cinéma, et associent Téléfilm aux réussites de l'industrie sur le plan des recettes.

Réalisations



**Faire affaire avec Téléfilm
m'a permis de... m'épanouir comme cinéaste
avec une totale liberté d'expression.
Cette liberté demeure évidemment
essentielle dans une démocratie.
J'ai pu ainsi faire mon dernier film *Incendies*
grâce à Téléfilm Canada. Ce film n'aurait pas
vu le jour dans un système privé. »**

– Denis Villeneuve
(réalisateur)

Réalisations

Développer le potentiel de l'industrie

Objectif stratégique

Investir dans l'industrie audiovisuelle afin d'attirer d'autres sources de financement

Indicateur clé de performance

Pourcentage de la contribution de Téléfilm aux budgets totaux des projets par rapport à d'autres sources de financement

Cible

Maintenir ou augmenter le pourcentage de financement provenant d'autres sources tout en diminuant la participation financière de Téléfilm

Résultats pour 2008-2009

En raison du climat économique difficile à l'échelle mondiale, la contribution de Téléfilm aux budgets totaux des longs métrages a augmenté (de 31 % à 37 %)

Résultats pour 2009-2010

La contribution de Téléfilm aux budgets totaux est demeurée stable

Le financement des longs métrages par les diffuseurs a augmenté

Résultats pour 2010-2011

La contribution de Téléfilm aux budgets totaux a diminué à un taux favorable de 31 %

Le financement de source étrangère est passé de 5 % à 13 %

Cinéma canadien : investissement et rendement

Fonds du long métrage du Canada - Analyse de la participation financière (2010-2011) - Production (nouveaux contrats signés)

	Nombre de projets	Devis* \$	FLMC %	Entreprises de télé- diffusion %	Secteur privé (Canada) %	Distribu- teurs et expor- tateurs %	Autres sources gouverne- mentales %	Partici- pants étrangers %
Français	19	76,5	31	2	6	8	48	6
Anglais	29	135,8	31	2	16	9	25	16
Total	48	212,3	31	2	13	9	33	13

*Ne comprend pas la part étrangère (39,9 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

Source : Base de données de Téléfilm, les chiffres sont arrondis

Réalisations

L'effet de levier de nos investissements

Grâce à l'effet de levier des investissements du FLMC, les budgets de production ont atteint la somme de 212,3 millions de dollars. Ces investissements ont contribué à la prospérité économique et au développement d'une industrie essentielle, et ce, dans l'ensemble du Canada. L'industrie du cinéma est à prédominance de main-d'oeuvre en raison de sa nature prototypique : chaque film est différent. Par conséquent, une grande part des sommes dépensées est versée directement en salaires. On estime que les investissements du FLMC ont contribué à la création ou au maintien d'environ 5 000 emplois à temps plein, dont 2 000 sont directement liés aux activités de production.

L'effet de levier de nos investissements – y compris les investissements dans des coproductions –, les ventes comptabilisées selon le marché linguistique et selon la plateforme sont tous des indicateurs importants pour une industrie qui, traditionnellement, mesure uniquement le succès remporté aux guichets. Pour la prochaine année, Téléfilm s'est donné pour priorité de travailler avec les intervenants de l'industrie et ses partenaires afin d'assurer que les mesures du succès reflètent la réalité multiplateforme d'aujourd'hui. Téléfilm doit également trouver de meilleures façons de saisir les données relatives à l'utilisation, et ce, pour toutes les plateformes mesurables, incluant les récentes plateformes en ligne telles iTunes et Netflix jusqu'à maintenant non mesurées.

En 2010-2011, Téléfilm a été en mesure de financer la production de 48 projets au Canada, soit cinq de plus qu'en 2009-2010. En un an, nos engagements financiers sont passés de 66,8 millions de dollars à 65,2 millions de dollars. Autrement dit, nous avons pu soutenir cinq projets de plus malgré une réduction de 1,6 million de dollars de notre investissement.

Longs métrages en langue anglaise

Antiviral
Blackbird
Breakaway
Charlie Zone
Cosmopolis
A Dangerous Method
Donovan's Echo
Down the Road Again
Edwin Boyd
Entitled
Foreverland
French Immersion
Goon
The Guys Who Move Furniture
Hobo with a Shotgun
Keyhole
Midnight's Children
Mulroney: The Opera
The Moth Diaries
The Odds
Passionflower
The Replicas
Rose by Name
The Samaritan
Servitude
This Movie is Broken
Trigger
Winnie

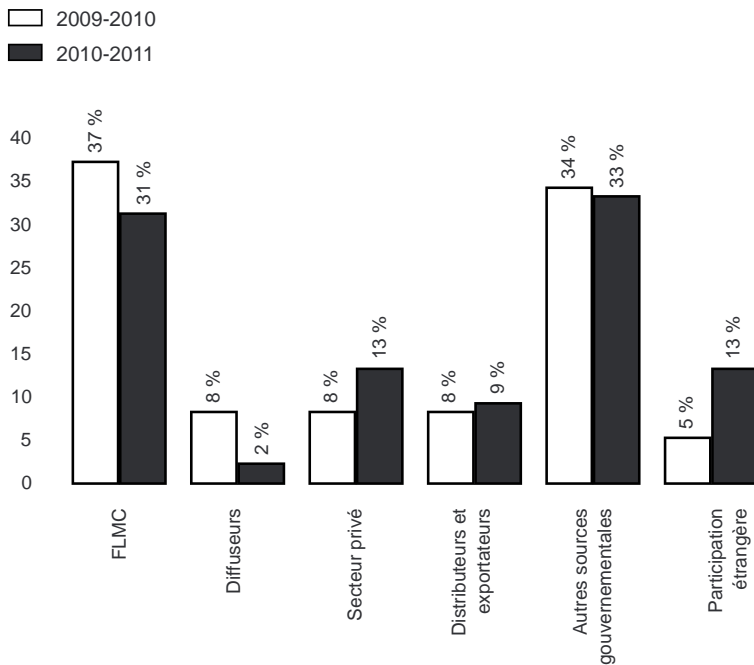
Longs métrages en langue française

L'appât
Monsieur Lazhar
Le bonheur des autres
Une bouteille dans la mer de Gaza
Café de Flore
Décharge
En terrains connus
French Kiss
Laurence Anyways
Marécages
Memories Corner
La peur de l'eau
Pour l'amour de Dieu
Le sens de l'humour
Starbuck
Sur le rythme
Le vendeur
La vérité
Une vie meilleure

Réalisations

Nos investissements en 2010-2011

Analyse des sources de financement - FLMC programme principal - productions de langues française et anglaise - comparatif 2010-2011 / 2009-2010



Source : Base de données de Téléfilm, les chiffres sont arrondis

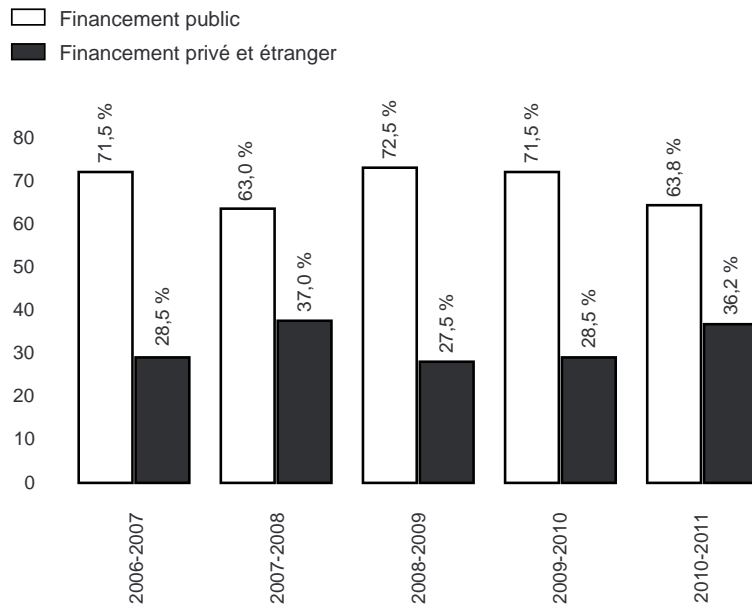
La participation précoce de Téléfilm dans des projets de films canadiens aide les producteurs à attirer d'autres sources de financement. Au cours de la dernière année, la contribution du FLMC à l'ensemble des budgets était de 31 %, soit le taux le plus bas en trois ans.

Les autres sources de financement proviennent principalement du secteur privé canadien (en hausse de 8 % à 13 %) et d'investisseurs étrangers (en hausse de 5 % à 13 %). La contribution financière des distributeurs et des exportateurs a légèrement augmenté par rapport à l'an dernier. Par ailleurs, le financement provenant des télédiffuseurs a diminué de 8 % à 2 % depuis le dernier exercice financier.

Réalisations

Financement public vs financement privé

Financement public vs financement privé (en % du budget)

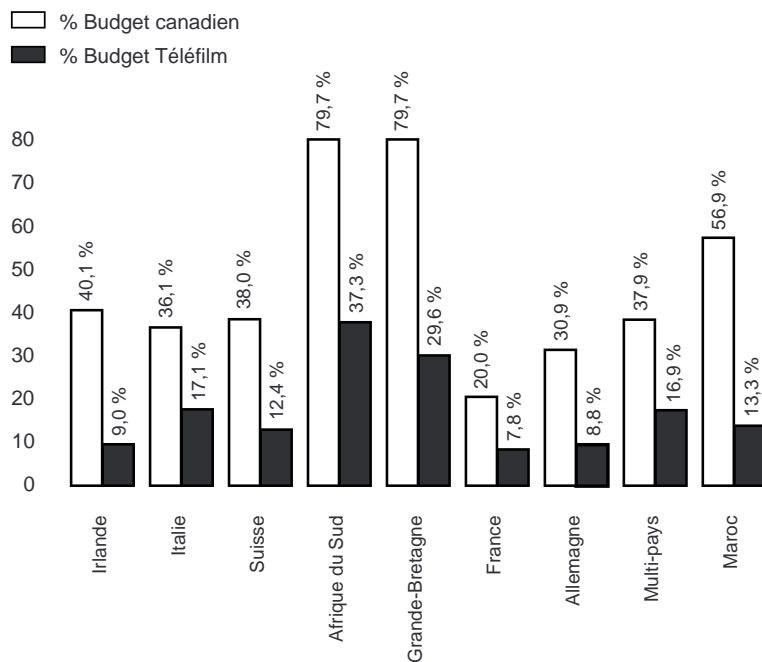


Source : Base de données de Téléfilm, FLMC de 2006 à 2010

Depuis cinq ans, le financement du secteur public correspond environ aux deux tiers des budgets de production. Ce financement comprend la contribution du Fonds du long métrage du Canada, des organismes de financement cinématographique provinciaux et d'autres sources gouvernementales. En raison de la crise financière qui a sévi à l'échelle mondiale, le financement privé a diminué en 2009 et en 2010, mais il est maintenant revenu aux niveaux de 2008. La coproduction profite également d'un climat plus favorable aux investissements.

Réalisations

Créer un effet de levier grâce aux investissements dans la coproduction



Source : Base de données de Téléfilm, de 2006 à 2011

Depuis 2006, Téléfilm s'est engagée pour plus de 70 millions de dollars auprès des producteurs canadiens participant à des coproductions minoritaires ou majoritaires. Au cours des cinq dernières années, près de 287 millions de dollars de financement étranger provenant de 14 pays ont été investis dans des coproductions auxquelles participait Téléfilm, ce qui représente 56 % de tout le financement.

La plupart des coproductions disposent de budgets plus élevés que ceux des productions entièrement canadiennes (soit une moyenne de 11,5 millions de dollars par rapport à 5,5 millions de dollars). La mise en commun de nos ressources avec celles d'autres pays peut engendrer davantage de financement, ce qui permet souvent aux producteurs canadiens de participer à des projets de plus grande envergure.

Réalisations

Nos partenaires

Partenaires de coproductions entre 2006 et 2011

	Nombres de titres	Engagement totaux
France	15	17,6 M\$
Grande-Bretagne	6	13 M\$
Italie	3	12,3 M\$
Irlande	4	10,5 M\$
Multi-pays	9	6,5 M\$
Allemagne	2	5,6 M\$
Afrique du Sud	2	3,3 M\$
Suisse	2	1 M\$
Maroc	1	0,2 M\$

Source : Base de données de Téléfilm

Depuis cinq ans, les producteurs canadiens qui ont fait affaire avec la France et le Royaume-Uni, nos plus importants partenaires en coproduction (et avec qui nous partageons nos deux langues officielles), ont reçu pour plus de 30 millions de dollars d'engagements de Téléfilm.

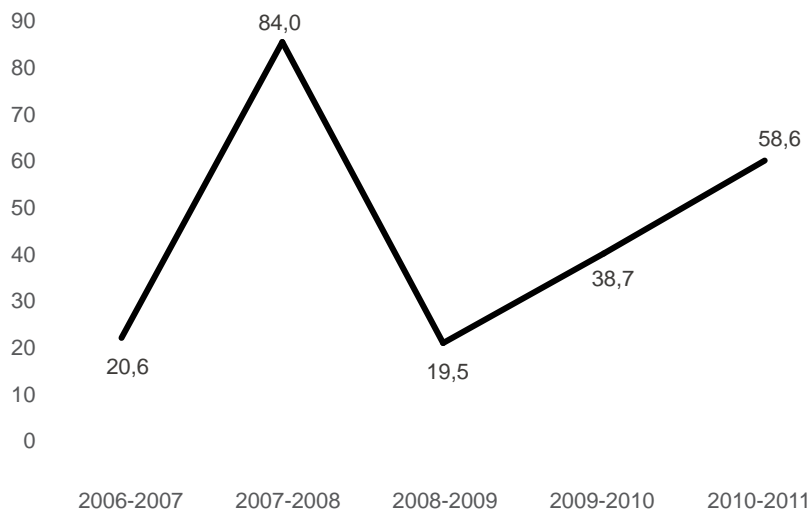
Une part des investissements dans des productions en français est également allouée à des producteurs canadiens qui travaillent avec des partenaires africains et suisses. Les investissements dans des coproductions en anglais sont plus diversifiés, nos partenaires comprenant des pays non anglophones comme la France, l'Allemagne et l'Italie.

Parmi les 44 productions appuyées par Téléfilm, 24 étaient des coproductions minoritaires. Ce type de coproduction est une excellente façon de renforcer les partenariats et d'établir des relations sur la scène internationale. Au cours de la dernière année, les engagements de Téléfilm ont été répartis également entre les coproductions minoritaires et majoritaires.

Le graphique ci-dessous illustre la reprise des activités en matière de coproduction. Après une baisse importante des activités, les investissements dans la coproduction ont augmenté pour atteindre 58,6 millions de dollars en 2010-2011.

Réalisations

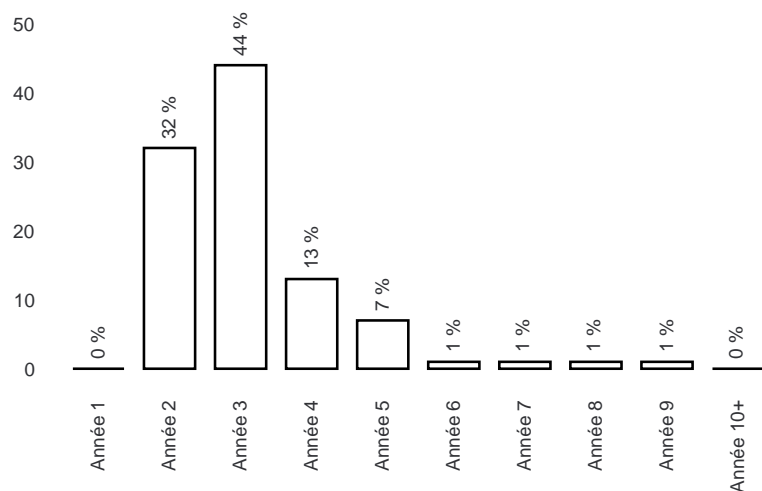
Financement canadien des coproductions dans lesquelles Téléfilm a participé financièrement (en millions de \$)



Source : Base de données de Téléfilm

Le cycle de vie des ventes

FLMC : Ventes par année après financement



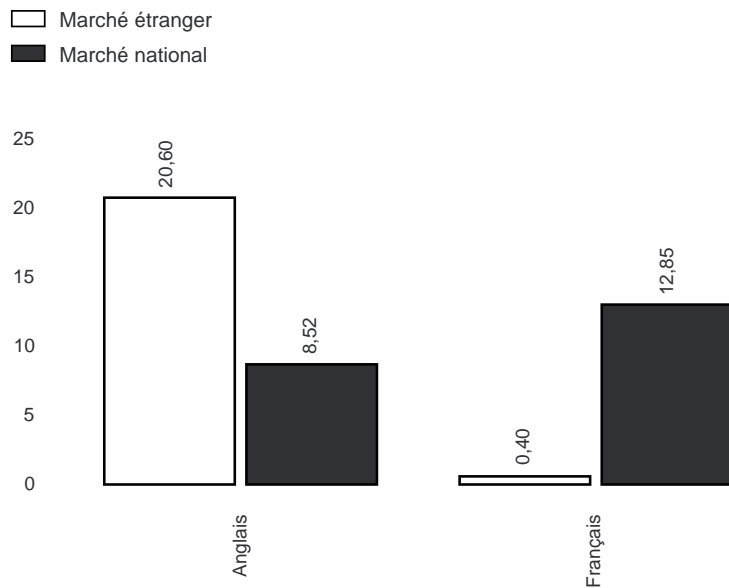
Source : Base de données de Téléfilm

Une analyse statistique nous permet de faire le suivi du cycle de vie des ventes des films financés par le FLMC. Les ventes ont lieu principalement les deuxième, troisième et quatrième années suivant l'octroi du financement du FLMC par Téléfilm. En fait, c'est durant cette période de trois ans que 89 % des ventes sont réalisées.

Réalisations

Ventes par marché linguistique

Ventes brutes par marché (M\$)



Source : Base de données de Téléfilm

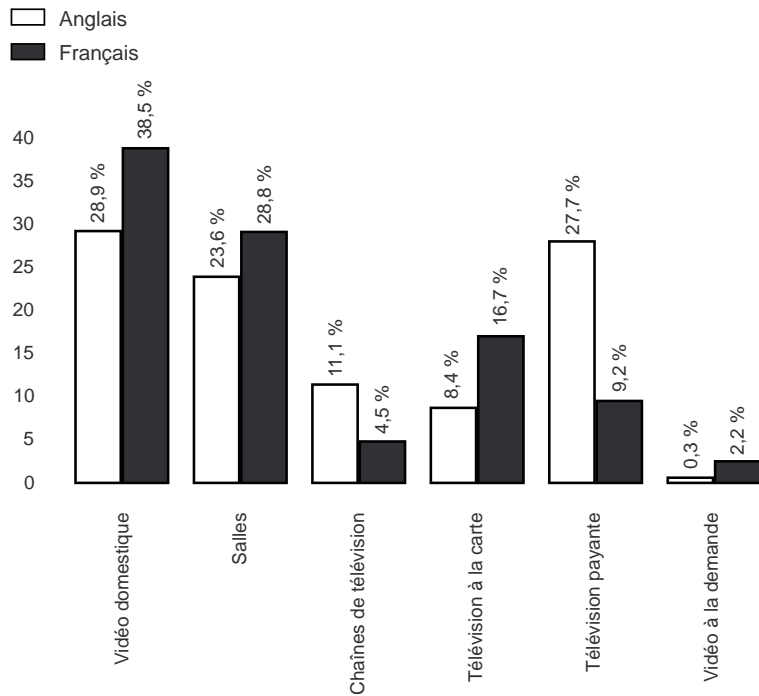
Alors qu'environ les trois quarts des ventes de films en anglais ont été réalisées sur les marchés étrangers, les ventes de films en français sont plus élevées sur le marché national.

Sur le marché national, on constate qu'ensemble, les sorties en salles et la vidéo domestique dominent toujours les ventes, équivalant aux deux tiers des ventes pour les films en français et à plus de la moitié pour les films en anglais.

Réalisations

Ventes par plateforme

Ventes brutes par plateforme



Source : Base de données de Téléfilm, les chiffres sont arrondis

Les ventes combinées aux réseaux de télévision et aux services de câblodiffusion, comme la télévision payante et à la carte, représentent toujours près de la moitié des ventes nationales pour les films en langue anglaise, et près du tiers pour les films en langue française. Le marché de la vidéo à la demande est encore en développement, avec une faible part des ventes.

Réalisations

Développer le potentiel de l'industrie

Objectif stratégique

Accroître le potentiel des sociétés par le développement des ventes et des affaires lors des marchés internationaux

Indicateur clé de performance

Volume des ventes et des transactions conclues lors des marchés

Cible

Maintenir ou augmenter les ventes canadiennes et internationales et le développement des affaires

Résultats pour 2008-2009

Les ventes conclues lors des marchés ont augmenté de 21 % par rapport à l'an dernier

Résultats pour 2009-2010

Les ventes conclues lors des marchés internationaux sont en hausse pour la troisième année consécutive – augmentation de 26 % pour les ventes et les préventes combinées

Résultats pour 2010-2011

Les ventes et les préventes conclues ont totalisé 15 M\$ en 2010, soit une baisse de 14 % par rapport à l'an dernier

Le volume des ventes était le troisième en importance depuis cinq ans

La présence du Canada aux marchés internationaux

Les marchés internationaux sont importants pour l'industrie audiovisuelle canadienne. Le Canada, avec sa population cosmopolite, est bien placé pour plaire aux auditoires de tous les pays du monde.

La plupart des ventes à l'étranger de contenu audiovisuel canadien sont conclues dans le cadre de quatre ou cinq grands événements internationaux, parfois organisés conjointement avec des festivals. Ces marchés sont le MIPTV, le MIPCOM, le Marché du film à Cannes et le Marché du film européen de la Berlinale.

Téléfilm est présente à chacun de ces événements. Des sondages ont révélé qu'en 2010, plus de 84 % des sociétés canadiennes ayant assisté à ces événements ont utilisé les installations offertes sur place par le Pavillon du Canada ou le Bureau canadien des ventes. Après une diminution de l'utilisation de nos installations attribuable à la récession en 2009, les entreprises canadiennes étaient de retour en force au Pavillon du Canada, un signe de reprise des affaires sur la scène internationale.

Les entreprises canadiennes ont accordé une note de 8,3 sur 10 au Pavillon du Canada/Bureau canadien des ventes pour son utilité pour la conduite des affaires, et de 9 sur 10 pour la qualité du soutien offert par son personnel.

Réalisations

Volume des ventes sur la scène internationale

Au MIPCOM, au MIPTV, à Cannes et à Berlin, le volume des ventes a été mesuré par le biais d'un sondage effectué auprès des entreprises canadiennes participantes. Les chiffres représentent toutefois une estimation prudente puisque seulement 40 des 180 répondants ont fourni une information complète relative à leurs ventes.

Les sociétés canadiennes ont participé à plus de 6 200 réunions aux cinq marchés ayant fait l'objet d'un sondage, ce qui représente une moyenne de 38 réunions par entreprise. Environ la moitié de ces réunions a eu lieu avec de nouveaux partenaires d'affaires.

Selon les sondages :

- 79 % des entreprises canadiennes ont indiqué avoir conclu des ventes en 2010;
- environ 593 ententes ont été conclues;
- environ 516 titres ont été vendus; et
- chaque entreprise canadienne a conclu en moyenne six ventes et vendu cinq titres.

Vente ou prévente : quelle est la différence?

Les activités de mise en marché durant les événements internationaux représentent une combinaison de ventes et de préventes. Les ventes portent sur des projets déjà produits ou sur les droits de propriété intellectuelle nécessaires à la production d'une nouvelle version d'un projet. Une prévente a lieu lorsqu'une société de production trouve les partenaires financiers avec lesquels elle réalisera son prochain projet.

- 45 % des clients ont indiqué avoir conclu des préventes en 2010;
- Environ 116 préventes ont été conclues; et
- En moyenne, les sociétés canadiennes ont conclu trois préventes à chacun des événements.

Valeur des ventes internationales⁴

En 2010, les entreprises canadiennes ayant participé aux marchés internationaux ont conclu :

- pour plus de 8 millions de dollars de ventes
- pour plus de 7 millions de dollars de préventes

Ce total de 15 millions de dollars est légèrement inférieur à celui de 16 millions de dollars enregistré en 2009. Toutefois, les perspectives sont prometteuses, puisqu'il y a actuellement pour plus de 32 millions de dollars de ventes et 22 millions de dollars de préventes en négociation.

⁴ Toutes les ventes réalisées dans les marchés internationaux sont comptabilisées en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Réalisations

Faire affaire avec le Canada

L'étendue du territoire couvert par les ventes conclues en 2010 est également impressionnante :

- Les entreprises canadiennes ont conclu des affaires avec 20 pays et territoires différents.
- Les principaux partenaires provenaient du Royaume-Uni (36 % des ententes), de l'Allemagne (22 %), des États-Unis (20 %), de l'Australie (9 %) et de la France (7 %).
- Les entreprises canadiennes ont signé des ententes de coproduction et de coentreprise avec 25 pays et territoires différents, pour une valeur totale de 125 millions de dollars, soit environ 5,4 millions de dollars par société.

Mieux cibler notre approche des marchés internationaux

Faire le suivi des ventes et des activités sur la scène internationale depuis cinq ans a permis à Téléfilm d'obtenir de précieux renseignements pour l'élaboration de sa stratégie internationale. Nous avons déjà commencé à adapter notre approche et notre présence afin de mieux soutenir l'industrie audiovisuelle canadienne. Nous prévoyons à l'avenir renforcer notre présence au Festival international du film de Toronto. En partenariat avec les organismes provinciaux, le FMC et les associations des producteurs, nous sommes à établir des plans d'action spécifiquement pour les États-Unis et l'Asie.

Notre nouveau plan d'entreprise quadriennal accorde une grande priorité à la stimulation de la demande des auditoires pour des productions canadiennes non seulement au pays, mais dans le monde entier. Les affaires internationales et la coproduction sont importantes parce qu'elles constituent des sources d'investissement plus diversifiées pour notre industrie.

Développer le potentiel de l'industrie

Objectif stratégique

Permettre aux professionnels de l'industrie de bénéficier d'initiatives de grande qualité en matière de formation

Indicateur clé de performance

Les résultats des sondages indiquent une satisfaction à l'égard des initiatives de formation et de perfectionnement de Téléfilm et un impact positif sur la carrière des participants

Cible

Maintenir ou augmenter les taux de satisfaction à l'égard du format et des résultats des initiatives de formation

Résultats pour 2008-2009

Après trois années de suivi, les taux de satisfaction sont demeurés élevés, soit de 4,2 sur 5

Résultats pour 2009-2010

Les taux de satisfaction sont demeurés dans la fourchette de 4 à 4,2 sur 5

Résultats pour 2010-2011

Les taux de satisfaction sont passés de 4,2 sur 5 en 2010 à 4,6 sur 5 en 2011

Réalisations

Encourager la diversité canadienne

Une riche tradition narrative

Le programme pilote Place aux histoires autochtones, qui en est à la fin de sa troisième année, vise à renforcer les capacités de l'industrie au sein des communautés autochtones, à développer davantage de projets en production et à porter un plus grand nombre de films sur les écrans. Le programme offre de la formation, du perfectionnement professionnel, du mentorat personnalisé, ainsi qu'une aide financière pour le développement.

Marie Clements, de Frog Girl Films Productions Inc., a participé au programme pour la première fois en 2009 avec son long métrage, un drame intitulé *Tombs*. Elle y a participé de nouveau en 2010-2011 pour faire progresser davantage son projet vers l'étape de la production.

« Participer au programme Place aux histoires autochtones fut une expérience extraordinaire qui nous a permis de développer notre histoire à son plein potentiel, et de fusionner ce que nous savons, en tant que conteurs, avec ce qu'il nous faut savoir pour que notre histoire rejoigne les auditoires. »

En 2010-2011, tous les participants au programme ont répondu à un sondage. Lorsqu'on leur a demandé de noter leur taux de satisfaction à l'égard du programme dans son ensemble sur une échelle d'un à cinq, les participants ont accordé une note moyenne de 4,3, comparativement à 4,0 en 2009-2010.

Développer les talents dans les communautés minoritaires de langue officielle

En 2010-2011, Téléfilm a maintenu son appui au développement des talents au sein des communautés minoritaires de langue officielle. Les initiatives Écrire au long et Feature It! ont permis de financer 17 projets provenant de communautés minoritaires de langues française et anglaise dans l'ensemble du Canada.

Outre une aide financière pour le développement de leurs projets, les scénaristes et les producteurs participants ont assisté à des ateliers de formation et ont reçu un soutien professionnel et personnalisé de la part de conseillers en scénarisation et de producteurs chevronnés agissant à titre de mentors. La scénariste et productrice de Montréal, Debra Kouri, était enchantée de sa participation à Feature It! en 2009-2010, et des nombreux avantages qu'elle en a tirés pour son projet de long métrage de langue anglaise intitulé *Oh, Christmas Trees*.

« Je possède plus de 12 ans d'expérience dans l'industrie du cinéma et de la télévision, et aucun programme de formation ne m'a apporté plus que Feature It!. Les leçons que nous avons apprises ont déjà porté leurs fruits, et j'ai très hâte d'écrire la prochaine version de mon scénario. Je souhaiterais que ce type de formation soit obligatoire pour tous les scénaristes et producteurs canadiens! »

Sur une échelle d'un à cinq, les participants ont accordé une note de 4,6 pour leur satisfaction générale à l'égard de Feature It! (comparativement à 4 sur 5 en 2009), et de 4,8 pour le programme Écrire au long (par rapport à 4,3 en 2009).

Le pouvoir de la technologie

En janvier et février 2011, des réalisateurs, des producteurs et des distributeurs de toutes les régions du pays ont assisté à des ateliers sur les stratégies multiplateformes afin de mieux comprendre la mise en marché et la distribution du contenu multiplateforme et à en tirer profit. Les ateliers présentaient un portrait de la culture Web et du comportement des utilisateurs des réseaux sociaux, exploraient les possibilités offertes par la mise en marché en ligne et les médias sociaux, et expliquaient en quoi consistait la création et la distribution de contenu numérique dans un environnement multiplateformes. Le sondage sur ces ateliers est actuellement en cours et les résultats seront communiqués dans le rapport annuel de l'an prochain.

« **Faire équipe avec Téléfilm
m'a permis de... réaliser mon rêve
de créer mon premier long métrage. »**

– Jason Eisener
(réalisateur)

Administration

Survol de l'information opérationnelle et financière

- La somme de 1,5 million de dollars provenant du budget d'administration a été transférée aux programmes du FLMC afin d'accroître le financement alloué aux projets.
- La réponse de Téléfilm aux mesures de compression des coûts du Secrétariat du Conseil du Trésor a été de réduire de 45 % les coûts liés aux services professionnels et de 19 % les frais de voyages et d'accueil depuis 2008-2009.
- Le ratio global des frais de gestion (6,2 %) est demeuré stable malgré la mise en vigueur des nouveaux programmes du FMC.
- L'entente de services avec le FMC a été reconduite pour l'exercice financier 2011-2012.

Administrateur responsable

Objectif stratégique

Service aux clients

Indicateur clé de performance

Satisfaction des clients

Cible

Maintenir ou augmenter le niveau de satisfaction des clients par rapport aux résultats du plus récent sondage pancanadien

Résultats 2008-2009

Le sondage pancanadien a été reporté à 2009-2010

Le sondage sur l'Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada (APFMC) établit le taux de satisfaction à 7,9/10

Résultats 2009-2010

Le sondage pancanadien indique une augmentation des taux de satisfaction générale comparativement à 2005-2006

Résultats 2010-2011

La directrice générale a mené des consultations dans l'ensemble du pays avant le lancement du nouveau plan d'entreprise

Nous avons revu la prestation des programmes afin de simplifier les processus et d'améliorer le service aux clients et le contrôle de la qualité

Administration

Objectif stratégique

Transparence et responsabilité

Indicateur clé de performance

Indicateurs de rendement plus précis

Cible

Optimiser l'efficacité opérationnelle en faisant le suivi des indicateurs financiers et opérationnels

Résultats 2008-2009

Les indicateurs financiers ont été atteints

Les indicateurs opérationnels pour les décisions relatives au financement des projets ont été révisés

Résultats 2009-2010

La plupart des indicateurs opérationnels et financiers ont été atteints

Résultats 2010-2011

La plupart des indicateurs opérationnels ont été atteints

Les cibles financières ont été atteintes

Objectif stratégique

Administrateur efficace

Indicateur clé de performance

Ratio des frais de gestion (RFG)

Cible

Maintenir le RFG à un faible niveau :

- Tous les programmes, incluant les programmes du Fonds des médias du Canada (FMC)
- Fonds du long métrage du Canada (FLMC)
- Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada (APFMC)

Résultats 2008-2009

7,2 %

8,2 %

2,7 %

Résultats 2009-2010

6,1 %

9,7 %

2,4 %

Résultats 2010-2011

6,2 %

9,5 %

2,8 %

Administration

Service aux clients

En 2010-2011, une année de planification stratégique, Téléfilm est allée à la rencontre des intervenants d'une manière plus active, afin d'avoir une idée juste de la satisfaction des clients et des besoins de l'industrie :

- La directrice générale a voyagé d'un océan à l'autre afin de rencontrer **les grands joueurs de l'industrie** dans toutes les régions du Canada.
- Le groupe Stratégie et recherche de Téléfilm a préparé des sondages omnibus et a effectué une recherche sur l'industrie.
- Certains employés ont été consultés afin d'obtenir leurs suggestions concernant la révision des programmes et l'amélioration des services offerts aux clients.

Les résultats obtenus et les leçons tirées de ces exercices sont présentés dans notre nouveau plan d'entreprise intitulé *Valoriser la réussite culturelle*.

Une approche taillée sur mesure pour l'industrie

Téléfilm assure la prestation de programmes destinés à l'industrie audiovisuelle du Canada. Les principaux programmes pour le développement, la production et la mise en marché sont offerts par l'entremise du Fonds du long métrage du Canada (FLMC). Téléfilm administre également les programmes du Fonds des médias du Canada (FMC) conformément à l'entente de services conclue avec cette organisation.

Modèles de décision pour les programmes

Téléfilm utilise différents modèles de décision pour assurer l'exécution de ses programmes. Ces modèles comprennent des décisions prises dans le cadre d'un volet sélectif et le recours à des mécanismes comme des enveloppes basées sur la performance qui offrent une plus grande prévisibilité et un processus décisionnel simplifié pour les clients ayant une excellente feuille de route quant au succès de leurs projets. Chacune de ces approches relatives à la prise de décision et à la mise en oeuvre des programmes vient créer un équilibre entre les besoins de nos clients et un contrôle diligent exercé par une administration efficace et efficiente.

Administration

Demandes reçues et contrats signés

	Demandes reçues	Contrats signés
Fonds du long métrage du Canada		
Développement	1 000	409
Production	266	70
Mise en marché	103	81
Autres initiatives	88	82
	1 457	642
Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada		
Production (enveloppe de performance)	574	554
Production (programmes sélectifs)	173	89
Développement/Doublage (programmes sélectifs)	668	644
Programme expérimental	461	77
	1 876	1 364
	3 333	2 006

Le tableau ci-dessus indique le nombre de demandes reçues et de contrats signés. La demande excédentaire à certains programmes sélectifs, qui a entraîné une baisse du taux d'acceptation des demandes, a une répercussion financière sur les ressources administratives de l'organisation. La répercussion financière de la demande élevée est une source de préoccupation constante pour le FLMC puisque seulement 44 % des demandes reçues ont donné lieu à la signature d'un contrat. Par rapport à l'an dernier, on note également une hausse considérable du nombre de demandes reçues et de contrats signés – notamment pour les programmes du FMC où les demandes reçues ont augmenté de 89 % et les contrats signés de 45 %.

Administration

Transparence et responsabilité

Téléfilm utilise des indicateurs clés de performance (ICP) opérationnels et financiers pour faire le suivi des progrès réalisés quant à l'atteinte de ses objectifs opérationnels. Ces indicateurs nous permettent également de gérer les questions en matière d'efficacité et de risque, et nous aident à offrir un certain niveau de service aux clients. Les ICP suivants ont été choisis pour leur incidence directe sur les délais de réponse, leur répercussion financière sur les clients du FLMC et le rapport coût-efficacité relatif à l'administration des fonds publics.

Indicateurs opérationnels	Cibles			Résultats
		2008-2009	2009-2010	2010-2011
Délais des décisions relatives au financement des productions: • FLMC : décision émise	Date de décision prévue	Cible non atteinte	Cible atteinte	Cible atteinte
	10 semaines	Cible non atteinte	Cible non atteinte	Cible partiellement atteinte
Niveaux de service de l'APFMC: • Indicateurs des délais à respecter	Cibles à atteindre	La plupart des cibles ont été atteintes	La plupart des cibles ont été atteintes	Certaines cibles ont été atteintes
Déclenchement des versements aux projets	≤ 3 jours	Cible atteinte	Cible atteinte	Cible atteinte
Déclenchement des versements aux fournisseurs	≤ 20 jours	Cible atteinte	Cible atteinte	Cible atteinte
Heures disponibles des systèmes critiques TI	≥ 97,5 %	Cible atteinte	Cible atteinte	Cible atteinte
Jours sans incident des systèmes critiques TI	≥ 90 %	Cible atteinte	Cible atteinte	Cible atteinte

Décisions relatives au financement des productions du FLMC

Les normes fixées dans la charte du service aux clients de Téléfilm sont ambitieuses, mais nous nous sommes engagés à les respecter. Nous prévoyons apporter d'importantes améliorations au processus de décision au cours du prochain exercice financier.

Niveaux de service de l'APFMC

L'implantation de nouveaux programmes, dont des programmes sélectifs comme le volet expérimental et le volet convergent, a entraîné une augmentation notable du nombre de demandes reçues et de contrats signés. Cette situation explique que seuls certains niveaux de service de l'APFMC ont été atteints. De concert avec le FMC, nous explorons les améliorations à apporter aux processus afin d'atteindre les niveaux de service.

Indicateurs financiers (M\$)	Cibles			Résultats
	2010-2011	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Dépenses de support du FLMC	85,7 M\$	Cible atteinte	Cible atteinte	96,5 M\$ Cible atteinte
Budget d'administration : seuil maximal	28,7 M\$	Cible atteinte	Cible atteinte	27,1 M\$ Cible atteinte

Les indicateurs financiers font ressortir les deux risques les plus importants pour Téléfilm du point de vue administratif, soit la préemption de fonds pour le FLMC et le dépassement du budget d'administration.

Administration

Le FLMC est sur la bonne voie

La cible du FLMC représente le niveau minimal des dépenses de programme requis pour éviter une péremption de fonds, en tenant compte de tous les transferts budgétaires. Comme par les années passées, la cible du FLMC a été atteinte. Les dépassements ont été financés grâce aux récupérations.

Une utilisation efficiente du budget d'administration

La cible du budget d'administration représente les ressources financières maximales disponibles (calculées selon une comptabilité de caisse modifiée et avant transfert budgétaire). Ce budget ne peut être comparé aux frais de fonctionnement et d'administration figurant aux états financiers puisque ces dépenses sont enregistrées selon une comptabilité d'exercice.

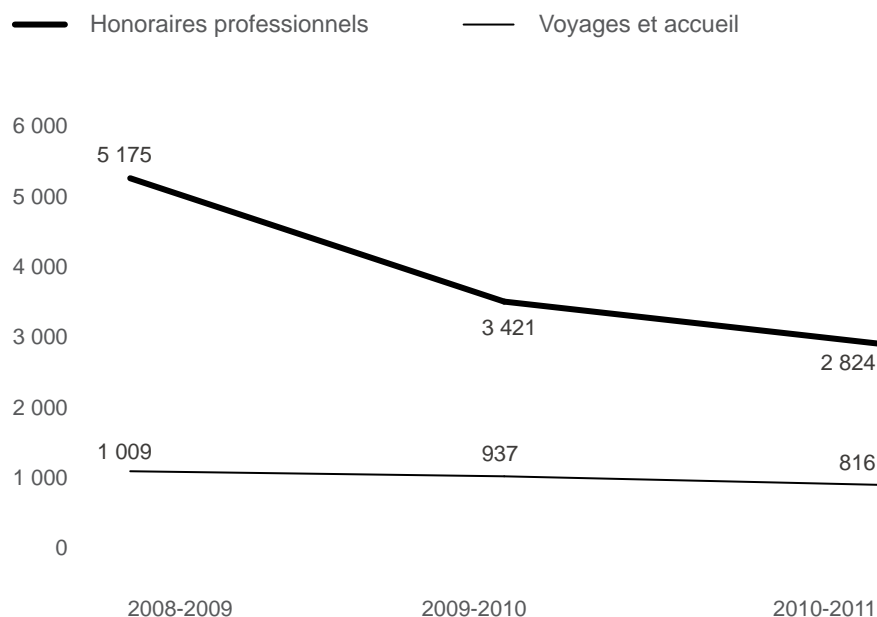
Une fois de plus, la cible a été atteinte, et pour la troisième année de suite, une partie du budget d'administration a été transférée aux programmes destinés à l'industrie. Du crédit parlementaire annuel de Téléfilm consacré à l'administration, la somme de 1,5 million de dollars a été transférée aux programmes du FLMC. De plus, des dépenses administratives de 1 million de dollars pour l'exercice financier 2011-2012 ont été payées d'avance à même le budget de 2010-2011, plaçant Téléfilm dans une excellente position. En résumé, Téléfilm gère les fonds publics avec rigueur et efficacité.

Mesures de compression des coûts

Téléfilm a respecté l'esprit et l'intention des mesures de compression des coûts du Secrétariat du Conseil du Trésor en procédant à un examen minutieux de ses dépenses discrétionnaires.

- Les coûts liés aux services professionnels (-45 %) et les frais de voyages et d'accueil (-19 %) ont diminué de façon constante depuis deux ans.
- Compte tenu du mandat de Téléfilm, les coûts relatifs à la publicité et aux publications n'ont pas été ciblés pour faire l'objet de compressions.

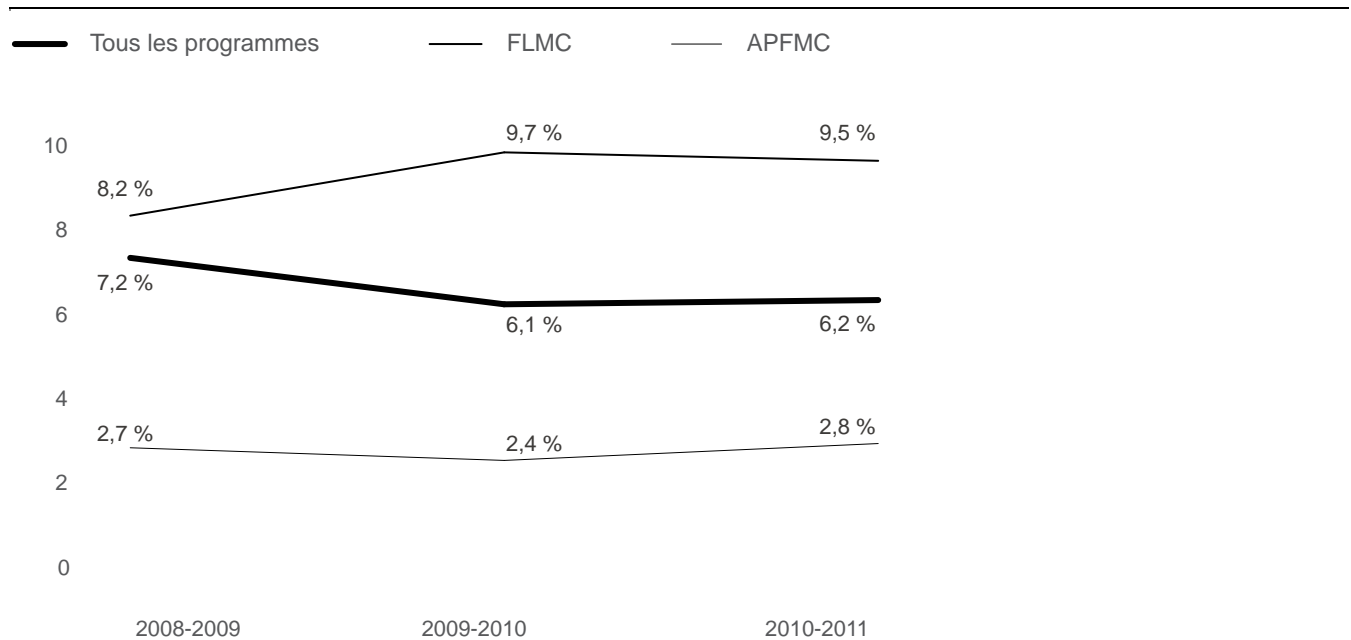
Niveau des dépenses ('000)



Administration

Un administrateur efficace

Ratio des frais de gestion



Téléfilm utilise le ratio de frais de gestion (RFG) et d'autres paramètres pour évaluer son efficacité dans la prestation des programmes. Il mesure, en pourcentage, les ressources financières consacrées à chacun des programmes en fonction des dépenses annuelles. Cette mesure nécessite un calcul particulier qui tient compte des frais de fonctionnement et d'administration (moins l'amortissement) et des dépenses de programme pertinentes. Le calcul du ratio a ses limites et ne doit pas être utilisé pour comparer différents programmes en raison des écarts entre les modèles de décision utilisés pour chacun des programmes.

Tous les programmes

Ce ratio mesure tous les frais de fonctionnement et d'administration de Téléfilm par rapport à l'ensemble des dépenses de support, y compris celles des programmes de financement du FMC qui ne sont pas comprises dans les états financiers de Téléfilm. Le lancement des nouveaux programmes du FMC a entraîné une faible augmentation de moins de 2 % par rapport à l'an dernier, stabilisant le RFG à 6,2 %. Téléfilm ne prévoit aucune variation importante de ce ratio au cours du prochain exercice financier.

Fonds du long métrage du Canada (FLMC)

Le RFG a diminué de 2 % par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 9,5 %, et ce, malgré le fait que les dépenses de support du FLMC ont diminué de près de 3 millions de dollars, affectant négativement le calcul du ratio. Nous prévoyons que la présentation des dépenses du FLMC sera différente l'an prochain, Téléfilm évalue le RFG du FLMC en fonction de la nouvelle divulgation.

Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada (APFMC)

Depuis trois ans, ce RFG fluctue entre 2,4 % et 2,8 % (taux de 2010-2011). Une telle stabilité témoigne d'un contrôle rigoureux des coûts. Cette année, l'augmentation du RFG est attribuable principalement aux coûts relatifs à l'administration des nouveaux programmes. Nous ne prévoyons aucun changement important du RFG de l'APFMC au cours du prochain exercice financier.

Administration

Fiabilité de l'information

La présente revue financière a été préparée par la direction et doit être lue en parallèle avec nos états financiers vérifiés et les notes afférentes pour l'exercice financier terminé le 31 mars 2011. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. La revue financière fournit un compte rendu complet, exact et pondéré de la performance passée de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir. L'information est factuelle et basée sur des éléments probants, pertinents et fiables. La direction a établi et maintient des systèmes, des mesures de contrôle et des procédures efficaces visant à assurer l'exhaustivité, la fiabilité, la comparabilité, la pertinence et la publication rapide de l'information utilisée à l'interne et divulguée à l'externe. Cette revue financière a été présentée au comité de direction, à la directrice générale, au comité de vérification et des finances et enfin, au conseil d'administration à des fins d'approbation. Les états financiers et le rapport de l'auditeur indépendant sont présentés dans la prochaine section.

Normes et estimations comptables

Aucune nouvelle norme comptable n'a été adoptée en 2010-2011. Pour préparer l'information financière, la direction a utilisé ses meilleures estimations et hypothèses susceptibles d'avoir une incidence importante sur les états financiers. Les estimations comptables importantes sont abordées dans la Note 2 j) *Incertitude relative à la mesure* des états financiers. Téléfilm a revu certaines hypothèses et la méthode utilisée pour calculer l'obligation au titre des indemnités de départ (voir la Note 7b) *Obligation au titre des indemnités de départ* des états financiers).

Normes d'information financière

Téléfilm est d'avis que les normes comptables du secteur public de l'ICCA constituent le référentiel comptable le plus approprié pour ses états financiers. Ces normes seront mises en application à compter du prochain exercice financier débutant le 1^{er} avril 2011. On estime que la répercussion financière se traduira par une diminution du passif et une augmentation de l'actif du Canada établi à 3,3 millions de dollars (voir la Note 3 *Adoption de nouvelles normes comptables, Changements comptables futurs* des états financiers).

Administration

SOMMAIRE : ÉTAT DES RÉSULTATS (M\$)

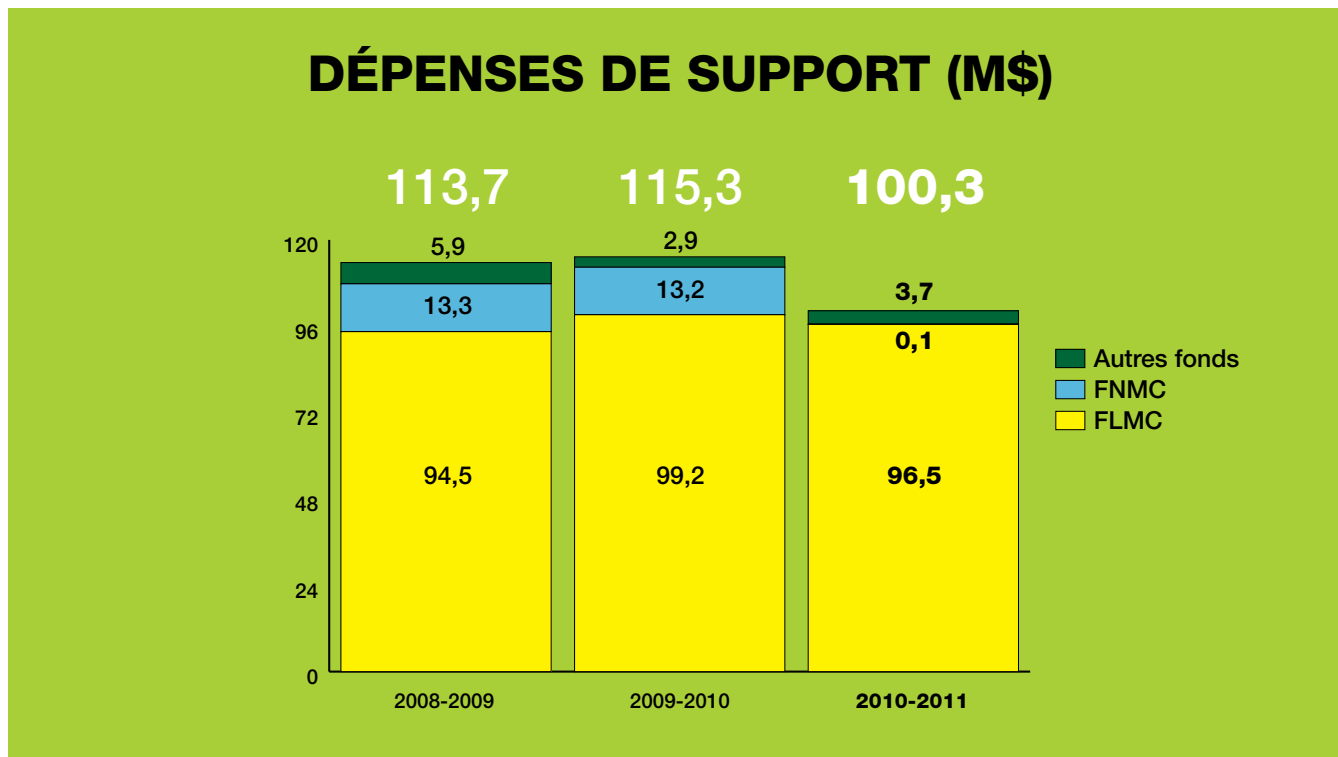
	2010-2011	Variation \$	Variation %
DÉPENSES			
Dépenses de support	100,3	(15,0)	-13
Récupérations	(9,1)	0,1	-2
Frais d'administration	28,4	(0,5)	-2
FINANCEMENT			
Revenus	10,1	1,5	18
Financement gouvernemental	106,9	(13,6)	-11
Résultat net	(2,6)	3,3	

Survol des résultats financiers

Les fonds ont été utilisés de façon optimale durant l'exercice 2010-2011, avec un résultat net de -2,6 millions de dollars. À Téléfilm, les résultats négatifs indiquent que l'organisation a utilisé toutes les ressources financières annuelles disponibles et qu'elle a également utilisé les récupérations accumulées pour couvrir le manque de financement.

Les dépenses de support ont atteint un montant total de 100,3 millions de dollars, soit une diminution de 13 % par rapport à l'exercice précédent qui est principalement attribuable à la clôture des activités du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) (-13,1 millions de dollars). Les **récupérations** sont demeurées stables à 9,1 millions de dollars, mais leur tendance est à la baisse. Les frais d'administration ont diminué pour s'établir à 28,4 millions de dollars, ce qui représente une baisse de 2 % par rapport à l'exercice précédent. Les frais d'administration sont en diminution pour une deuxième année consécutive. Les revenus ont augmenté de 18 % et s'élèvent à 10,1 millions de dollars, cette hausse étant attribuable aux honoraires de gestion plus élevés découlant de la gestion des nouveaux programmes du FMC. Le financement gouvernemental a enregistré une importante baisse de 13,6 millions de dollars, résultant principalement de la clôture du FNMC.

Administration



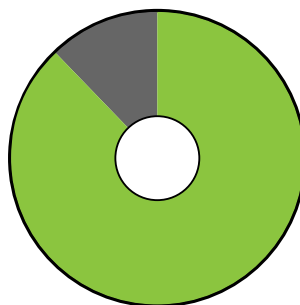
Dépenses de support

Avec des dépenses de support s'élevant à 100,3 millions de dollars, l'exercice financier 2010-2011 donne un aperçu plus réaliste des années à venir. L'importante diminution par rapport à l'an dernier (-15 millions de dollars) s'explique principalement par la fermeture du FNMC. De plus amples renseignements sur les dépenses de support sont fournis aux annexes A et B des états financiers. Nous prévoyons une légère diminution des dépenses de support en 2011-2012, en raison, principalement, de la baisse prévue des récupérations.

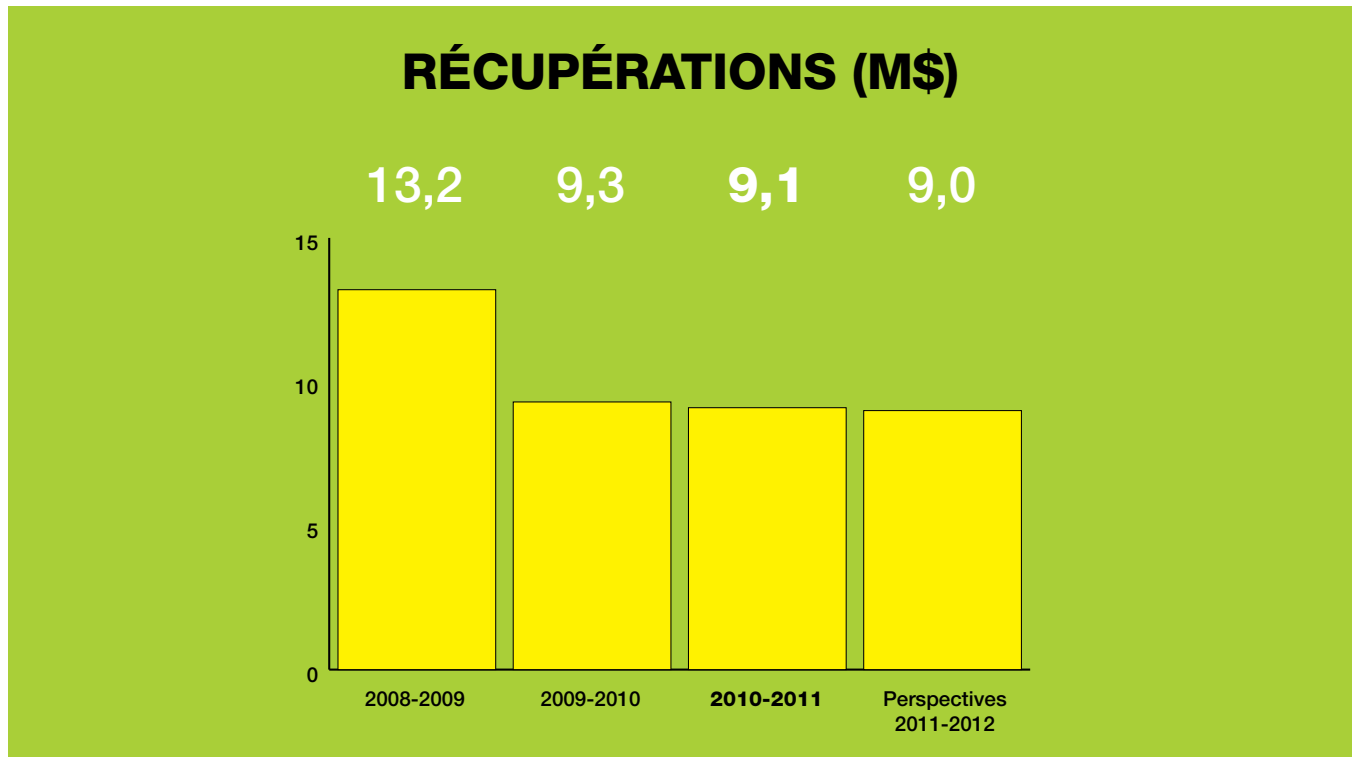
Les dépenses de support sont essentiellement financées par le crédit parlementaire, mais également par les récupérations actuelles et accumulées. Le graphique circulaire ci-dessous présente les montants du financement et les pourcentages du montant total selon la source.

Financement des dépenses de support : 100,3 millions dollars

- 88 % ■ Crédit parlementaire / 88,1 M\$
- 12 % ■ Récupérations / 11,9 M\$
- 0 % ■ Autres / 0,3 M\$



Administration



Récupérations

Les récupérations proviennent des avances récupérables découlant de la participation de Téléfilm à la mise en marché et au développement des films et de retours sur investissements dans la production de films.

Le graphique ci-dessus illustre la tendance à la baisse des récupérations sur une période de trois ans. Les récupérations sont imprévisibles et le montant total plus élevé enregistré en 2008-2009 était dû en grande partie au succès remporté par deux films canadiens sur le marché international. Les prévisions des récupérations pour 2011-2012 sont une extrapolation des années antérieures.

Conformément à l'ancien accord de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien (PCH) au sujet du FNMC, Téléfilm a versé environ 0,6 million de dollars au Trésor du Canada durant le présent exercice financier.

Administration

FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION (M\$)

	2010-2011	Variation \$	Variation %
Salaires et avantages sociaux	19,1	0,5	3
Honoraires professionnels	2,8	(0,6)	-17
Location	1,7	0,0	1
Amortissement	1,3	(0,4)	-23
Technologies de l'information	1,2	(0,1)	-8
Frais de bureau	1,0	0,0	4
Voyages et accueil	0,8	(0,1)	-13
Publicité et publications	0,5	0,1	22
	28,4	(0,6)	

Frais de fonctionnement et d'administration





Les frais de fonctionnement et d'administration figurent à l'annexe C des états financiers. Pour la deuxième année consécutive, Téléfilm a enregistré une baisse des frais de fonctionnement et d'administration. Se situant à 28,4 millions de dollars, ceux-ci sont inférieurs de 2 % à ceux de l'an dernier.

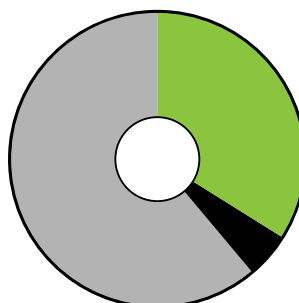
Les salaires représentent 67 % des dépenses totales. Les dépenses salariales n'ont augmenté que de 3 %, ce qui témoigne d'une bonne discipline financière compte tenu de l'abolition du FNMC et de la mise en oeuvre des nouveaux programmes du FMC. Les honoraires professionnels et les frais de voyages et d'accueil ont également chuté de 17 % et 13 % respectivement, résultat d'un examen budgétaire rigoureux.

Enfin, les charges d'amortissement ont également diminué, puisque de nombreux éléments d'actif se trouvent à la fin de leur durée de vie utile. Dans l'ensemble, Téléfilm ne prévoit aucune hausse importante des dépenses au cours du prochain exercice.

Le financement des frais d'administration provient de deux sources principales : le crédit parlementaire et les honoraires de gestion provenant du FMC. Le graphique circulaire ci-dessous présente les montants du financement et les pourcentages du montant total selon la source, en fonction de la comptabilité d'exercice.

Financement des dépenses d'administration : 28,5 millions de dollars

34 %		FMC / 9,6 M\$
5 %		Aide gov. reportée / 1,3 M\$
61 %		Crédit parlementaire / 17,5 M\$
0 %		Autres / 0,1 M\$



Administration

FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS (M\$)

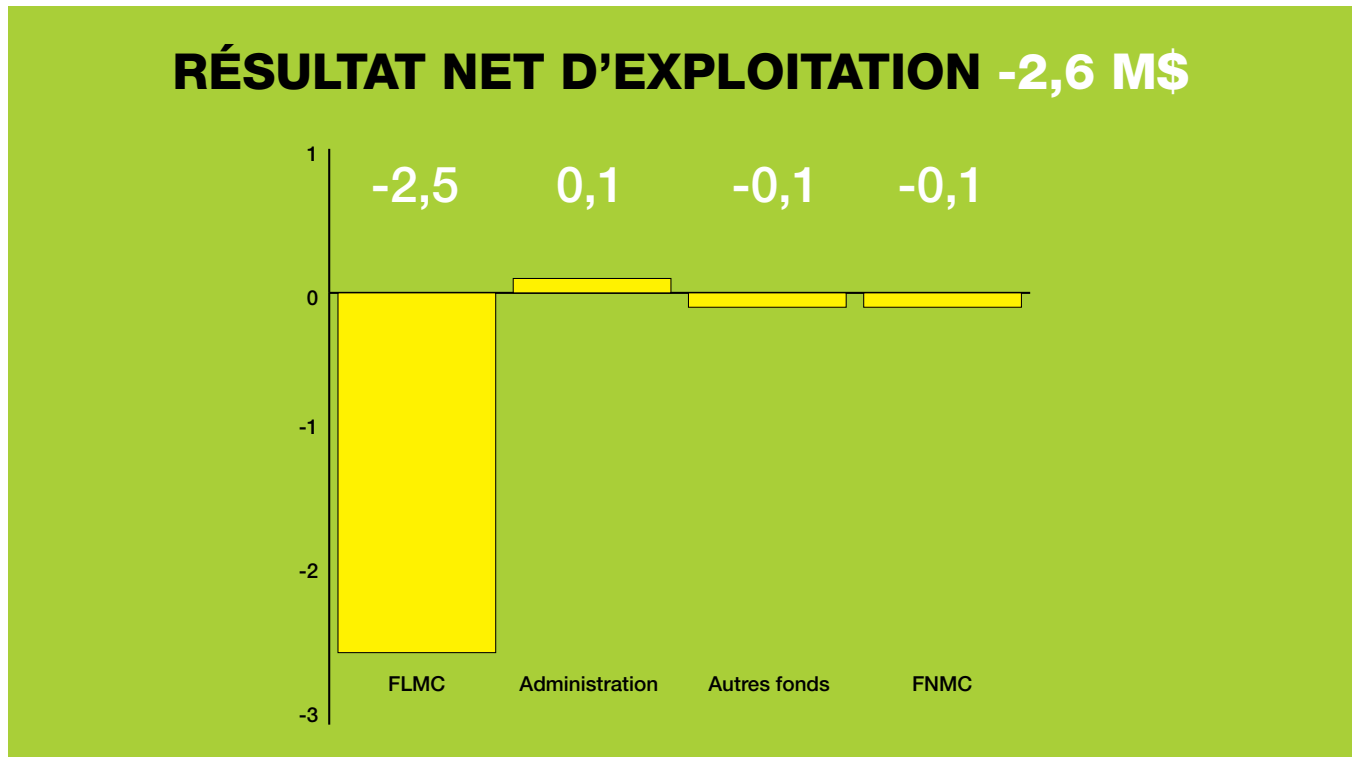
	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Tendance
Crédit parlementaire	108,7	105,7	105,6	Stable
Honoraires de gestion provenant du FMC	7,7	7,9	9,6	En hausse
Contributions de PCH	14,1	13,1	–	En baisse

Financement gouvernemental et revenus

Le crédit parlementaire est demeuré stable depuis l'an dernier pour atteindre 105,6 millions de dollars, il est inscrit aux résultats après déduction des travaux en cours à titre d'actif incorporel (0,063 million de dollars). Le crédit parlementaire devrait être sensiblement le même pour le prochain exercice financier.

Les revenus provenant des honoraires de gestion du FMC ont augmenté considérablement par rapport à l'an dernier (+1,7 million de dollars) en raison du nombre de demandes plus élevé et de la mise en œuvre des nouveaux programmes. L'entente de services a également été renouvelée pour l'exercice 2011-2012. Les contributions de PCH sont à zéro, en raison de la clôture du FNMC.

Administration



Résultat net

Le résultat net total de -2,6 millions de dollars est positif pour Téléfilm. Il indique que tous les fonds disponibles ont été utilisés et que l'insuffisance de fonds est financée par les récupérations accumulées. Tous les fonds, soit le FLMC, les autres fonds et le FNMC, ont utilisé des récupérations accumulées, par le biais de l'avoir du Canada, pour couvrir leurs dépenses. Le graphique ci-dessus indique le résultat net pour chacun des fonds.

Il est normal que ces fonds soient en situation de déficit puisque Téléfilm enregistre des récupérations et que celles-ci sont réinvesties au moment opportun. Ces réinvestissements dépendent des cycles de production des projets audiovisuels qui ne sont pas nécessairement synchronisés avec la clôture de l'exercice de Téléfilm.

Administration

BILAN (M\$)

	2010-2011	Variation \$	Variation %
ACTIF			
À recevoir du Canada	37,2	(0,2)	0
Débiteurs	3,9	(0,2)	-5
À recevoir du FMC	3,0	1,0	49
À recevoir de PCH	0,0	(2,7)	-100
Frais payés d'avance	1,8	(0,2)	-11
Immobilisations corporelles et actifs incorporels	3,3	(1,2)	-28
	49,2	(3,5)	

Bilan

La section suivante présente les points saillants du bilan et les principales variations par rapport à l'exercice précédent. Le bilan lui-même ainsi que les données réelles et comparatives sont présentés dans les *états financiers*.

L'actif totalise 49,2 millions de dollars, et le montant à recevoir du gouvernement du Canada, s'élevant à 37,2 millions de dollars, équivaut à notre encaisse. Il s'agit de l'élément le plus important, représentant plus des trois quarts du total de l'actif. Ces liquidités serviront à financer nos engagements contractuels qui se chiffrent à 33,9 millions de dollars (voir la Note 10 a) *Dépenses de support* des états financiers).

Les principales fluctuations concernant les débiteurs proviennent du FMC et de PCH. L'augmentation de 1 million de dollars du montant à recevoir du FMC est attribuable principalement aux honoraires supplémentaires relatifs à l'exécution des activités au quatrième trimestre, alors que la diminution du montant à recevoir de PCH s'explique par la dernière année (2009-2010) au cours de laquelle le FNMC avait fait des transactions remboursables. Le dernier écart important figurant au bilan provient d'une diminution de 1,2 million de dollars de la valeur nette des actifs corporels et incorporels, principalement liée à l'amortissement.

Administration

BILAN (M\$)

	2010-2011	Variation \$	Variation %
PASSIF ET AVOIR			
Créditeurs et frais courus	2,4	0,8	54
Avantages incitatifs reportés sur bail	0,4	(0,1)	-28
Obligation au titre des indemnités de départ	1,2	(0,4)	-22
Aide gouvernementale reportée	3,3	(1,2)	-28
Avoir	41,9	(2,6)	-6
	49,2	(3,5)	

Bilan

L'avoir du gouvernement du Canada a atteint 41,9 millions de dollars au présent exercice financier. Il s'agit de l'élément le plus important du bilan, représentant 85 % du passif et de l'avoir. Il correspond essentiellement, sur la base de la comptabilité d'exercice, aux récupérations non entièrement réinvesties (se reporter aux engagements contractuels mentionnés ci-dessus) et donc non encore enregistrées à titre de dépenses de support. La diminution de l'avoir est directement liée au résultat net de l'exercice financier en cours (-2,6 millions de dollars). L'aide gouvernementale reportée représente la somme non amortie utilisée pour financer les actifs corporels et incorporels (3,3 millions de dollars), et la diminution est principalement liée aux charges d'amortissement. Les créiteurs et frais courus ont clôturé l'exercice à 2,4 millions de dollars et l'augmentation de 0,8 million de dollars est due aux récupérations du FNMC devant être versées au Trésor du Canada, et aux comptes fournisseurs.

Administration

SOMMAIRE DES FLUX DE TRÉSORERIE (M\$)

	2009-2010	2010-2011	Variation \$
Encaisse utilisée pour les activités d'exploitation	(9,9)	(0,2)	9,7
Encaisse fournie par les activités de financement	0,0	0,1	0,1
Encaisse utilisée pour les activités d'investissement	0,0	(0,1)	(0,1)
Diminution de l'encaisse	(9,9)	(0,2)	9,7
Encaisse au début	47,3	37,4	(9,9)
Encaisse à la fin	37,4	37,2	(0,2)

Sommaire des flux de trésorerie

Le montant à recevoir du gouvernement du Canada équivaut à notre encaisse. L'encaisse a diminué légèrement (0,2 million de dollars) au cours du présent exercice, pour clôturer à 37,2 millions de dollars. Les activités de financement sont liées au crédit parlementaire inscrit à titre d'aide gouvernementale reportée (0,1 million de dollars), tandis que les activités d'investissement concernent des travaux informatiques en cours (-0,1 million de dollars). Les flux de trésorerie sont demeurés stables en 2010-2011. Les principaux changements par rapport au dernier exercice financier proviennent des activités d'exploitation où le résultat net, le montant à recevoir de PCH et les créiteurs et frais courus ont eu une plus grande répercussion en 2009-2010, réduisant les liquidités de 9,9 millions de dollars.

RÉTROSPECTIVE DES NEUF DERNIERS EXERCICES

État des résultats (en million de dollars)	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Dépenses de support									
Fonds du long métrage du Canada	96,5	99,2	94,5	90,2	96,1	74,6	79,3	91,9	78,9
Autres fonds	3,7	2,9	5,9	6,2	6,8	5,9	5,7	5,5	7,9
Fonds des nouveaux médias du Canada	0,1	13,2	13,3	10,1	13,4	12,4	8,6	9,8	8,5
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	-	-	-	2,1	21,9	107,7	109,9	110,0	114,2
Programme des entrepreneurs de la musique	-	-	-	-	-	-	5,4	8,8	4,3
Dépenses de support	100,3	115,3	113,7	108,6	138,2	200,6	208,9	226,0	213,8
Récupérations	(9,1)	(9,3)	(13,2)	(15,0)*	(27,3)*	(26,2)*	(24,8)*	(19,8)*	(22,4)*
Frais de fonctionnement et d'administration	28,4	28,9	31,1	28,4*	28,1*	24,0*	23,8*	22,4*	21,6*
Coûts de l'exploitation	119,6	134,9	131,6	122,0	139,0	198,4	207,9	228,6	213,0
Financement gouvernemental et revenus									
Crédit parlementaire	105,6	105,7	108,7	103,3	103,1	122,5	126,3	123,4	135,0
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada	9,6	7,9	7,7	7,7	7,6	-	-	-	-
Contribution du Fonds canadien de télévision	-	-	0,2	1,1	6,9	13,0	2,0	24,5	26,8
Ministère du Patrimoine canadien : Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital Fonds des nouveaux médias du Canada	-	-	-	-	-	49,8	49,8	49,8	47,3
Programme des entrepreneurs de la musique	-	13,0	14,0	11,5	14,0	14,0	8,9	9,6	7,4
Écoles de formation professionnelle	-	-	-	2,5	2,5	2,6	2,6	2,6	2,8
Autres contributions	-	0,1	0,1	-	0,1	-	-	-	-
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	1,3	1,7	2,0	2,6	2,5	2,2	2,2	2,0	1,5
Autres revenus	0,5	0,6	0,3	0,6	0,7	0,9	0,6	0,4	0,9
Résultat net d'exploitation	117,0	129,0	133,0	129,3	137,4	205,2	197,8	221,9	227,4
	(2,6)	(5,9)	1,4	7,3	(1,6)	6,8	(10,1)	(6,7)	14,4

*Les données financières antérieures à 2009 n'ont pas été redressées afin qu'elles soient conformes au format adopté en 2009 car l'impact sur les données est non matériel. Les chiffres sont arrondis.

RÉTROSPECTIVE DES NEUF DERNIERS EXERCICES

Bilan (en million de dollars)	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Actif									
À recevoir du Canada	37,2	37,4	47,3	37,4	24,3	35,2	14,8	-	8,9
À recevoir : Ministère du Patrimoine canadien	-	2,7	0,7	5,6	6,2	4,7	18,5	30,7	15,4
Fonds des médias du Canada	3,0	2,0	2,4	2,2	9,2	-	2,0	24,5	26,8
Débiteurs, frais payés d'avance et prêts	5,3	6,1	6,7	8,1	7,3	7,5	6,8	8,3	10,1
Débiteurs à long terme, prêts et investissements	0,4	-	-	0,2	0,1	0,3	0,1	0,2	0,4
Immobilisations corporelles	2,3	3,0	3,7	4,4*	8,7	9,1	9,0	9,2	6,7
Actifs incorporels	1,0	1,5	2,5	3,6*	-	-	-	-	-
	49,2	52,7	63,3	61,5	55,8	56,8	51,2	72,9	68,3
Passif et avoir du Canada									
À payer au Canada	-	-	-	-	-	-	-	8,6	-
Créditeurs et frais courus	2,4	1,6	4,6	2,3	3,3	2,1	3,6	6,5	6,4
Obligation au titre des indemnités de départ	1,2	1,6	1,5	1,4	1,2	1,1	0,9	0,7	0,6
Avantages incitatifs reportés sur bail	0,4	0,5	0,6	0,8	0,9	1,2	1,2	1,3	1,3
Aide gouvernementale reportée	3,3	4,5	6,2	8,0	8,7	9,1	9,0	9,2	6,7
Avoir du Canada	41,9	44,5	50,4	49,0	41,7	43,3	36,5	46,6	53,3
	49,2	52,7	63,3	61,5	55,8	56,8	51,2	72,9	68,3

*Seules ces données financières ont été redressées pour les rendre conformes à la présentation adoptée en 2009. Les chiffres sont arrondis.

ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2011

RAPPORT DE LA DIRECTION

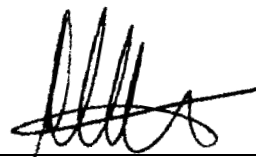
Les états financiers de Téléfilm Canada sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Les systèmes de contrôle interne sont soumis à l'examen périodique des auditeurs internes de la Société. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes à la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière*, chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi, aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le conseil assume cette charge par l'entremise du comité de vérification et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous les rapports s'y rattachant et peut faire des recommandations au conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes. Également, le comité se réunit périodiquement avec les auditeurs internes et externes et avec la direction pour examiner l'étendue de l'audit et pour évaluer les comptes rendus de leurs audits.

L'auditeur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un audit indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles.

Montréal, Canada
Le 17 juin 2011



Carole Brabant, CA, MBA
Directrice générale



Denis Pion,
Directeur – Administration et Services d'entreprise



RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

Rapport sur les états financiers

J'ai effectué l'audit des états financiers ci-joints de Téléfilm Canada, qui comprennent le bilan au 31 mars 2011, et l'état des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada et l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

Responsabilité de la direction pour les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Responsabilité de l'auditeur

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de mon audit. J'ai effectué mon audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que je me conforme aux règles de déontologie et que je planifie et réalise l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du

caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit.

Opinion

À mon avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de Téléfilm Canada au 31 mars 2011, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada.

Rapport relatif à d'autres obligations légales et réglementaires

Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis les principes comptables généralement reconnus du Canada ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de Téléfilm Canada dont j'ai eu connaissance au cours de mon audit des états financiers ont été effectuées, dans tous leurs aspects significatifs, conformément à la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi sur Téléfilm Canada* et aux règlements administratifs de Téléfilm Canada.

Pour le vérificateur général du Canada par intérim,

Sylvain Ricard, CA auditeur
vérificateur général adjoint

Le 17 juin 2011
Montréal, Canada

TÉLÉFILM CANADA

État des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada

Exercice terminé le 31 mars 2011

En milliers de dollars	Annexe	2011	2010
Dépenses de support			
Fonds du long métrage du Canada	A	96 463	99 211
Autres fonds	B	3 707	2 876
Fonds des nouveaux médias du Canada		98	13 189
		100 268	115 276
Récupérations		(9 109)	(9 252)
Dépenses de support nettes		91 159	106 024
Frais de fonctionnement et d'administration		28 370	28 905
Coût de l'exploitation		119 529	134 929
Revenus			
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada		9 599	7 887
Intérêts et autres revenus		361	504
Revenus d'investissements		93	148
		10 053	8 539
Coût net de l'exploitation avant financement gouvernemental		109 476	126 390
Financement gouvernemental			
Crédit parlementaire		105 604	105 667
Contributions du ministère du Patrimoine canadien		-	13 098
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée (note 8)		1 312	1 708
		106 916	120 473
Résultat net d'exploitation et résultat étendu		(2 560)	(5 917)
Avoir du Canada au début		44 489	50 406
Avoir du Canada à la fin		41 929	44 489

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

TÉLÉFILM CANADA

Bilan

31 mars 2011

En milliers de dollars	Note	2011	2010
Actif			
Actif à court terme			
À recevoir du Canada		37 239	37 391
Débiteurs	4	3 487	4 048
À recevoir du Fonds des médias du Canada		3 028	2 028
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien		-	2 663
Frais payés d'avance		1 797	2 017
		45 551	48 147
Débiteurs à long terme	4	355	-
Immobilisations corporelles	5	2 305	2 995
Actifs incorporels	5	958	1 517
		49 169	52 659
Passif et avoir du Canada			
Passif à court terme			
Créditeurs et frais courus	6	2 360	1 535
Passif à long terme			
Avantages incitatifs reportés sur bail		360	503
Obligation au titre des indemnités de départ	7 b)	1 257	1 620
Aide gouvernementale reportée	8	3 263	4 512
		4 880	6 635
Avoir du Canada	9	41 929	44 489
		49 169	52 659

Engagements (note 10)

Éventualités (note 13)

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

Approuvé par le conseil:



Michel Roy, Président

TÉLÉFILM CANADA

État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2011

En milliers de dollars	2011	2010
Activités d'exploitation		
Résultat net d'exploitation et résultat étendu	(2 560)	(5 917)
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Amortissement des immobilisations corporelles	690	693
Amortissement des actifs incorporels	622	1 015
Diminution des avantages incitatifs reportés sur bail	(143)	(143)
Augmentation (diminution) de l'obligation au titre des indemnités de départ	(363)	139
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(1 312)	(1 708)
	(3 066)	(5 921)
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Diminution des débiteurs	561	765
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada	(1 000)	337
Diminution (augmentation) des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	2 663	(1 938)
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	220	(93)
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	825	(3 038)
Augmentation des débiteurs à long terme	(355)	-
	(152)	(9 888)
Activités de financement		
Crédit parlementaire - aide gouvernementale	63	-
Activités d'investissement		
Acquisition d'actifs incorporels	(63)	-
Diminution des liquidités	(152)	(9 888)
À recevoir du Canada au début	37 391	47 279
À recevoir du Canada à la fin	37 239	37 391

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

1. Statut et activités

La Société a été constituée en 1967 par la *Loi sur Téléfilm Canada*. Elle a pour mission de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada, composée notamment des industries du long métrage, de la télévision et des nouveaux médias. La Société peut également agir dans le cadre d'accords conclus avec le ministère du Patrimoine canadien pour la prestation de services ou la gestion de programmes concernant les industries audiovisuelles ou de l'enregistrement sonore.

Téléfilm est une société d'État régie, inter alia, par la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière*, chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi. La Société est également assujettie à certaines dispositions de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

La Société n'est pas assujettie aux impôts sur le revenu.

2. Principales conventions comptables

Ces états financiers ont été dressés par la direction selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Les principales conventions comptables suivies par la Société sont les suivantes :

a) Dépenses de support

Les dépenses de support comprennent l'ensemble de l'aide accordée aux activités de l'industrie du long métrage, de la télévision et des nouveaux médias. Les dépenses de support sont effectuées principalement via des investissements, des avances à remboursement conditionnel, des subventions et contributions et sont comptabilisées comme suit :

- i) Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et les avances à remboursement conditionnel sont constatés aux résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont versés ou payables; ils sont tous constatés aux dépenses de support en raison de l'incertitude des sommes pouvant être recouvrées.
- ii) Les subventions et contributions sont constatées aux résultats dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou payables.

b) Récupérations

Les récupérations proviennent des avances recouvrées et des participations aux revenus d'exploitation découlant des investissements. Les récupérations sont constatées aux résultats au moment où elles sont exigibles. Toute récupération d'investissement qui excède le montant investi est comptabilisée comme revenu d'investissement. Les récupérations sont présentées nettes des pertes sur créances irrécouvrables.

2. Principales conventions comptables (suite)

c) Revenus

Honoraires de gestion

Les honoraires de gestion correspondent au remboursement des dépenses relatives à l'administration et à la livraison des programmes de financement du Fonds des médias du Canada. Les honoraires sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

Intérêts et autres revenus

Les intérêts et autres revenus sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice et sont constatés au cours de l'exercice où ils sont gagnés et mesurables.

d) Financement gouvernemental

La Société obtient des fonds par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. Le montant de crédit parlementaire utilisé pour financer les dépenses de support et les frais de fonctionnement et d'administration est constaté à l'état des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada. La portion de crédit parlementaire utilisée pour financer les acquisitions des immobilisations corporelles et des actifs incorporels est comptabilisée comme aide gouvernementale reportée au bilan et est amortie selon la même base que les actifs auxquels elle se rapporte. Le crédit parlementaire est comptabilisé jusqu'à concurrence des montants admissibles encourus.

Les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada jusqu'à concurrence des dépenses admissibles encourues.

e) Montant à recevoir du Canada

Les opérations bancaires de la Société sont traitées par le Receveur Général du Canada et affectent le Trésor, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, le résultat de l'ensemble des opérations bancaires est présenté au bilan comme compte à recevoir du Canada.

2. Principales conventions comptables (suite)**f) Immobilisations corporelles et actifs incorporels**

Les immobilisations corporelles et les actifs incorporels sont comptabilisés au coût. Ils sont amortis linéairement en fonction de leur durée de vie utile respective selon les taux suivants :

Actif	Taux
<u>Immobilisations corporelles</u>	
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
<u>Actifs incorporels</u>	
Logiciels et licences	14 % et 20 %

Les éléments d'actif reliés aux travaux en cours ne font pas l'objet d'un amortissement. Lorsque les travaux en cours sont achevés, les sommes relatives aux actifs sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations corporelles et actifs incorporels et sont amorties conformément à la politique de la Société.

g) Avantages sociaux futursRégime de retraite

Tous les employés admissibles participent au Régime de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Ce régime de retraite à prestations déterminées offre des prestations basées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen des cinq meilleures années consécutives. Les cotisations versées à titre d'employeur sont établies en fonction du Régime de retraite de la fonction publique et représentent le coût complet pour la Société. Ce montant est équivalent à un multiple des cotisations versées par les employés et pourrait changer au fil du temps selon la situation financière du Régime. Les cotisations de la Société sont imputées à l'exercice au cours duquel les services sont rendus et représentent l'ensemble de ses obligations en matière de prestations de retraite. La Société n'est pas tenue de verser des cotisations au titre des insuffisances actuarielles du Régime de retraite de la fonction publique.

Indemnités de départ

Les employés ont droit à des indemnités de départ tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces indemnités est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées. L'obligation au titre des indemnités de départ est calculée à une valeur actuelle selon les hypothèses les plus probables de la direction en matière; d'évolution des salaires, de l'âge des employés, des années de services, de la probabilité de départ pour raison de démission ou de retraite et d'autres facteurs. Ces hypothèses sont révisées annuellement. Ces indemnités constituent pour la Société la seule obligation de cette nature dont le règlement entraînera des paiements au cours des prochains exercices.

2. Principales conventions comptables (suite)

h) Instruments financiers

Les actifs financiers et les passifs financiers sont comptabilisés initialement à la juste valeur et leur évaluation ultérieure dépend de leur classement, comme il est décrit ci-après. Leur classement dépend de l'objet visé lorsque les instruments financiers ont été acquis ou émis, de leurs caractéristiques et de leur désignation par la Société.

Classification

Le montant à recevoir du Canada est classé comme étant détenu à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur pendant la période est constatée dans les résultats.

Les montants à recevoir du Fonds des médias du Canada, les Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien et les Débiteurs sont désignés comme étant détenus à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur est constatée aux résultats. Lorsque la valeur de rendement de l'argent n'est pas importante en raison du fait qu'il s'agit d'échéances à court terme, les sommes à recevoir sont comptabilisées au montant de la facture initiale moins la provision pour créances irrécouvrables.

Les Débiteurs à long terme, nets de la provision pour créances irrécouvrables, sont désignés comme étant détenus à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur est constatée dans les résultats.

Les Crédeurs et frais courus sont détenus à des fins de transaction. Lorsque la valeur de rendement de l'argent n'est pas importante en raison du fait qu'il s'agit de crédeurs et de frais courus à court terme, les sommes à payer sont comptabilisées au montant de la facture initiale.

i) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus, financement gouvernemental et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour créances irrécouvrables, la durée de vie des immobilisations corporelles et actifs incorporels, l'obligation au titre des indemnités de départ et les éventualités sont les items les plus importants où des estimations sont utilisées. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés de façon significative.

3. Adoption de nouvelles normes comptables

Changements comptables futurs

Normes d'information financière

Au cours de l'exercice se terminant le 31 mars 2010, la Société a procédé à l'analyse de l'incidence de l'adoption des Normes comptables pour le secteur public. La Société se classe comme « autres organismes publics » et a choisi d'adopter les Normes comptables pour le secteur public. Ces normes s'appliqueront pour l'exercice débutant le 1 avril 2011. Les effets de ces nouvelles normes seront constatés rétroactivement avec retraitement des états financiers comparatifs. Les conventions comptables affectées par ce changement de référentiel comptable ayant une incidence sur les résultats sont principalement; les avantages incitatifs reportés sur bail, les avantages sociaux futurs, et l'aide gouvernementale reportée.

4. Débiteurs

En milliers de dollars	2011	2010
Débiteurs reliés aux récupérations	1 904	683
Taxes à récupérer	1 074	2 825
Autres débiteurs	864	540
	3 842	4 048
Portion à court terme	3 487	4 048
Portion à long terme	355	-
	3 842	4 048

5. Immobilisations corporelles et actifs incorporels

En milliers de dollars	2011		2010	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette	Valeur nette
<u>Immobilisations corporelles</u>				
Améliorations locatives	4 595	2 790	1 805	2 382
Équipements technologiques et mobilier	1 143	643	500	613
	5 738	3 433	2 305	2 995
<u>Actifs incorporels</u>				
Logiciels et licences	14 499	13 604	895	1 517
Travaux en cours	63	-	63	-
	14 562	13 604	958	1 517
	20 300	17 037	3 263	4 512

6. Crédoiteurs et frais courus

En milliers de dollars	2011	2010
Créditeurs reliés aux dépenses de support, fournisseurs et frais courus	2 054	1 337
Avantages incitatifs reportés sur bail à court terme	143	143
Obligation au titre des indemnités de départ à court terme	163	55
	2 360	1 535

7. Avantages sociaux futurs**a) Régime de retraite**

La Société et tous les employés admissibles cotisent au Régime de retraite de la fonction publique. Ce régime offre des prestations qui sont pleinement indexées selon la hausse de l'Indice des prix à la consommation. Les cotisations versées par la Société et ses employés au Régime de retraite de la fonction publique se sont élevées à :

En milliers de dollars	2011	2010
Cotisations de la Société	1 943	1 984
Cotisations des employés	1 010	1 017

b) Obligation au titre des indemnités de départ

La Société paie des indemnités de départ à ses employés fondées sur la raison du départ, les années de service et le salaire en fin d'emploi. Ce régime n'étant pas provisionné, il ne détient aucun actif et présente un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées. Pour calculer l'obligation au titre des indemnités de départ la Société utilise; un taux de croissance de la rémunération de 2,75%, un taux d'actualisation de 3,75%, une probabilité de départ des employés de 10% avant l'âge de 55 ans et l'âge de 59 ans comme hypothèse de départ à la retraite. Au cours de l'exercice, la méthode d'estimation du calcul de l'obligation au titre des indemnités de départ a fait l'objet d'une révision. La révision d'estimation a eu pour effet de diminuer la charge relative aux indemnités de départ. Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement. À la date du bilan, les renseignements utiles à l'égard de ce régime sont les suivants :

En milliers de dollars	2011	2010
Solde au début	1 675	1 585
Révision d'estimation	(343)	-
Coût des services rendus au cours de l'exercice	210	278
Indemnités versées au cours de l'exercice	(122)	(188)
Solde à la fin	1 420	1 675
Portion à court terme (incluse dans les crédoiteurs)	163	55
Portion à long terme	1 257	1 620
	1 420	1 675

8. Aide gouvernementale reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

En milliers de dollars	2011	2010
Solde au début	4 512	6 220
Crédit parlementaire pour l'aide gouvernementale	63	-
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(1 312)	(1 708)
Solde à la fin	3 263	4 512

9. Information concernant la gestion du capital

La Société définit son capital comme étant l'Avoir du Canada. En vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, et d'autres lois fédérales, la Société est tenue de se conformer à certaines exigences de nature financière. Ainsi, la Société gère l'Avoir du Canada en surveillant prudemment ses revenus, ses dépenses, ses actifs, ses passifs et ses transactions financières générales, de manière à ce que la Société atteigne efficacement ses buts et objectifs en conformité avec ces lois tout en demeurant en exploitation. Il n'y a pas eu de changement dans la gestion du capital de la Société durant l'exercice.

10. Engagements

a) Dépenses de support

La Société est engagée contractuellement à verser des sommes dans le cadre de ses programmes. Le total des paiements prévus qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

En milliers de dollars	Total
2012	32 043
2013	1 842
	33 885

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

En milliers de dollars	Total
2012	1 256
2013	1 686
2014	1 302
2015	738
	4 982

11. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange, qui est la contrepartie établie et acceptée par les entités apparentées.

12. Instruments financiers**Juste valeur**

Le montant à recevoir du Canada, les Débiteurs à court terme, les Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien, le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada et les Crédeurs et frais courus font partie du cours normal des activités de la Société. La valeur comptable de ces instruments financiers correspond à leur juste valeur du fait que ces instruments ont des échéances relativement brèves. La juste valeur des Débiteurs à long terme a été déterminée par l'actualisation des versements prévus aux ententes de remboursement au taux d'escompte moyen de la Banque du Canada établi à la date du bilan.

Objectifs et politique en matière de gestion des risques financiers

La Société est exposée à divers risques financiers qui résultent de ses opérations. La gestion des risques financiers est effectuée par la direction de la Société. La Société ne conclut pas de contrats visant des instruments financiers, incluant des dérivés, à des fins spéculatives.

Risque de taux d'intérêt

Le risque d'intérêt se définit comme l'exposition de la Société à une perte de revenu d'intérêt ou une perte de valeur sur les instruments financiers résultant d'une variation du taux d'intérêt. Comme l'échéance de l'essentiel des instruments financiers de la Société sont à court terme, toute variation du taux d'intérêt n'aurait pas d'impact important sur les états financiers. L'exposition de la Société au risque de taux d'intérêt est non significative.

Risque de liquidité

La Société a des engagements contractuels (note 10) et des passifs financiers (notes 6 : crédeurs et frais courus et 7b : obligation au titre des indemnités de départ) et est, par conséquent, exposée au risque de liquidité.

Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des crédeurs et frais courus au 31 mars 2011 :

En milliers de dollars	2011	2010
1-30 jours	1 624	1 155
31-90 jours	80	62
91 jours à 1 an	656	318
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuel	2 360	1 535

12. Instruments financiers (suite)

La Société croit que les fonds futurs générés par les activités d'exploitation et l'accès à des liquidités additionnelles provenant de crédits parlementaires seront suffisants pour faire face à ses obligations. Sous la supervision de la haute direction, la Société gère les liquidités en fonction des prévisions financières et des flux de trésorerie prévus.

Risque de crédit

Les instruments financiers qui pourraient assujettir la Société à un risque de concentration de crédit se composent principalement du montant à recevoir du Canada, des Débiteurs, des Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien et du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada.

Il n'y a pas de concentration de Débiteurs pour un client en particulier, de par la nature de la clientèle et leur répartition géographique. La Société est ainsi protégée contre une concentration du risque de crédit. Au 31 mars 2011, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux Débiteurs correspond à leur valeur comptable.

Débiteurs:

En milliers de dollars	2011	2010
Courant - 30 jours	2 244	2 438
31-90 jours	659	1 277
91 jours et plus	2 450	1 567
Provision pour créances irrécouvrables	(1 511)	(1 234)
Total	3 842	4 048

La Société établit une provision pour les créances irrécouvrables et révisé régulièrement le crédit de tous ses clients.

Provision pour créances irrécouvrables:

En milliers de dollars	2011	2010
Solde au début	1 234	1 269
Dépense pour créances irrécouvrables	518	378
Créances radiées et recouvrements	(241)	(413)
Solde à la fin	1 511	1 234

13. Éventualités

Dans le cours normal des affaires, diverses poursuites ont été intentées contre la Société. La direction n'est pas en mesure de prédire l'issue de ces litiges et les pertes pouvant résulter du règlement ne peuvent faire l'objet d'une estimation raisonnable. Conséquemment, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société. La Société n'a encouru aucune perte au cours de l'exercice.

14. Chiffres comparatifs

Certains chiffres de 2010 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2011.

TÉLÉFILM CANADA

Annexes A et B - Autres renseignements

Exercice terminé le 31 mars 2011

A - Fonds du long métrage du Canada

En milliers de dollars	2011	2010
Dépenses de support		
Aide à la production	62 419	68 399
Aide à la distribution et mise en marché	15 027	12 143
Aide au développement	9 288	8 553
Aide aux longs métrages indépendants à petit budget	2 284	2 407
Aide à l'écriture de scénarios	548	1 070
Aide aux coproductions officielles	420	475
Aide au doublage et au sous-titrage	446	311
	90 432	93 358
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	4 347	4 326
Participation aux festivals et marchés étrangers	1 684	1 527
	6 031	5 853
Dépenses de support	96 463	99 211

B - Autres fonds

En milliers de dollars	2011	2010
Dépenses de support		
Aide aux coproductions officielles - Télévision	273	233
Aide à la production et au développement	78	-
	351	233
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	2 345	2 054
Participation aux marchés étrangers	1 011	589
	3 356	2 643
Dépenses de support	3 707	2 876

TÉLÉFILM CANADA

Annexes C et D - Autres renseignements

Exercice terminé le 31 mars 2011

C - Frais de fonctionnement et d'administration

En milliers de dollars	2011	2010
Salaires et avantages sociaux	19 099	18 552
Honoraires professionnels	2 824	3 421
Location, taxes, chauffage et électricité	1 713	1 699
Amortissement d'immobilisations corporelles et d'actifs incorporels	1 312	1 708
Technologies de l'information	1 168	1 268
Frais de bureau	968	935
Voyages et accueil	816	937
Publicité et publications	470	385
	28 370	28 905

D - Coûts des principaux programmes

En milliers de dollars	Fonds du long métrage du Canada	Fonds des médias du Canada
Salaires et avantages sociaux		
Gestion, administration et livraison	4 126	5 215
Secteurs à services partagés	1 626	1 356
Secteurs en support aux opérations	2 244	2 727
Autres coûts	1 142	301
	9 138	9 599

Gestion, administration et livraison des programmes et secteurs à services partagés

Les frais de gestion, d'administration et de livraison des programmes sont constitués de charges salariales inhérentes aux gestionnaires responsables des fonds, aux employés administratifs en soutien aux opérations et aux employés spécialisés dans la livraison des activités des programmes. Les coûts des secteurs à services partagés proviennent des salaires et avantages sociaux reliés aux départements qui desservent l'ensemble des programmes, tels que les services des finances, des communications et des stratégies et recherches.

Secteurs en support aux opérations

Ces coûts présentent les dépenses encourues pour supporter l'ensemble des employés attitrés à la gestion, à l'administration et à la livraison des programmes ainsi que les employés offrant les services partagés. Ils correspondent aux dépenses des secteurs des ressources humaines, des services informatiques et des ressources matérielles. Les frais sont notamment constitués de salaires, d'honoraires professionnels, de frais de loyers et de coûts de technologie de l'information. Ces coûts ne comprennent pas la dépense d'amortissement d'immobilisations corporelles et d'actifs incorporels.

Autres coûts

Les autres coûts proviennent des dépenses de fonctionnement, autres que les salaires et les amortissements, engendrés par la gestion, l'administration et la livraison des programmes, ainsi que par les secteurs à services partagés.

« **Faire affaire avec Téléfilm
m'a permis de... bâtir ma carrière
au Canada, de rester dans mon pays
et d'y travailler. »**

– David Cronenberg
(réalisateur)

Gouvernance

Conseil d'administration

Biographies

Membre du conseil d'administration :

Michel Roy

Président du conseil

Lieu de résidence : Bolton-Ouest, Québec

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Octobre 2007

Principales fonctions : Administrateur public

Expérience et compétences

- Sous-ministre provincial du Tourisme et des Communications
- Consultant en gestion des affaires
- Monteur de films, producteur pour la télévision, créateur de contenu, auteur, musicien et compositeur ayant produit des albums

Formation

- Maîtrise en administration publique

Yvon Bélanger, CA

Président du comité de vérification et des finances

Lieu de résidence : Québec, Québec

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Avril 2008

Principales fonctions :

- Comptable agréé (à la retraite)
- Ancien associé d'audit

Expérience et compétences

- Expert en normalisation et présentation des états financiers

Formation

- Baccalauréat en administration des affaires
- Maîtrise en commerce

Gouvernance

G. Grant Machum, LL.B.

Président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Lieu de résidence : Halifax, Nouvelle-Écosse

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Mai 2008, mandat renouvelé en janvier 2010

Expérience et compétences

- Spécialiste en contentieux lié au travail et en arbitrage
- Spécialiste en droits de la personne et en relations de travail

Formation

- Baccalauréat en commerce
- Baccalauréat en droit

Marie Oden

Présidente du comité de planification stratégique et des communications

Lieu de résidence : Vancouver, Colombie-Britannique

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Juillet 2008

Principales fonctions : Cadre de direction et entrepreneure en mise en marché et en publicité

Expérience et compétences

- Consultante et professionnelle en mise en marché et en communications
- Cadre de direction en publicité
- Membre de conseils d'administration d'organismes artistiques
- Patron of the Arts Award, 2007

Formation

- Baccalauréat ès arts

Elise Orenstein, LL.B.

Vice-présidente du conseil d'administration

Lieu de résidence : Toronto, Ontario

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Décembre 2006

Principales fonctions : Avocate, associée (à la retraite)

Expérience et compétences

- Spécialiste en droit des affaires, droit commercial et droit de la propriété intellectuelle dans les domaines des médias convergents et du divertissement
- Professeure de droit à l'université

Formation

- Baccalauréat en droit
- Baccalauréat ès arts
- Maîtrise en philosophie (Oxon)

Gouvernance

Tom Perlmutter

Membre d'office

Lieu de résidence : Montréal, Québec

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Juin 2007

Principales fonctions : Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada

Expérience et compétences

- Cinéaste, auteur et producteur
- Cadre de direction et administrateur de l'Office national du film du Canada

Formation

- Maîtrise en administration des affaires

Ram Krishna Raju

Membre

Lieu de résidence : Ottawa, Ontario

Membre du conseil de Téléfilm depuis : Mai 2010

Principales fonctions : Entrepreneur Internet

Expériences et compétences

- Entrepreneur Internet spécialisé dans les médias numériques et la gestion
- Professeur universitaire des systèmes d'information et gestionnaire des systèmes informatiques
- Vice-président, Canadian Association of Campus Computer Stores

Formation

- Baccalauréat ès arts
- Baccalauréat en sciences
- Maîtrise en administration des affaires

Gouvernance

Intendance du conseil

La solide gouvernance de Téléfilm repose sur son conseil d'administration présidé par Michel Roy, auparavant sous-ministre provincial et consultant en gestion des affaires. Tous les membres du conseil sont indépendants et ont été nommés parce qu'ils possèdent des compétences recherchées par Téléfilm, comme une expertise en droit du travail, en droit de la propriété intellectuelle, en vérification, en communication de l'information financière, en mise en marché et en communications. Leur assiduité aux réunions témoigne du dévouement, de l'engagement et de l'implication des membres du conseil.

Responsabilités et activités

Résumé de la charte et des responsabilités

- Adopter un cadre stratégique et un plan d'entreprise et les réviser
- Établir les priorités de Téléfilm
- Superviser la mise en œuvre du plan d'entreprise
- Approuver les budgets et les états financiers
- Approuver le rapport annuel
- Contrôler la vision de Téléfilm en matière de gouvernance et de structure
- Évaluer le rendement du directeur général

Points saillants

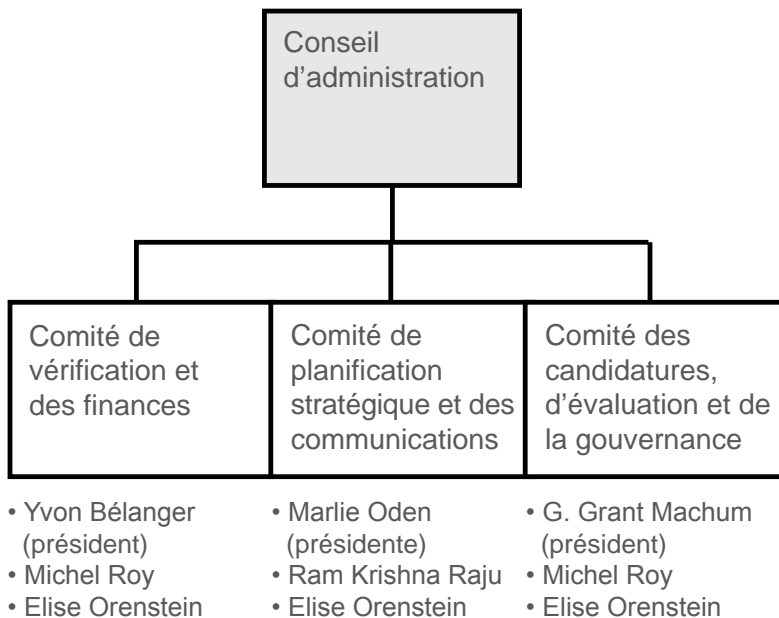
- Approbation du renouvellement de l'entente de services avec le FMC
- Approbation des états financiers au 31 mars 2010
- Approbation du rapport annuel
- Approbation des augmentations de salaire et des primes au rendement
- Approbation du budget de 2011-2012
- Approbation du nouveau plan d'entreprise
- Rencontre avec le vérificateur général du Canada et réception du rapport final de l'examen spécial
- Approbation de la politique d'archivage
- Approbation du plan de gestion de la continuité des affaires
- Approbation des changements apportés à la structure organisationnelle
- Approbation d'un cadre stratégique visant à accroître la valeur de la marque de l'organisation

Nominations

Le gouverneur en conseil a procédé à la nomination de Ram Krishna Raju d'Ottawa au conseil d'administration de Téléfilm le 14 mai 2010, pour un mandat de cinq ans.

Gouvernance

Comités du conseil d'administration



Afin de faciliter son processus de décision, le conseil dispose de trois comités. Ces comités examinent les dossiers qui relèvent de leur domaine de compétence, avant de faire leurs recommandations au conseil.

Comité de vérification et des finances

Résumé de la charte et des responsabilités

- Superviser la présentation de l'information financière et l'information continue
- Superviser la gestion des risques et les contrôles internes
- Superviser les vérificateurs internes, définir la portée de leur mandat, surveiller la mise en œuvre des recommandations et superviser les activités de vérification externe
- Superviser d'autres responsabilités, notamment la conformité aux lois pertinentes et l'examen des dépenses de la haute direction, du conseil et des consultants

Points saillants

- Approbation des états financiers au 31 mars 2010
- Approbation des budgets
- Approbation du plan de vérification
- Approbation d'un plan d'accompagnement pour la préparation du programme de gestion des risques
- Approbation d'un rapport de vérification interne
- Approbation d'un nouveau système d'information pour les activités relatives aux ressources humaines

Gouvernance

Comité de planification stratégique et des communications

Résumé de la charte et des responsabilités

- Révision du plan d'entreprise
- Révision du rapport annuel
- Examen de toutes les questions relatives aux communications

Points saillants

- Examen du processus de planification stratégique
- Révision du plan d'entreprise
- Révision d'un cadre stratégique visant à accroître la valeur de la marque de l'organisation

Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Résumé de la charte et des responsabilités

- Évaluer le rendement du directeur général et soumettre le rapport au conseil
- Surveiller les pratiques générales en matière de ressources humaines
- S'assurer de la bonne composition du conseil et voir à l'évaluation de ses membres
- Étudier toutes les questions relatives à la gouvernance

Points saillants

- Évaluation du rendement du directeur général
- Révision de la politique sur les programmes de primes au rendement
- Révision du plan directeur des ressources humaines
- Examen des pratiques de Téléfilm relatives aux entrevues de départ des employés
- Examen des pratiques de Téléfilm relatives à la planification de la relève
- Examen des pratiques de Téléfilm relatives à l'équité en matière d'emploi

Gouvernance

Participation aux réunions du conseil et de ses comités

	Conseil d'administration	Comité de vérification et des finances	Comité de planification stratégique et des communications*	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance
Nombre de réunions	7	6	4	3
Présence :				
Michel Roy	7	6	3	3
Elise Orenstein	7	6	4	3
Tom Perlmutter	3	0	1	0
Yvon Bélanger	6	6	1	1
G. Grant Machum	7	1	0	3
Marlie Oden	7	1	4	1
Ram Krishna Raju	6	1	3	0

La présence des membres qui ne font pas partie des comités est optionnelle.

*Ram Krishna Raju a remplacé Michel Roy à ce comité durant l'exercice financier.

Gouvernance

Comité de direction

Biographies

Membres du comité de direction :

Carolle Brabant, CA

Directrice générale

Expérience et compétences

- 3 ans d'expérience en vérification financière à titre de comptable agréée
- 20 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat en administration des affaires
- Maîtrise en administration des affaires

Denise Arab

Directrice, communications

Expérience et compétences

- 20 ans d'expérience en communications
- 2 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat ès arts
- Baccalauréat en journalisme

Dave Forget

Directeur, relations d'affaires et certification

Expérience et compétences

- 20 ans d'expérience en distribution de films
- 10 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat ès arts

Sheila de La Varende

Directrice, développement des affaires nationales et internationales

Expérience et compétences

- 25 ans d'expérience dans l'industrie audiovisuelle et des nouveaux médias
- 10 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat ès arts

Gouvernance

Jean-Claude Mahé

Directeur, affaires publiques et gouvernementales

Expérience et compétences

- 25 ans de service à l'Office national du film du Canada et en tant qu'expert-conseil en communications
- 7 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat en éducation

Stéphane Odesse, LL.B.

Directeur, affaires juridiques et accès à l'information et secrétaire du conseil d'administration

Expérience et compétences

- Plus de 20 ans d'expérience dans les domaines du droit commercial, du droit des affaires et du droit d'auteur
- 16 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat en droit
- Diplôme d'études supérieures spécialisées en fiscalité

Denis Pion

Directeur, administration et services d'entreprise

Expériences et compétences

- 25 ans d'expérience en technologies de l'information et gestion de projet
- 20 ans avec Téléfilm

Formation

- Baccalauréat en gestion informatique

Michel Pradier

Directeur, financement des projets

Expérience et compétences

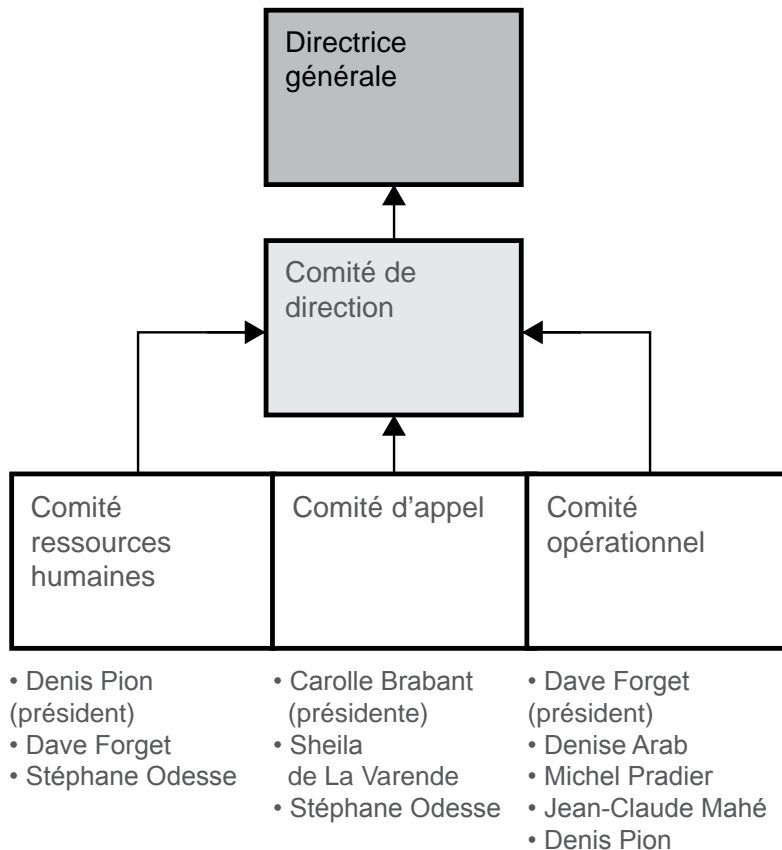
- 6 ans de service dans le domaine financier à la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et au Bureau du crédit d'impôt du Québec
- 11 ans d'expérience en production cinématographique
- 13 ans avec Téléfilm

Formation

- Certificats en musique et en gestion informatique

Gouvernance

Structure de gouvernance de la direction



En 2010-2011, la directrice générale a mis sur pied une nouvelle structure de gouvernance afin d'accroître l'efficacité de Téléfilm et de faciliter le processus de prise de décision. Le comité de direction aide la directrice générale à prendre des décisions importantes sur la planification stratégique et le développement organisationnel, et sur des questions de nature administrative et opérationnelle.

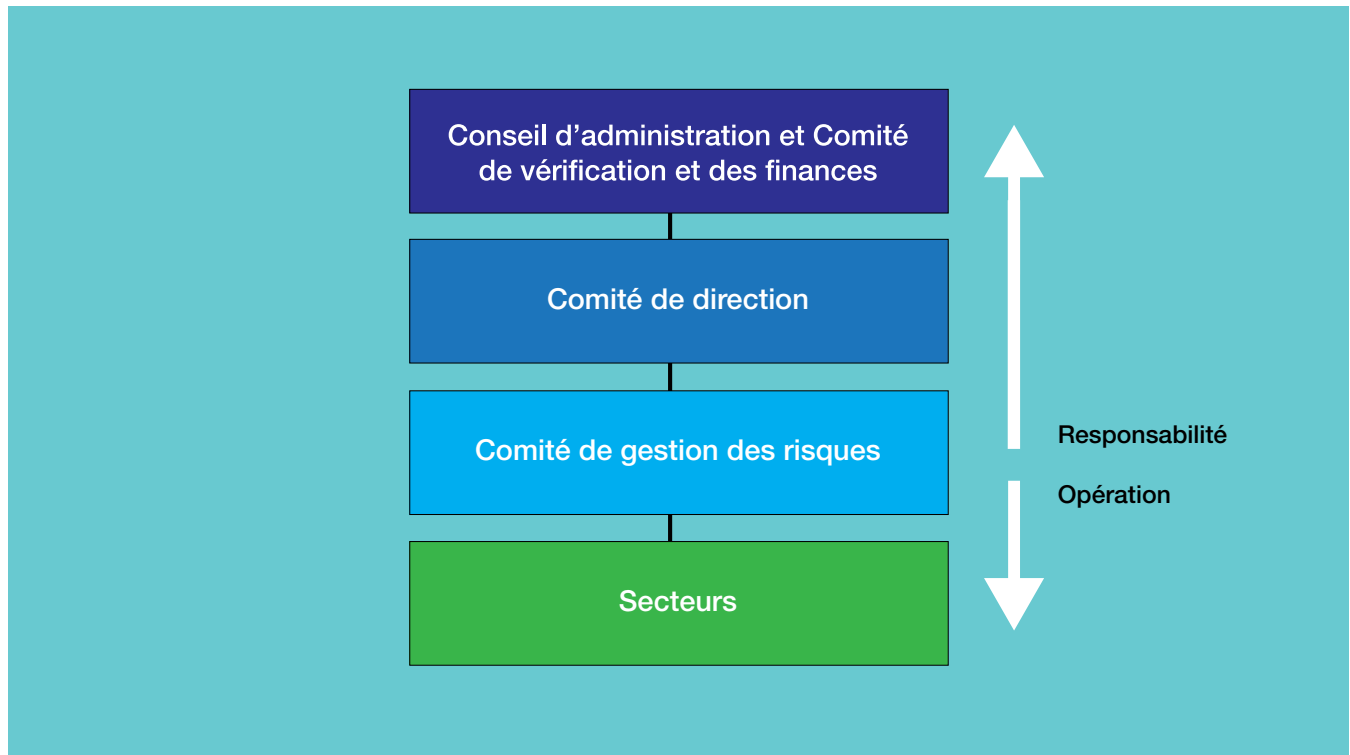
Le comité de direction de Téléfilm comprend huit membres de différents secteurs qui possèdent des compétences pertinentes et complémentaires. Trois sous-comités relèvent du comité de direction. Le comité des ressources humaines assiste le service des ressources humaines (RH) dans l'interprétation et la mise en application des politiques de Téléfilm en matière de RH, et l'aide à déceler et à régler des situations non courantes.

Le comité opérationnel prend des décisions relatives aux différentes politiques opérationnelles et administratives de Téléfilm, de même qu'au sujet de toute question, interprétation ou situation particulière ayant trait aux pratiques courantes.

Le comité d'appel, présidé par la directrice générale, revoit les décisions prises par le comité opérationnel et le comité des ressources humaines pour lesquelles un client ou un employé a interjeté appel.

En 2010-2011, la performance des différents comités a été évaluée par les membres qui en font partie.

Gouvernance



Gestion des risques

Une saine gestion des risques permet d'accroître l'efficacité et la souplesse de l'organisation.

Le conseil d'administration et le comité de vérification et des finances approuvent les seuils de risques acceptables et les plans d'action visant à atténuer les principaux risques de l'organisation. Ils veillent également à ce que les orientations stratégiques tiennent compte des risques.

Le comité de direction jette un œil critique sur le processus d'identification et d'évaluation des risques et approuve les plans d'action.

Le comité de gestion des risques assure un suivi et une évaluation continue des risques, recommande et met en œuvre des stratégies d'atténuation des risques. Il agit en tant que catalyseur de changement pour toute question concernant les saines pratiques de gestion des risques.

Types de risques

Les risques auxquels Téléfilm est exposée peuvent être liés à la stratégie, aux opérations, aux finances ou à la conformité. Au cours des dernières années, Téléfilm a réussi à réduire ses risques en matière d'opérations, de finances et de conformité, comme en attestent les résultats des récentes vérifications internes. Les risques qui demeurent plus importants pour Téléfilm sont de nature stratégique.

Gouvernance

Catégories	Risques	Mécanismes d'atténuation	Actions futures pour 2012-2015
Stratégie	Financement du contenu canadien <i>L'industrie pourrait avoir de la difficulté à trouver les fonds nécessaires pour financer une masse critique de projets.</i>	<p>Aider l'industrie audiovisuelle canadienne à devenir plus compétitive sur la scène internationale.</p> <p>Simplifier les principes directeurs, incluant l'assouplissement pour les coproductions.</p>	<p>Nous devons élargir notre approche traditionnelle du financement en cherchant de nouvelles sources de fonds pour l'industrie.</p> <p>Faire le suivi des mémoires présentés durant la consultation sur la mise en application de la Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités.</p>
Stratégie	Rejoindre les auditoires <i>Stimuler la demande pour des produits canadiens pourrait s'avérer difficile.</i>	<p>Révision des mesures prises pour promouvoir les succès de l'industrie par l'entremise de différentes plateformes.</p> <p>Redéfinition des programmes d'aide à la distribution et à la mise en marché pour tenir compte des nouvelles réalités du marché et du virage numérique.</p> <p>Consultations auprès des membres de l'industrie et des Groupes de travail du Fonds du long métrage du Canada.</p>	<p>Élaborer des stratégies de promotion régionales et internationales.</p> <p>Revoir les programmes de financement et les programmes de soutien afin de mieux répondre aux besoins de l'industrie.</p>
Stratégie	Financement public <i>L'exercice de réduction du déficit pourrait avoir une incidence sur le financement de Téléfilm.</i>	<p>Recherche de nouvelles sources de financement et de nouveaux partenariats.</p> <p>Organisation de séances d'information exhaustives avec Patrimoine canadien sur des façons novatrices de conserver les instruments de financement ou d'en encourager la création.</p>	<p>Établir de nouveaux partenariats à l'échelle nationale et internationale.</p>
Opérations	Service à la clientèle <i>Difficulté à répondre à la demande de la clientèle qui désire une approche plus flexible en matière de gestion.</i>	<p>Consultations auprès de l'industrie et sondages auprès des clients.</p> <p>Uniformisation et simplification des exigences des programmes.</p> <p>Création d'un nouveau comité opérationnel.</p>	<p>Simplifier les processus tout en conservant un niveau approprié de contrôle diligent.</p>
Conformité	Entente de services avec le Fonds des médias du Canada (FMC) <i>L'entente de services avec le FMC est renouvelée chaque année.</i>	<p>Mise en place d'un comité directeur qui veille au bon fonctionnement des opérations.</p> <p>Production systématique et normalisée des rapports.</p> <p>Maintien de l'efficacité quant aux coûts de la gestion des programmes.</p> <p>Approche axée sur le service aux clients/Réunions et activités de diffusion organisées régulièrement.</p>	<p>Revoir constamment les processus pour simplifier la gestion et assurer la responsabilisation.</p> <p>Consulter le FMC et les clients du FMC.</p>
Opérations	Sécurité de l'information <i>Confidentialité, disponibilité et intégrité de l'information.</i>	<p>Politiques et directives concernant la gestion de la sécurité de l'information, incluant des codes de conduite.</p> <p>Formation des employés et signature annuelle de la <i>Déclaration de conformité et de confidentialité</i>.</p>	<p>Mener une campagne annuelle de sensibilisation des employés sur la sécurité de l'information.</p>
Opérations	Interruption des activités <i>Des événements imprévus pourraient nuire à la capacité de l'organisation d'offrir les services aux clients et de remplir sa mission.</i>	<p>Mise à l'essai et révision annuelles du plan de continuité des affaires.</p> <p>Programme de formation annuel.</p>	<p>Assurer l'amélioration constante du plan de continuité des affaires.</p>

Gouvernance

Évaluation du rendement et rémunération

Conseil d'administration

En 2010-2011, le conseil a procédé à une évaluation du rendement de ses membres et de ses comités conformément à la Politique d'évaluation de la performance du conseil d'administration.

Pour l'exercice financier 2010-2011, une dépense de 0,1 million de dollars a été encourue pour la participation et la préparation des membres aux réunions du conseil et des comités. La rémunération est établie en fonction de la Politique de rémunération des membres du conseil qui prévoit le versement d'honoraires annuels pour le président et d'une indemnité journalière pour le président et les membres du conseil qui assistent aux réunions du conseil et des comités et qui doivent s'y préparer.

Directrice générale

Chaque année, le conseil d'administration évalue le rendement de la directrice générale, conformément aux lignes directrices du programme de gestion du rendement émises par le Bureau du Conseil privé. Ces lignes directrices prévoient, entre autres, l'établissement d'une entente de rendement et d'objectifs de rendement. La rémunération de la directrice générale est établie conformément à la politique et aux lignes directrices du Bureau du Conseil privé.

Employés

Tous les employés sont assujettis à la Politique sur la gestion de la performance de Téléfilm. L'évaluation de la performance est axée sur les responsabilités et les compétences, et comprend un examen du rendement documenté effectué en milieu d'année, et un autre à la fin de l'année. Pour demeurer compétitive et assurer le maintien de pratiques transparentes, Téléfilm utilise une politique de rémunération qui définit une structure salariale et une structure de gestion afin de refléter les valeurs de l'organisation et d'attirer, de conserver et de motiver les ressources humaines. Les augmentations de salaire de tous les employés, y compris les gestionnaires, ont été établies dans le respect de la [Loi sur le contrôle des dépenses](#).

Gouvernance

Orientation et formation

Téléfilm a établi les besoins en matière de formation conformément à son nouveau modèle de leadership. Une formation spécifique a été offerte aux employés au sujet de la gestion du temps et de la performance, des communications et de la réintégration des employés après une absence prolongée. En outre, des forums ont été organisés régulièrement pour répondre aux besoins particuliers des gestionnaires.

Communication et consultations

Téléfilm maintient une communication constante avec ses clients, ses partenaires et les intervenants clés et sollicite leur opinion par différents moyens.

Assemblée publique annuelle

Téléfilm a tenu sa deuxième assemblée publique annuelle à Halifax, en Nouvelle-Écosse, le 8 décembre 2010. Les réalisations de l'exercice financier précédent de Téléfilm ont été présentées à plus de 325 participants qui ont assisté à l'assemblée en personne ou via une webdiffusion en direct. Les membres du public et les représentants de l'industrie audiovisuelle ont ainsi pu interagir avec les membres du conseil et de la direction de Téléfilm.

Consultation de la directrice générale

Tout au long de l'année 2010, la directrice générale de Téléfilm a rencontré plus de 175 intervenants dans le cadre d'une consultation pancanadienne auprès de tous les secteurs de l'industrie. Les résultats de cette consultation ont été d'une importance capitale pour structurer le nouveau plan d'entreprise de Téléfilm.

Consultations auprès des intervenants

Les groupes de travail du Fonds du long métrage du Canada (GT FLMC) offrent un forum pour traiter des besoins, des défis et des objectifs de l'industrie. Ils ont pour mandat d'orienter et de conseiller Téléfilm relativement à ses programmes.

Les membres des GT FLMC proviennent de différents secteurs de l'industrie, de syndicats, de guildes et d'associations. En 2010-2011, deux réunions regroupant tous les membres et plusieurs réunions des sous-comités ont eu lieu pour chaque groupe linguistique.

Le Groupe de développement des affaires internationales (GDAI) établit et met en œuvre des stratégies qui aident l'industrie audiovisuelle canadienne à accroître sa compétitivité sur la scène internationale. Les membres du GDAI proviennent d'organismes provinciaux, d'associations de l'industrie et du Fonds des médias du Canada. Le GDAI s'est réuni officiellement à quatre reprises durant l'exercice financier.

Gouvernance

Code de conduite et éthique

Conflit d'intérêts

Le conseil d'administration a adopté un *Code régissant les conflits d'intérêts et l'après-mandat* pour les employés et les cadres supérieurs. Chaque année, tous les employés de Téléfilm doivent déclarer qu'ils respectent ce Code. Au cours de l'exercice financier 2010-2011, des présentations ont eu lieu dans tous les bureaux pour rappeler aux employés quelles sont leurs obligations en matière d'éthique.

Les membres du conseil sont assujettis à la *Loi sur les conflits d'intérêts* ainsi qu'à l'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada*. Si un membre devait avoir un intérêt matériel dans un contrat avec Téléfilm qui ne soit pas couvert par l'article 5, ce membre serait tenu de déclarer cet intérêt, conformément au règlement 1 de Téléfilm qui contient un mécanisme de déclaration d'intérêt.

Afin d'assurer le plus haut niveau de transparence, les membres doivent soumettre une déclaration écrite au président du conseil chaque année afin de divulguer toute situation qui pourrait contrevenir à l'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada*.

Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles

Téléfilm est assujettie à la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles*. Cette loi informe les employés de la procédure à suivre pour divulguer des actes contraires à l'éthique ou illégaux dont ils pourraient être témoins au travail.

Téléfilm étant un organisme de petite taille, elle bénéficie d'une exception qui permet de soumettre de tels rapports directement au Commissariat à l'intégrité du secteur public du Canada.

Cette année, l'ensemble du personnel de Téléfilm a assisté à des présentations concernant la Loi et ses procédures.



Bureaux de Téléfilm Canada

HALIFAX

1717, rue Barrington
bureau 400
Halifax, Nouvelle-Écosse
B3J 2A4
Téléphone : 902 426-8425
Sans frais : 1 800 565-1773
Télécopieur : 902 426-4445

TORONTO

474, rue Bathurst
bureau 100
Toronto, Ontario
M5T 2S6
Téléphone : 416 973-6436
Sans frais : 1 800 463-4607
Télécopieur : 416 973-8606

MONTRÉAL*

360, rue Saint-Jacques
bureau 600
Montréal, Québec
H2Y 1P5
Téléphone : 514 283-6363
Sans frais : 1 800 567-0890
Télécopieur : 514 283-8212

VANCOUVER

609, rue Granville
bureau 410
Vancouver, Colombie-Britannique
V7Y 1G5
Téléphone : 604 666-1566
Sans frais : 1 800 663-7771
Télécopieur : 604 666-7754

Ce rapport annuel est produit
par Téléfilm Canada.

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada

*Siège social et bureau du Québec