

# LE TALENT D'ABORD

Rapport annuel  
2012-2013

**TELEFILM**  
C A N A D A

Canada

1  
4  
7  
8  
9

**FAITS SAILLANTS**

**À PROPOS DE TÉLÉFILM**

**MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL**

**MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE**

**REVUE ET ANALYSE DE GESTION**

**L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES**

**REVUE DU PLAN D'ENTREPRISE**

**RÉALISATIONS EN 2012-2013**

MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR

DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR

DEVENIR UNE SOURCE DE RÉFÉRENCE EN PRODUISANT ET EN PARTAGEANT

DE L'INFORMATION CLÉ SUR L'INDUSTRIE

RENFORCER L'EXCELLENCE DE L'ORGANISATION

**PERSPECTIVES ET PRIORITÉS POUR 2013-2014**

**OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE**

INDICE DE RÉUSSITE

RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

MOBILISER LES PARTENAIRES

AUGMENTER LA CONSOMMATION DU CONTENU CANADIEN

**REVUE FINANCIÈRE**

**GESTION DES RISQUES**

34

**GOUVERNANCE**

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**COMITÉ DE DIRECTION**

46

**ÉTATS FINANCIERS**

65

**RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES**

COMITÉ HONORAIRE DU FONDS DES TALENTS

FILMS FINANCÉS PAR NOS PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION ET À LA POSTPRODUCTION

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

FESTIVALS DE FILMS, MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX AUXQUELS TÉLÉFILM A ASSISTÉ

# FAITS SAILLANTS

## INDUSTRIE AUDIOVISUELLE

En 2012-2013, les talents de l'industrie audiovisuelle canadienne ont remporté un vif succès et ont permis au Canada de mettre en valeur sa réputation, chez nous comme à l'étranger. À Téléfilm Canada, c'est **le talent d'abord**, et nous sommes fiers d'appuyer et de promouvoir cette industrie dynamique et de faire équipe avec elle. Voici les principaux faits saillants de l'année :

## DES HONNEURS ET DES LANCEMENTS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE, ET AU-DELÀ DE 60 PRIX ET MENTIONS POUR LES TALENTS CANADIENS

**Rebelle** a été en nomination pour l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère, troisième nomination du Canada en trois années consécutives dans cette catégorie aux Academy Awards.

Les films canadiens ont récolté **cinq** prix au **63<sup>e</sup> Festival international du film de Berlin** : *Vic+Flo ont vu un ours*, *Inch'Allah* et *Barefoot*.

**Suzanne Clément** nommée **Meilleure actrice** dans la section **Un Certain Regard** du **Festival de Cannes** pour son rôle dans *Laurence Anyways*.

**Rafaël Ouellet** nommé **Meilleur réalisateur** pour son film *Camion* au 47<sup>e</sup> Festival international du film de Karlovy Vary.

Longs métrages canadiens sélectionnés et présentés à **Cannes** : *Cosmopolis*, *Laurence Anyways*, *Antiviral*, *Hors les murs* et *Le magasin des suicides*.

Le **Canada** était le **Pays à l'honneur** au **MIPCOM 2012**, le plus grand marché au monde de contenu de divertissement pour toutes les plateformes.

Le film canadien **Starbuck** a été choisi pour être projeté sur plus de 2 000 écrans sur le marché chinois.

Le tout premier **prix Diamant canadien Birks** a été remis à Cannes aux actrices canadiennes **Sarah Gadon** et **Emily Hampshire** pour récompenser leur talent et leur succès sur la scène internationale.

**Xavier Dolan** a été le cinéaste à l'honneur lors de l'événement *Filmmaker in Focus* à la 10<sup>e</sup> édition de Canadian Front au Museum of Modern Art de New York.

## LE TALENT D'ABORD AU CANADA

Des projections hautement médiatisées du film *Midnight's Children* de **Deepa Mehta** ont été présentées au Festival international du film de Calgary et au St. John's International Women's Film Festival.

Le **Guichet d'or** de **Téléfilm** a été décerné à **Omertà**, le film en langue française le plus lucratif avec des recettes-guichet de 2,8 millions de dollars en 2012.

Les recettes-guichet nationales des films canadiens en langue anglaise se chiffraient à 13,8 millions de dollars, le **plus haut niveau en 12 ans**.

Le volume de production cinématographique au Canada a atteint la somme de **381 millions de dollars** en 2012.

**Goon** a engrangé 4,1 millions de dollars en recettes-guichet au pays en 2012, ce qui lui a valu le **Golden Box Office Award** de **Téléfilm**.

La cérémonie des tout premiers **Canadian Screen Awards**, qui récompensent l'excellence en cinéma, télévision et nouveaux médias, a attiré 756 000 téléspectateurs.

## NOS RÉALISATIONS

En 2012-2013, Téléfilm Canada est demeurée fidèle à sa mission de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne. Les grandes priorités stratégiques de Téléfilm étaient d'adapter et d'améliorer ses programmes de financement et de promouvoir le talent et le succès au sein de notre industrie. Voici nos principaux faits saillants de l'année :

## UN FINANCEMENT EFFICACE

Lancement réussi des programmes remaniés d'aide au **développement** et à la **promotion** de **Téléfilm** et de notre **Programme de production à micro-budget**.

Du financement pour la production de **72** films, la mise en marché de **94** films et pour appuyer **44** festivals de films canadiens.

Renouvellement du **Programme pour le long métrage documentaire** en partenariat avec le Groupe de Fonds Rogers.

## ENCORE PLUS DE PARTENARIATS ET DE PROMOTION

Les **Soirées cinéma au Canada**, présentées par l'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, font partie des « cinq événements les plus importants pour les influenceurs à Ottawa » selon le magazine *Maclean's*.

Premier **Symposium sur la promotion du cinéma et de la télévision canadiens au pays et à l'international**, présenté par Téléfilm, le FMC et le CRTC, et destiné à l'ensemble de l'industrie.

Création d'un nouveau partenariat avec le **Festival international du film de Palm Springs**, où 13 films canadiens ont été présentés au début de 2013.

Un comité honoraire a été formé pour le **Fonds des talents**, qui a accueilli six membres distingués pour accroître la visibilité du Fonds auprès de donateurs éventuels.

Des sommets de visibilité et de couverture médiatique ont été atteints pour le **Canada, le Pays à l'honneur au MIPCOM 2012**, grâce aux efforts concertés des partenaires de l'industrie, du FMC et de Téléfilm.

Les événements promotionnels **Talents en vue, Talent tout court** et **Célébrer les talents canadiens** ont été présentés par Téléfilm à Cannes, au TIFF et à Berlin.

## EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

Le **Rapport annuel 2011-2012** de Téléfilm a remporté l'Or aux *Astrid Awards* dans la catégorie des rapports annuels en ligne.

Le financement récupéré des projets a augmenté de près de **1 million de dollars**, soit **8 %** de plus qu'en 2011-2012.

Le ratio de frais de gestion a baissé à **5,8 %** et les gains d'efficacité administrative nous ont permis de réinvestir **2,5 millions de dollars** dans le financement des programmes.

# À PROPOS DE TÉLÉFILM

## NOTRE VISION

La vision de Téléfilm Canada est la suivante : des auditoires de partout exigeant du contenu multi-écrans canadien – accessible partout, en tout temps, sur toutes les plateformes.

## NOTRE MISSION

La mission de Téléfilm est de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne en jouant un rôle de chef de file par un appui financier et des initiatives alimentant le succès de l'industrie sur les plans culturel, industriel et commercial.

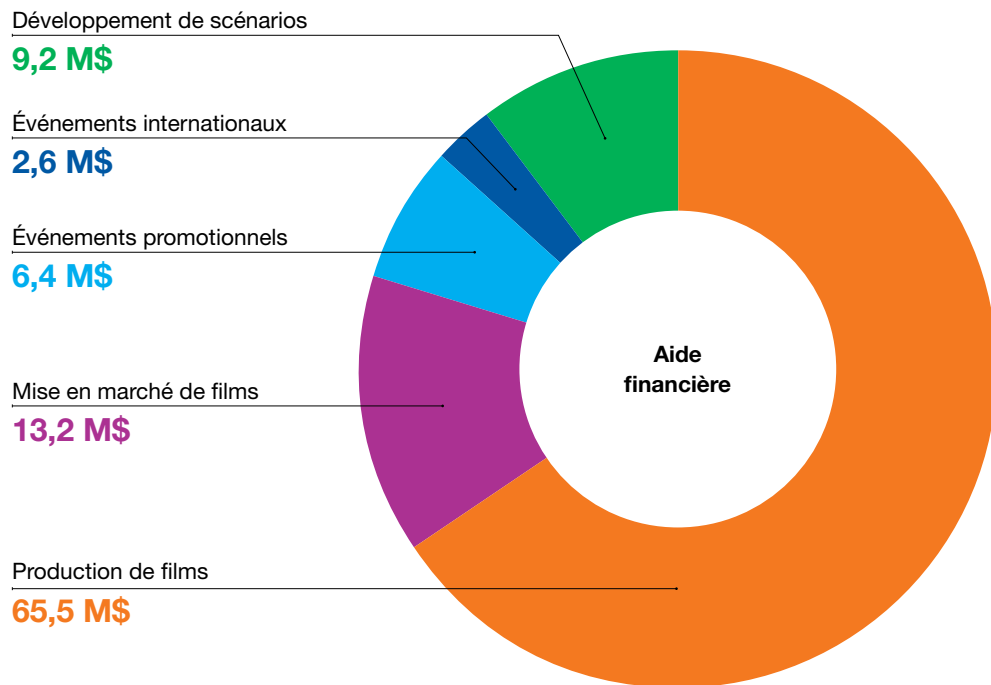
## NOTRE TRAVAIL

Téléfilm est vouée à la réussite culturelle, commerciale et industrielle de l'industrie audiovisuelle canadienne. Nos programmes de financement apportent une aide financière à des sociétés de production et de distribution canadiennes dynamiques qui offrent du contenu aux auditoires. Nous mettons en valeur le succès et les talents de l'industrie audiovisuelle canadienne dans des festivals, des marchés et des événements d'envergure régionale, nationale et internationale. Téléfilm valorise la diversité des points de vue, y compris ceux des talents émergents, des minorités linguistiques et des différentes communautés culturelles autochtones.

Téléfilm administre les programmes du Fonds des médias du Canada (FMC), qui totalisaient 372 millions de dollars pour l'exercice financier 2012-2013. Nous effectuons également des recommandations au sujet de la certification des coproductions audiovisuelles en vertu de traités officiels au ministre du Patrimoine canadien. Notre siège social est situé à Montréal, et nous comptons sur un effectif de plus de 200 employés qui desservent notre clientèle depuis nos quatre bureaux situés à Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax.

## LE FINANCEMENT À L'ŒUVRE

En 2012-2013, les programmes de financement de Téléfilm ont soutenu l'industrie canadienne du cinéma à hauteur de 96,9 millions de dollars. L'aide financière a été attribuée comme suit :



Ce financement s'est traduit par une aide financière pour les activités suivantes :

Production de  
72 longs métrages

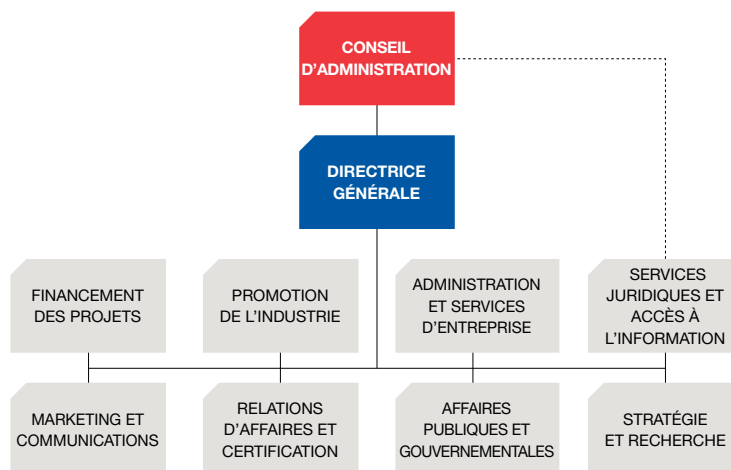
Mise en marché  
de 94 films

Soutien à  
44 festivals de  
films canadiens  
et 83 événements  
de l'industrie

Promotion de films  
canadiens dans  
39 festivals  
internationaux

## RESPONSABILITÉ

La structure organisationnelle et la culture opérationnelle de Téléfilm favorisent la responsabilisation à l'échelle de la Société. Dans ce contexte, un solide cadre de gouvernance permet au conseil d'administration et à la directrice générale de diriger la Société (pour plus d'information, consulter la section sur la Gouvernance). Ainsi, la structure organisationnelle fait en sorte que les différents services de la Société sont responsables de l'atteinte des objectifs du plan d'entreprise devant la directrice générale.



La Société évalue sa performance en se basant sur un cadre de mesure de la performance élaboré en conformité avec son plan d'entreprise 2011-2012 à 2014-2015, *Valoriser la réussite culturelle*. Établis en 2011-2012, les indicateurs de performance permettent à la direction d'assurer l'alignement stratégique de l'ensemble des activités opérationnelles de l'organisation, et ainsi, de remplir son mandat avec succès.

## VALEURS : L'ESPRIT DE TÉLÉFILM

Téléfilm offre à ses employés un environnement de travail sain et stimulant qui encourage des comportements qui reflètent quatre valeurs d'entreprise : respect, engagement, orientation client et ouverture. L'adhésion à ces valeurs est mesurée lors de l'évaluation de rendement des employés. En promouvant ces valeurs, nous sommes en mesure d'attirer, de motiver et de conserver une main-d'œuvre grandement diversifiée au service de l'industrie audiovisuelle canadienne.





## MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL

Notre plan d'entreprise *Valoriser la réussite culturelle* s'avère toujours aussi pertinent et continue de donner des résultats convaincants. Au cours de l'exercice 2012-2013, plusieurs mesures ont été mises en œuvre pour que les auditoires du contenu canadien s'accroissent au pays et à l'étranger. De fait, Téléfilm Canada encourage et récompense mieux la réussite, qu'il s'agisse de créateurs renommés ou d'entreprises dynamiques, de groupes en situation minoritaire ou de talents émergents.

Grâce aux consultations avec nos clients et aux différentes collaborations qui en ont découlé, nous avons pu réaliser des changements d'envergure, telles la consolidation de nos programmes d'aide au développement, et à la promotion, et la création de nouveaux programmes. Tous ces changements ont été instaurés progressivement de manière à assurer une transition efficace pour l'industrie, et le conseil se réjouit du chemin parcouru.

Cependant, comme l'indiquent les résultats de notre Indice de réussite pour 2012, il faut intensifier nos efforts pour augmenter les auditoires du cinéma canadien au pays et à l'étranger, en mettant à profit le plus grand nombre possible de plateformes traditionnelles et numériques.

Il est impératif qu'un vaste mouvement concerté se déploie pour que le contenu canadien bénéficie des ressources financières nécessaires à sa croissance et à sa promotion. De plus en plus de partenaires publics et privés adhèrent à cette philosophie. Ainsi, six entrepreneurs canadiens émérites contribuent à la promotion de notre nouveau Fonds des talents partout au pays afin d'inciter les gens d'affaires, les entreprises et les citoyens canadiens à investir dans la carrière des talents d'ici.

Par ailleurs, j'ai eu le plaisir d'assister à un engagement enthousiaste des principaux acteurs du milieu audiovisuel lors du premier Symposium sur la promotion du cinéma et de la télévision canadiens au pays et à l'international qui s'est tenu à Ottawa, à l'automne 2012, à l'initiative de Téléfilm, du Fonds des médias du Canada et du CRTC. Nous pouvons espérer que, grâce à cet engagement, nos longs métrages rejoindront de plus grands auditoires dans le cadre du vaste système canadien des télécommunications.

Au cours des prochains mois, Téléfilm entamera une réflexion en vue du prochain plan d'entreprise qui débutera en 2015. Il est acquis que la promotion régionale, nationale et internationale du contenu canadien demeurera un impératif incontournable.

L'industrie audiovisuelle canadienne, terreau unique de création et d'innovation, est sans conteste l'un des plus illustres fleurons culturels et économiques de notre pays. Je me sens privilégié de pouvoir y contribuer dans le cadre du second mandat de cinq ans qui m'a été confié comme président de Téléfilm.

Je sais pouvoir compter sur un conseil, une équipe de direction et des employés à la fois expérimentés et passionnés. Ensemble, au cours des dernières années, nous avons établi une solide structure de gouvernance, qui nous a permis d'amorcer un virage majeur vers une meilleure promotion des talents et des entreprises de notre pays.

En outre, le mandat de Madame Carole Brabant vient d'être renouvelé pour une période de trois ans. Je n'hésite pas à dire qu'il s'agit d'une belle assurance pour la suite des choses, d'autant plus qu'à titre de directrice générale, elle a su aligner parfaitement les programmes et la gestion quotidienne des opérations sur la vision stratégique de l'organisation.

En terminant, je félicite tous les créateurs canadiens qui se sont distingués en cours d'année dans des productions qui ont fait notre fierté, chez nous comme à l'étranger.

**Michel Roy**  
Président du conseil



## MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

J'aborde avec beaucoup d'enthousiasme ce nouveau mandat de trois ans à la direction de Téléfilm Canada. Je crois profondément au talent des créateurs de ce pays, et j'apprends tous les jours à mieux apprécier le dynamisme des entrepreneurs qui font vivre cette fascinante industrie. Peu importe les manifestations – Écrans canadiens, Prix Jutra, festivals de Cannes ou de Berlin, soirée des Oscars –, l'image de marque de notre industrie sur la scène internationale s'affirme d'année en année, et nous devons nous en réjouir! Faisons preuve également d'ambition : pourquoi ne viserions-nous pas à devenir, un jour, l'un des plus importants fournisseurs indépendants de contenu audiovisuel au monde?

Chaque jour, ce rêve influence mon travail. C'est aussi lui qui m'anime quand je discute avec les membres de l'équipe de Téléfilm, nos clients et nos partenaires. Bien sûr, plusieurs étapes doivent encore être franchies, tant au pays que sur la scène internationale. Nous devons nous efforcer de gagner le cœur d'un nombre croissant de Canadiens, en rendant les contenus accessibles sur un plus grand nombre de plateformes. Nous devons aussi créer une véritable « marque de commerce » des productions canadiennes et d'abord la faire aimer chez nous. Le reste suivra, si nous y mettons les efforts et utilisons les outils d'appoint appropriés.

Le nouvel Indice de réussite de Téléfilm, mis de l'avant au cours de l'exercice 2011-2012, est sans conteste l'un de ces outils prometteurs. Il est basé sur les résultats des productions financées par Téléfilm, qu'ils soient commerciaux (recettes-guichet et autres ventes), culturels (nominations et prix au pays et à l'international) ou industriels (contribution du secteur privé et étranger). Il offre à l'industrie un soutien plus stratégique et mieux ciblé que par le passé. Il nous permet d'apprécier les résultats de nos investissements d'une année à l'autre, d'une entreprise à l'autre, d'un film à l'autre. Cette mesure novatrice est non seulement bien accueillie par l'industrie, mais elle suscite un grand intérêt à l'étranger, les résultats cinématographiques ayant traditionnellement été mesurés presque exclusivement en termes financiers.

« Peu importe ce que l'on met en marche, la créativité et l'innovation sont la clé », a écrit le prolifique auteur de livres de gestion américain Tom Peters, affirmant du même souffle que « le savoir prend de la valeur avec le partage ». L'exercice 2012-2013 a été fructueux sur ce plan.

Ainsi, avec sa nouvelle orientation client, Téléfilm mise sur la responsabilité des entreprises et leur connaissance du marché, tout en leur permettant de bénéficier d'une plus grande autonomie. Dans cette foulée, nous avons simplifié nos relations d'affaires, nous prenons nos décisions plus rapidement qu'auparavant, nous avons diversifié les sources de financement, et nos sondages montrent que nos programmes remplissent leurs promesses.

L'ensemble de ces mesures procure deux avantages : d'une part, l'industrie peut se concentrer sur la création, la diffusion et la promotion de ses produits; d'autre part, Téléfilm intervient davantage sur le plan stratégique en cherchant constamment des moyens qui lui permettront d'amener l'industrie vers de nouveaux sommets.

En ce qui a trait à l'administration interne de Téléfilm, l'excellence organisationnelle demeure une priorité. Nos frais d'administration se sont encore maintenus à près de 6 % au cours du dernier exercice, et nous nous sommes dotés d'un processus intégré de gestion de la performance de Téléfilm, un tableau de bord d'entreprise, dont la gestion des risques fait partie intégrante. Ce nouvel outil mesurera notamment l'évolution et les résultats des projets institutionnels liés à la réalisation de notre plan d'entreprise.

Je remercie les membres du conseil de leur vision et de leur confiance, de même que l'équipe de Téléfilm, pour laquelle j'ai une grande estime. Je remercie également tous les artisans de l'industrie. Je salue enfin les nombreux partenaires qui travaillent sans relâche avec nous dans le but de rapprocher nos créateurs de leurs auditoires, chez nous et partout dans le monde.

**Carolle Brabant**  
Directrice générale

# REVUE ET ANALYSE DE GESTION

10	L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES
12	REVUE DU PLAN D'ENTREPRISE
13	RÉALISATIONS EN 2012-2013
	MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR
	DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR
	DEVENIR UNE SOURCE DE RÉFÉRENCE EN PRODUISANT ET EN PARTAGEANT
	DE L'INFORMATION CLÉ SUR L'INDUSTRIE
	RENFORCER L'EXCELLENCE DE L'ORGANISATION
16	PERSPECTIVES ET PRIORITÉS POUR 2013-2014
18	OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
	INDICE DE RÉUSSITE
	RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE
	MOBILISER LES PARTENAIRES
	AUGMENTER LA CONSOMMATION DU CONTENU CANADIEN
26	REVUE FINANCIÈRE
32	GESTION DES RISQUES

Le contenu de la présente Revue et analyse de gestion a été préparé par la direction de Téléfilm pour présenter les résultats de l'exercice financier 2012-2013. L'analyse est basée sur de l'information probante, pertinente et fiable qui a été soumise à des procédures de contrôle de la qualité et qui est exempte d'erreur importante ou fallacieuse. La Revue et analyse de gestion a été approuvée par le comité de direction, la directrice générale, le comité de vérification et des finances et enfin, le conseil d'administration. Elle présente un contexte qualitatif et un portrait complet de la performance passée de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir.

L'exercice 2012-2013 constitue la deuxième année de mise en œuvre de notre plan d'entreprise quadriennal, *Valoriser la réussite culturelle*. Ce plan marque un virement important de notre orientation stratégique, qui est passée du renforcement des capacités de l'industrie à la stimulation de la demande des auditoires. Pour faciliter cette transition, Téléfilm a entrepris une refonte de ses programmes et de ses processus pour veiller à s'assurer qu'ils soient alignés sur les nouvelles priorités stratégiques, dont la mesure de la performance.

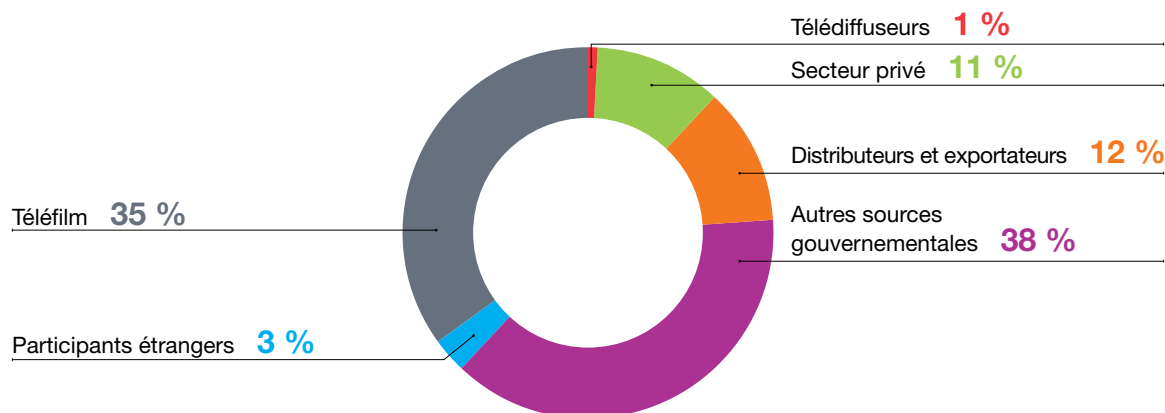
# L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

L'économie canadienne a légèrement progressé en 2012, le produit intérieur brut (PIB) ayant augmenté de 1,8 %, la hausse la plus faible depuis la récession de 2008. Néanmoins, l'économie canadienne a surpassé celle de la plupart des pays de l'OCDE<sup>1</sup>. Dans ce contexte, le volume total de la production télévisuelle et cinématographique au Canada, y compris les tournages étrangers et la production de services, a atteint le niveau sans précédent de 5,9 milliards de dollars en 2011-2012. Le sous-ensemble que représente le volume total de la production d'émissions de télévision et de films canadiens a également établi un record pour s'élever à 2,9 milliards de dollars, une augmentation de 20 % par rapport à 2010-2011. Cette croissance est attribuable principalement à la production télévisuelle et, dans une moindre mesure, à la production cinématographique qui a atteint 381 millions de dollars, une hausse de 14 % en regard de 2010-2011. Il s'agit du volume de production le plus élevé en 10 ans pour l'industrie canadienne du cinéma qui a employé 3 400 travailleurs à temps plein et créé 5 200 emplois indirects en 2011-2012.

## FINANCER LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Le total des budgets de production de longs métrages au sein du portefeuille de Téléfilm s'est élevé à 187 millions de dollars en 2012-2013. Notre principal programme d'aide à la production, avec des engagements de 65 millions de dollars, a agi comme catalyseur et a permis d'aller chercher 122 millions de dollars supplémentaires en financement provenant d'autres sources des secteurs public et privé. Chaque dollar investi dans le financement de la production par Téléfilm a généré 1,88 \$ de financement d'autres sources en 2012-2013.

### Participation financière dans les productions financées par Téléfilm



## RECETTES-GUICHET

En 2012, les recettes-guichet des longs métrages enregistrées à l'échelle mondiale ont atteint un niveau record de près de 35 milliards de dollars<sup>2</sup>, principalement grâce aux ventes internationales et aux marchés émergents, notamment les pays BRIC<sup>3</sup>. Au Canada, les niveaux des recettes-guichet se sont également hissés à de nouveaux sommets, avec des ventes totales de 1,1 milliard de dollars, une augmentation de 9 % comparativement à 2011. En 2012, 798 films ont été lancés sur le marché canadien (677 américains et étrangers et 121 canadiens). De ce nombre, 472 étaient en anglais, 197 en langue étrangère et 129 en français. Les superproductions des studios américains ont généré 76 % des recettes-guichet au Canada, ou 838 millions de dollars, par rapport à 24 % ou 256 millions de dollars pour les films indépendants<sup>4</sup>. Les films canadiens ont obtenu une part de 10 % du marché national indépendant<sup>5</sup>, équivalant à plus de 26 millions de dollars en recettes-guichet au pays.

1. Organisation de coopération et de développement économiques.
2. Source : Screen Daily, 20 mars 2013.
3. BRIC est un acronyme désignant les marchés émergents du Brésil, de la Russie, de l'Inde et de la Chine.
4. Films produits à l'extérieur des grands studios américains.
5. Comprenant les films américains, étrangers et canadiens.

### AUTRES PLATEFORMES

La majorité des Canadiens préfèrent regarder des films à la maison. La télévision conventionnelle est de loin la plateforme la plus populaire pour regarder des films, et cela vaut autant pour les films canadiens qu'étrangers. La télévision joue donc un rôle stratégique dans l'atteinte des auditoires canadiens, et c'est pourquoi le *cinéma aime la télévision*. Les Canadiens se tournent également souvent vers les médias traditionnels comme les DVD et les disques Blu-ray pour regarder des films, mais adoptent également les technologies numériques comme la vidéo sur demande et le visionnement en continu. Par conséquent, ces plateformes sont des outils essentiels qu'il nous faut mettre à profit si nous voulons réussir à rejoindre les auditoires canadiens.

### COPRODUCTION

La coproduction audiovisuelle en vertu de traités officiels s'est révélée très utile aux producteurs canadiens, leur permettant d'obtenir des investissements de sources étrangères et de promouvoir et d'exporter les talents canadiens. En 2012, Téléfilm a recommandé au ministre du Patrimoine canadien la certification de 59 coproductions audiovisuelles qui ont été réalisées avec 14 pays partenaires. Les budgets de production totaux pour ces projets s'élevaient à 433 millions de dollars. En 2012-2013, Téléfilm a financé neuf de ces coproductions dans le cadre de son Programme d'aide à la production.

# REVUE DU PLAN D'ENTREPRISE

En 2011-2012, Téléfilm a lancé son plan d'entreprise quadriennal intitulé *Valoriser la réussite culturelle*. Téléfilm y signale le besoin crucial de **stimuler la demande des auditoires** afin de permettre aux **talents** de l'industrie audiovisuelle canadienne d'atteindre de nouveaux sommets de réussite. Une solide stratégie de promotion et des efforts soutenus en matière de mise en marché, considérés d'une importance capitale par Téléfilm pour rejoindre les auditoires, sont demeurés essentiels à la stratégie de Téléfilm en 2012-2013, deuxième année de mise en œuvre du plan d'entreprise.

Outre la stratégie de promotion, Téléfilm a identifié des changements clés à l'interne qui aideront l'industrie à rejoindre les auditoires et à obtenir plus de succès. Plusieurs de ces changements ont déjà été implantés et donnent des résultats positifs: redéfinir la mesure du succès en fonction d'un équilibre entre les facteurs culturels, commerciaux et industriels; récompenser la performance par l'entremise des programmes de financement; promouvoir la diversité; offrir une meilleure valeur aux Canadiens et, enfin, servir l'industrie d'une manière transparente et accessible.

Téléfilm a établi quatre piliers stratégiques dans son plan d'entreprise quadriennal :

1. Maintenir et renforcer notre rôle essentiel d'investisseur;
2. Développer notre rôle de promoteur;
3. Devenir une source de référence en produisant et en partageant de l'information clé sur l'industrie; et
4. Renforcer l'excellence de l'organisation.

Ces piliers stratégiques demeurent au cœur de la stratégie de Téléfilm, et le plan d'entreprise est aussi pertinent aujourd'hui qu'au moment de son lancement en 2011-2012.

# RÉALISATIONS EN 2012-2013

Nos réalisations en 2012-2013 illustrent comment Téléfilm travaille activement pour mettre en œuvre son plan d'entreprise fondé sur ses piliers stratégiques.

## MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR

### Mise en œuvre de nouveaux programmes

Durant l'exercice financier 2012-2013, nous nous sommes efforcés de mettre en application les programmes élaborés et remaniés en 2011-2012. Lancé durant l'exercice, le *Programme d'aide au développement* présente un processus de dépôt des demandes simplifié offrant plus d'autonomie et de flexibilité aux clients. Les frais d'administration associés au programme ont diminué et le processus décisionnel a été rationalisé. La feuille de route de l'équipe de création est prise en considération dans les décisions de financement par l'attribution d'un « pointage » qui est directement relié à l'Indice de réussite de Téléfilm. Le nouveau programme encourage également le mentorat pour les talents émergents, les autochtones et les minorités de langue officielle. Tous les genres, les budgets et les régions sont représentés dans le programme. Téléfilm a alloué 9,2 millions de dollars à l'aide au développement de projets en vertu du programme en 2012-2013.

Le tout nouveau *Programme de production à micro-budget* a été lancé durant l'exercice 2012-2013 avec l'objectif de mettre le talent au premier plan. Le programme s'adresse aux talents de la relève de l'industrie audiovisuelle du Canada et a pour but d'aider les récents diplômés d'école de cinéma à produire et à diffuser leur premier long métrage, en mettant l'accent sur l'innovation et l'utilisation des plateformes numériques. En 2012-2013, le programme a appuyé huit projets de cinéastes prometteurs qui ont été choisis en collaboration avec d'importants établissements d'enseignement de l'ensemble du Canada. Pendant l'exercice 2012-2013, près d'un million de dollars a été attribué aux candidats dont les projets ont été retenus.

Téléfilm a réorienté son soutien à la promotion en simplifiant et en fusionnant quatre anciens programmes de financement de la promotion en un seul *Programme de promotion*. Lancé au cours du premier trimestre de 2012-2013, ce programme est mieux aligné sur les objectifs de la Société visant à stimuler la demande pour du contenu canadien. Téléfilm finance désormais des événements et des initiatives qui sont nettement axés sur la promotion du contenu et du talent canadiens. En 2012-2013, la somme de 6,4 millions de dollars a été consacrée à la mise en valeur du talent canadien.

### Innovation du côté du financement : le Fonds des talents

Le Fonds des talents, le fonds de dons privés de Téléfilm, est une façon novatrice de diversifier les sources de financement pour l'industrie audiovisuelle canadienne. Il compte sur le soutien financier d'entreprises canadiennes et de donateurs individuels intéressés à encourager la production et la promotion de longs métrages canadiens réalisés par des talents de la relève et des cinéastes établis. En 2012-2013, le Fonds des talents de Téléfilm a accueilli six membres distingués qui forment le comité honoraire canadien responsable des activités de collecte de fonds. Leur contribution permettra d'augmenter la visibilité du Fonds et d'accroître le financement privé pour la production cinématographique canadienne. (Pour plus d'information, consultez la section Renseignements supplémentaires.)

## DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR

### Promouvoir le cinéma canadien en collaboration avec l'industrie et d'autres partenaires

En 2012-2013, Téléfilm a mis l'accent sur les activités de promotion et a mené, en collaboration avec l'industrie, des organismes provinciaux et des partenaires du secteur privé, une action concertée pour augmenter la notoriété des succès du cinéma canadien sur les scènes internationale, nationale et régionale. Téléfilm a organisé les événements Talents en vue, Talent tout court et Célébrer les talents canadiens dans de grands festivals internationaux comme ceux de Cannes et de Berlin. Le Canada était le « Pays à l'honneur » au MIPCOM 2012 et, avec la collaboration du Fonds des médias du Canada (FMC) et des partenaires de l'industrie, des niveaux record de visibilité et de couverture médiatique ont été atteints.

Téléfilm a développé une nouvelle identité visuelle internationale qui assurera au Canada une reconnaissance sur la scène mondiale. Téléfilm a également forgé de nouveaux partenariats qui ont permis d'accroître la visibilité du Canada, entre autres avec le Festival international du film de Palm Springs, où 13 films canadiens ont été présentés, et avec la société Birks dont le premier prix Diamant canadien Birks a été décerné à Cannes. Téléfilm était aussi un des commanditaires de la toute première édition des *Canadian Screen Awards*, dont la cérémonie diffusée sur les ondes de la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) a attiré plus de 756 000 téléspectateurs.

Les Soirées cinéma au Canada de Téléfilm, présentées par l'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, ont eu lieu deux fois à Ottawa et également à Calgary et à St. John's en 2012-2013. En novembre 2012, le magazine *Maclean's* a inclus ces soirées cinéma sur sa liste des « cinq événements les plus importants pour les influenceurs à Ottawa ».

Dans un effort pour encourager la promotion des films d'ici d'un océan à l'autre, Téléfilm a accordé du financement à 44 festivals de films canadiens en 2012-2013. Téléfilm a également travaillé de concert avec des partenaires comme *Reel Canada* pour présenter des festivals de films canadiens à des élèves de toutes les régions du pays. De plus, CBC et Téléfilm ont fait équipe pour diffuser l'émission hebdomadaire *Short Film Face Off*, dans laquelle des courts métrages réalisés par des cinéastes canadiens émergents sont en compétition pour remporter le *Short Film Face Off Award* de Téléfilm, assorti d'une bourse de 30 000 \$ offerte dans le cadre d'une entente de production d'un film. Téléfilm a aussi renforcé sa présence dans les médias sociaux avec le lancement de ses pages d'adeptes Facebook présentant la série vidéo exclusive *Talent mur à mur*.

Dans le but de susciter une discussion ouverte dans l'ensemble de l'industrie sur la promotion du contenu canadien, Téléfilm s'est associée au FMC et au CRTC pour présenter le tout premier Symposium sur la promotion du cinéma et de la télévision canadiens au pays et à l'international, en partenariat avec eOne et Cineplex. Un groupe de travail du secteur privé a été formé au Symposium afin d'assurer que les efforts de l'industrie demeurent axés sur l'objectif de promouvoir et d'augmenter la visibilité des talents de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Enfin, Téléfilm a officiellement pris une orientation marketing avec la réorganisation du secteur des Communications et l'ajout d'un nouveau poste de directeur du Marketing et des communications. À l'avenir, ces changements permettront à Téléfilm de consolider son rôle de promoteur et de rejoindre davantage les auditoires canadiens avec du contenu canadien.

## **DEVENIR UNE SOURCE DE RÉFÉRENCE EN PRODUISANT ET EN PARTAGEANT DE L'INFORMATION CLÉ SUR L'INDUSTRIE**

### **Réalisations en matière d'information clé sur l'industrie**

L'Indice de réussite de Téléfilm a été inauguré en 2011-2012 pour offrir un portrait plus juste de la performance des films que nous finançons. Ainsi, pour mesurer le succès passé d'un film ou d'un portefeuille de films d'un point de vue commercial, culturel et industriel, la Société a intégré un « pointage » dans les critères utilisés par les décideurs dans le processus d'allocation des ressources du Programme d'aide au développement.

Sur la scène internationale, Carolle Brabant, directrice générale de Téléfilm, a représenté la Société lors de la première édition du Best Practice Exchange (BPX), une initiative des Ateliers du Cinéma Européen créée en partenariat avec l'Israel Film Fund. Carolle Brabant y a présenté l'Indice de réussite de Téléfilm qui a été louangé par les organismes de financement cinématographique étrangers pour son approche novatrice et intégrée permettant de mesurer la réussite des investissements et l'efficacité globale des programmes de financement.



### **Travailler de concert avec l'industrie**

Téléfilm a mené d'importantes consultations auprès de l'industrie en 2012-2013 afin de recueillir des commentaires sur les changements apportés aux programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché. Les consultations ont eu lieu dans nombre de villes canadiennes d'un océan à l'autre et plusieurs séances d'information ont été organisées en région à l'intention des différents segments de notre clientèle, notamment en préparation des changements touchant nos programmes de financement. La directrice générale et d'autres membres du comité de direction de Téléfilm ont assisté à ces rencontres.

### **RENFORCER L'EXCELLENCE DE L'ORGANISATION**

Téléfilm a poursuivi sa quête de l'excellence en 2012-2013, procédant à une refonte de ses programmes afin d'aider l'industrie à atteindre le succès et d'optimiser ses processus internes pour offrir les services de la façon la plus efficiente possible. Dans ce contexte, Téléfilm a effectué un examen exhaustif de ses frais d'administration qui a donné lieu à une réduction de 7 % de sa main-d'œuvre, à la mise en application d'importantes mesures de compression des dépenses et à l'optimisation des processus administratifs.

Grâce à ces mesures, le ratio de frais de gestion<sup>1</sup> est passé de 6,3 % au dernier exercice financier à 5,8 % en 2012-2013. La mise en œuvre des *mesures d'économies prévues au Budget 2012* a permis au gouvernement fédéral de récupérer 2,7 millions de dollars, ce qui a eu des répercussions sur les programmes et les dépenses administratives. Les économies de coûts découlaient en partie de l'administration des programmes nouvellement remaniés, grâce auxquels Téléfilm a pu améliorer sa productivité. Le nouveau Programme d'aide au développement adopte une approche de « portefeuille » à l'égard des demandes des clients, ce qui permet de consolider le soutien aux différents projets. Il en résulte une plus grande efficacité de notre administration et une plus grande autonomie pour les clients. Le nouveau Programme de promotion a permis de réduire le temps consacré au processus administratif et d'accélérer la prise de décisions au profit des clients. Grâce à ces mesures, Téléfilm a pu réinvestir 2,5 millions de dollars dans le financement des programmes, offrant ainsi une valeur ajoutée à l'industrie audiovisuelle et aux Canadiens.

Enfin, la Société a renouvelé son entente de services avec le FMC (anciennement le Fonds Canadien de télévision) pour une septième année, démontrant la qualité du travail des employés qui fournissent les services au FMC.

### **Prix d'excellence**

La directrice générale Carole Brabant a été honorée pour l'excellence de son leadership en 2012-2013. En reconnaissance de son travail, elle a reçu le prix Excellence en leadership de l'Association canadienne des femmes en communications, ainsi que le prix Femmes d'affaires du Québec dans la catégorie Cadre ou professionnelle, organisme public ou parapublic, remis lors du 12<sup>e</sup> gala du Réseau des femmes d'affaires du Québec.

En tant qu'administrateur de fonds publics, Téléfilm cherche constamment à améliorer ses pratiques de reddition de comptes. C'est pourquoi la Société est fière d'avoir remporté l'Or pour son *Rapport annuel 2011-2012* dans la catégorie Sites Web – Rapport annuel en ligne des Astrid Awards, un concours international qui récompense l'excellence et l'innovation en design.

# PERSPECTIVES ET PRIORITÉS POUR 2013-2014

## ADAPTER LES PROGRAMMES DE FINANCEMENT POUR MIEUX ATTEINDRE LA RÉUSSITE ET SERVIR LES CLIENTS

Au cours de l'exercice financier 2013-2014, Téléfilm fusionnera plusieurs programmes de production en un seul **Programme d'aide à la production** remanié qui sera assorti de principes directeurs simplifiés et d'un processus rationalisé qui permettra d'accélérer une prise de décisions plus en phase avec les cycles de production de l'industrie. Le nouveau Programme d'aide à la production tiendra compte des besoins et des forces des différents types de sociétés de production et réitérera le soutien de Téléfilm aux productions cinématographiques en langues autochtones. Le processus décisionnel permet d'évaluer le succès à l'aide d'un « pointage » basé sur la feuille de route de l'équipe de création et le niveau global de la participation du marché.

À la fin de 2012-2013, Téléfilm a entrepris la révision de son **Programme d'aide à la mise en marché** en consultation avec l'industrie. Les consultations vont se poursuivre en 2013-2014 avec la refonte et la mise en application du programme. Voici les principaux éléments de la refonte : la fusion de quatre anciens programmes de mise en marché de Téléfilm (Aide à la mise en marché, Distribution alternative, WebCiné 360 et Aide au doublage et au sous-titrage) en un seul Programme de mise en marché afin de simplifier les processus, et la nécessité de présenter un plan de mise en marché complet et innovateur accompagné de stratégies d'augmentation des auditoires qui permettront de renforcer les plateformes traditionnelles comme les salles de cinéma, de tirer profit des plateformes non traditionnelles et de développer les plateformes numériques.

## REJOINDRE LES AUDITOIRES DU MONDE ENTIER AVEC LE CINÉMA CANADIEN

À l'avenir, la stratégie de **promotion** mettra davantage l'accent sur les efforts déployés à l'échelle nationale et régionale, et ce, dans l'ensemble du Canada. Téléfilm s'emploiera à obtenir l'engagement de l'industrie et des consommateurs par le biais de partenariats et d'efforts concertés en matière de marketing. De plus, Téléfilm misera davantage sur les médias sociaux et les plateformes numériques pour rejoindre les Canadiens et les membres de l'industrie. Des relations médiatiques proactives continueront de jouer un rôle important dans la sensibilisation des citoyens canadiens au succès de notre cinéma. Sur la scène internationale, Téléfilm appuiera le talent canadien et en fera la promotion dans les grands festivals et marchés, tout en élargissant son réseau et en tirant parti des occasions de promotion en Asie et en Amérique latine. De concert avec ses partenaires provinciaux, Téléfilm procédera au dévoilement d'une nouvelle identité visuelle internationale au Festival de Cannes 2013-2014 qui renforcera le positionnement des films canadiens à l'étranger et qui mettra le talent canadien à l'avant-scène. Miser sur les partenariats pour optimiser les retombées et la portée de cette stratégie de promotion d'envergure mondiale sera essentiel à notre succès.

Téléfilm poursuivra sa collaboration avec le groupe de travail formé au Symposium sur la promotion du cinéma et de la télévision canadiens au pays et à l'international. Parmi les grands objectifs à atteindre, mentionnons la création d'une campagne de médias sociaux sur mesure qui permettra aux Canadiens d'avoir plus facilement accès au contenu canadien et de mieux l'identifier.

### **INFORMATION SUR L'INDUSTRIE**

Téléfilm continuera de jouer un rôle important dans la cueillette, l'analyse et la diffusion de renseignements utiles à l'industrie. En 2013-2014, Téléfilm étudiera et partagera des données pertinentes au sujet des intérêts et des priorités des acheteurs de films internationaux, des habitudes de consommation, des segments de marché, de l'évolution des modèles de distribution, des nouvelles plateformes numériques et des pratiques exemplaires adoptées à l'échelle mondiale par l'industrie du cinéma indépendant. En plus d'éclairer l'industrie, cette information servira à façonner l'orientation stratégique générale de Téléfilm et offrira des stratégies de promotion et de marketing qui permettront à Téléfilm de promouvoir le succès de l'industrie audiovisuelle canadienne et d'aider les films canadiens à mieux rejoindre les auditoires.

### **RENFORCER L'EXCELLENCE DE L'ORGANISATION**

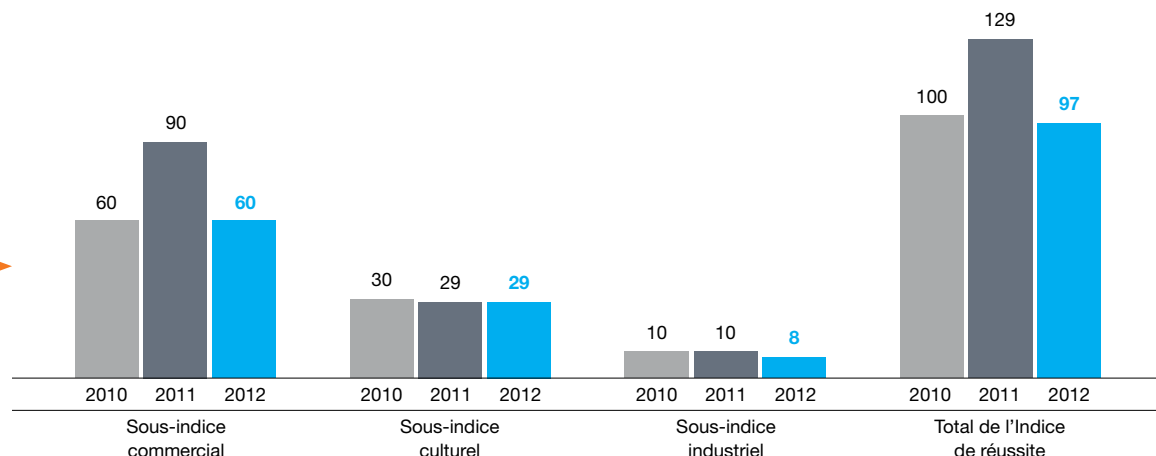
En 2013-2014, la Société maintiendra le cap sur sa réorientation stratégique, se concentrant sur la réalisation d'économies et la maximisation de son efficacité grâce à la consolidation des programmes et à l'amélioration des services aux clients, y compris des systèmes automatisés en ligne. La responsabilité financière permettra à Téléfilm de mettre en application les mesures d'économies de coûts prévues au Budget 2012 qui ont démarré en 2012-2013; on s'attend à ce que les réductions atteignent la somme cumulative de 6 millions de dollars en 2013-2014.

# OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

En raison des faibles volumes de production cinématographique par rapport à l'étendue du marché canadien, il importe d'interpréter avec prudence les résultats annuels de l'Indice de réussite. Les tendances au fil du temps, établies d'après une moyenne mobile sur deux ou trois ans une fois les données accumulées, dresseront un portrait plus juste de la performance du portefeuille de Téléfilm.

## INDICE DE RÉUSSITE

Téléfilm définit le succès de son portefeuille de films à l'aide d'une mesure complète, l'**Indice de réussite**, qui évalue la performance du point de vue commercial, culturel et industriel. L'Indice est un indicateur clé de performance qui permet de mesurer le succès global des films financés par Téléfilm au fil du temps. L'Indice de réussite est calculé annuellement et correspond à la somme de trois sous-indices pondérés :



## Résultats

En 2012, l'Indice de réussite a obtenu une note totale de 97, ce qui représente une légère baisse par rapport à la note de 100 attribuée à l'année de référence 2010 et une diminution marquée en regard de la note de 129<sup>1</sup> obtenue en 2011. Les résultats indiquent que les pointages pour les sous-indices commercial et culturel sont demeurés relativement stables par rapport à l'année de référence, alors que le sous-indice industriel a accusé une baisse.

En 2012, le sous-indice commercial a obtenu un pointage de 60, ce qui équivaut au résultat obtenu durant l'année de référence 2010. Les recettes-guichet canadiennes ont diminué en 2012, mais cette baisse a été contrebalancée par une augmentation des ventes nationales, rendant le résultat global comparable à celui de l'année de référence. Les ventes à l'international en 2012 sont demeurées stables par rapport à 2010. Les résultats enregistrés en 2011 étaient exceptionnels et étaient largement attribuables aux ventes à l'international ainsi qu'aux solides résultats des recettes-guichet au Canada et des ventes nationales sur d'autres plateformes.

Les résultats du sous-indice culturel sont demeurés stables depuis trois ans, témoignant de la qualité artistique des films financés par Téléfilm.

Le sous-indice industriel a régressé par rapport à 2010 et à 2011 en raison d'une réduction importante du niveau du financement étranger dans le portefeuille de Téléfilm. Cette diminution s'explique par une baisse du nombre de coproductions majoritaires canadiennes financées par Téléfilm en 2012-2013. Des neuf coproductions financées par Téléfilm en 2012-2013, seulement deux étaient des projets majoritaires canadiens. En comparaison, Téléfilm a financé en 2011-2012 sept coproductions majoritaires canadiennes.

1. Le calcul du sous-indice culturel a été modifié au cours du présent exercice financier; les chiffres comparatifs, incluant les pointages totaux de l'Indice de réussite, ont été redressés en conséquence.

Téléfilm a utilisé des indicateurs de performance pour mesurer les progrès réalisés dans l'atteinte de ses objectifs d'entreprise en 2012-2013. En 2011-2012, des indicateurs de performance ont été créés en fonction du plan d'entreprise 2011-2015. Les indicateurs permettent à la direction d'assurer un alignement stratégique des activités opérationnelles dans l'ensemble de la Société, afin que Téléfilm remplisse son mandat avec succès.

Les indicateurs ont été articulés autour de trois grands thèmes :

- Renforcer l'excellence organisationnelle;
- Mobiliser les partenaires; et
- Augmenter la consommation du contenu canadien.

## RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

### ASSURER L'ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS

#### Indicateur

#### Cible

Indice de mobilisation des employés

Taux de mobilisation de 7/10 ou plus

Un indice comprenant plusieurs mesures de l'engagement des employés, incluant l'adhésion individuelle à la stratégie d'entreprise, la vision axée sur le client et la responsabilité personnelle.

#### Performance en 2012-2013

Téléfilm a sondé les employés au sujet des changements touchant leur travail au quotidien, notamment en raison des modifications aux programmes de financement. Ce sondage a été réalisé en remplacement d'un indice plus général de la mobilisation des employés. Les employés ont été questionnés sur :

- leur compréhension des changements apportés aux programmes;
- leur enthousiasme à l'égard de ces changements;
- les outils mis à leur disposition pour les aider à servir les clients; et
- la quantité d'informations communiquées à l'interne et à l'externe.

Résultats : 79 % des réponses des employés sont positives à l'égard des changements internes touchant les programmes et de leurs effets sur les employés. Ces résultats sont encourageants, puisque ces changements représentent un réel défi et que leurs succès dépendent de l'acceptation de nombreux intervenants, les premiers étant les employés.

#### Perspectives pour 2013-2014

Susciter la mobilisation des employés est impératif pour atteindre nos objectifs d'entreprise et continuer d'offrir des niveaux de services élevés à nos clients. D'autant plus qu'en période de réorientation stratégique et de restructuration, il peut s'avérer difficile de maintenir l'engagement des employés. Téléfilm en est consciente et veille à ce que ses employés obtiennent le soutien dont ils ont besoin durant cette période de transition. Pour assurer la mobilisation continue des employés, Téléfilm veillera à déployer des efforts afin de :

- communiquer avec les employés sur une base régulière;
- offrir de la formation, du leadership et s'assurer que les employés comprennent les changements qui affectent leurs responsabilités individuelles;
- optimiser les pratiques, les politiques et les programmes qui renforcent l'engagement; et
- mener régulièrement des sondages pour mesurer la mobilisation des employés, particulièrement après la mise en œuvre des changements.

## RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

### AUGMENTER LE POURCENTAGE DE CLIENTS SATISFAITS

Indicateur	Cible	Résultat
% de clients satisfaits  Pourcentage de clients qui disent être satisfaits de leur expérience globale à Téléfilm.	80 % de clients satisfaits de leur expérience à Téléfilm	

#### Performance en 2012-2013

En 2012-2013, nous avons procédé au lancement des nouveaux programmes d'aide au développement et à la promotion. Un sondage mené par Téléfilm auprès des clients ayant obtenu du financement grâce à ces programmes a révélé que :

- des 57 répondants sur une population totale de 100 clients, 79 % étaient satisfaits de leur expérience globale à Téléfilm.

Les faits saillants du sondage indiquent que la majorité des clients sont satisfaits des services fournis par Téléfilm et ses employés. Les points à améliorer sont les délais du processus décisionnel, les services en ligne, dont eTéléfilm, et l'information relative au statut de la demande.

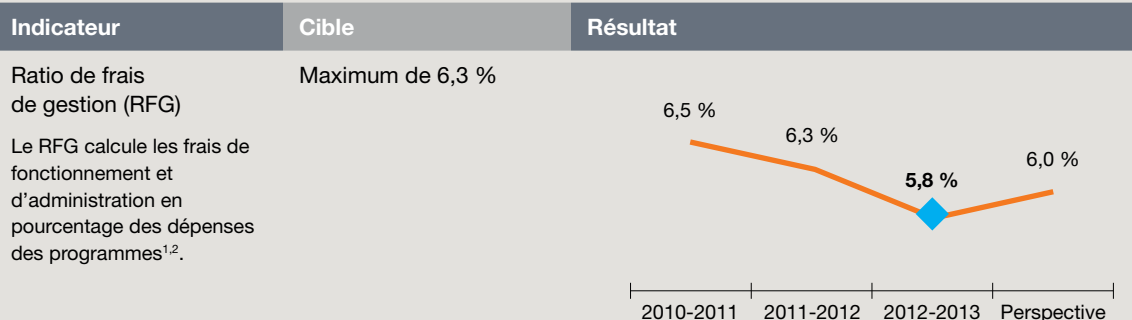
Le service à la clientèle est important pour Téléfilm, tel que défini dans notre *Charte de services aux clients*. À cet effet, nous avons amélioré notre délai de prises de décisions pour les demandes de financement en production : dans la majorité des cas, les clients ont été informés de nos décisions dans un délai de 10 semaines suivant la réception d'une demande complète.

#### Perspectives pour 2013-2014

Téléfilm continuera de sonder les clients en 2013-2014 afin de mesurer leur satisfaction et mettra en place des solutions pour améliorer la satisfaction des clients en tenant compte des résultats des sondages et des commentaires recueillis.

## RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

### GÉRER DE MANIÈRE EFFICIENTE



#### Performance en 2012-2013

Téléfilm a continué de minimiser ses dépenses et de maximiser ses ressources financières dédiées au financement des programmes, afin de mieux servir l'industrie audiovisuelle canadienne. Le ratio de frais de gestion de 5,8 % démontre que Téléfilm a réalisé des gains d'efficacité au fil du temps grâce à une administration efficace.

Le ratio positif de cette année a été atteint par une réduction de la main-d'œuvre et des mesures de compression des coûts associées aux frais d'administration.

De plus, la valeur des programmes gérés par Téléfilm a augmenté par rapport au dernier exercice financier, cette augmentation étant attribuable principalement au financement des programmes du FMC.

La Société a également mesuré son efficacité par des vérifications externes et internes ainsi que par des revues internes de sa performance et de contrôle de la qualité. Ces rapports aident la Société à résoudre les problématiques identifiées et à maintenir un processus d'amélioration continue.

- Les « résultats de l'audit annuel » du Bureau du vérificateur général du Canada (BVG) n'ont révélé aucune lacune importante dans les contrôles internes et aucun cas de non-conformité aux lois ou aux règlements.
- De plus, des plans de mesures correctives ont été établis en fonction des rapports de vérification interne précédents. Toutes les recommandations émises antérieurement ont été mises en application ou sont assorties d'un plan de mesures correctives.
- La Société a également procédé à des revues internes de sa performance et de contrôle de la qualité de l'information contenue dans sa base de données. Ces examens ont permis à Téléfilm d'identifier des erreurs et les besoins en matière de formation et de s'assurer de la fiabilité de l'information relative au lancement des nouveaux programmes et de l'information essentielle à la prise de décisions. Dans ce contexte, notre revue annuelle a indiqué une diminution des taux d'erreurs à risque élevé pour cet exercice financier.

#### Perspectives pour 2013-2014

La Société entend continuer à réaliser des économies par l'amélioration des processus utilisés par les employés et les clients. Nonobstant ces efforts, la Société prévoit une hausse du RFG attribuable à une réduction du financement des programmes au cours du prochain exercice financier.

1. Les dépenses des programmes se composent des dépenses liées au soutien à l'industrie de Téléfilm et des programmes de financement du FMC (372 M\$) qui ne sont pas inclus dans nos états financiers.
2. Le calcul du Ratio de frais de gestion a été modifié au cours du présent exercice financier; les chiffres comparatifs ont été redressés en conséquence.

## MOBILISER LES PARTENAIRES

### AUGMENTER LA PART DE FINANCEMENT PRIVÉ POUR SOUTENIR LA PRODUCTION

Indicateur	Cible	Résultat								
<p>Levier sur le financement privé en production</p> <p>Le levier établit une comparaison entre le montant total du financement provenant de l'ensemble des sources du secteur privé<sup>1</sup> compris dans les budgets des productions et l'investissement de Téléfilm.</p>	À déterminer	<table border="1"> <caption>Données du levier sur le financement privé en production</caption> <thead> <tr> <th>Période</th> <th>Résultat</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2009-2011</td> <td>0,90</td> </tr> <tr> <td>2010-2012</td> <td>1,04</td> </tr> <tr> <td>2011-2013</td> <td>1,04</td> </tr> </tbody> </table>	Période	Résultat	2009-2011	0,90	2010-2012	1,04	2011-2013	1,04
Période	Résultat									
2009-2011	0,90									
2010-2012	1,04									
2011-2013	1,04									

#### Performance en 2012-2013

La moyenne mobile sur trois ans indique que le levier du financement du secteur privé est demeuré stable à 1,04 \$ pour chaque dollar investi par Téléfilm de 2010-2012 à 2011-2013.

Téléfilm effectue actuellement le suivi de ce ratio et établira des cibles après la mise en œuvre du nouveau Programme d'aide à la production.

#### Perspectives pour 2013-2014

Le Programme d'aide à la production de Téléfilm a été revu pour favoriser la croissance des investissements du secteur privé dans le portefeuille de films financés par Téléfilm. Pour ce faire, diverses mesures ont été mises en application. Nous avons notamment :

- affirmé l'importance de la participation du marché comme un des cinq critères du nouveau processus décisionnel de Téléfilm pour les investissements en production;
- veillé à ce que le niveau d'investissement du secteur privé et/ou de sources étrangères soit un facteur pour déterminer la participation éventuelle de Téléfilm en regard de l'envergure globale du projet. Pour les projets à plus faibles budgets, aucune participation du marché ne sera généralement requise.

Téléfilm procédera au lancement du nouveau Programme d'aide à la production durant l'exercice financier 2013-2014, et nous prévoyons une augmentation de la portion de l'investissement du secteur privé dans les budgets totaux. Pour en savoir plus, voir [telemfilm.ca](http://telemfilm.ca).

1. Pour les fins du calcul du levier, l'ensemble des sources du secteur privé comprend les participations financières suivantes : télédiffuseurs, partenaires du secteur privé, distributeurs et exportateurs, participants étrangers.



## MOBILISER LES PARTENAIRES

### FINANCER LES INITIATIVES DE PROMOTION PAR DES PARTENARIATS

Indicateur	Cible
Levier sur le financement privé des initiatives promotionnelles	1,50 \$ d'investissement du secteur privé pour chaque dollar investi par Téléfilm en 2012-2013

Ce ratio établit une comparaison entre le montant total du financement du secteur privé et le soutien de Téléfilm pour les initiatives de promotion.

#### Performance en 2012-2013

Téléfilm est heureuse d'annoncer que chaque dollar qu'elle a investi en 2012-2013 a permis d'obtenir 2,10 \$ de financement privé en appui aux événements promotionnels organisés pour l'industrie audiovisuelle canadienne. Ce niveau dépasse la cible fixée par l'organisation pour l'exercice financier. Au total, 6,6 millions de dollars de financement privé ont été investis dans des événements faisant la promotion du cinéma canadien, en plus des 3,1 millions de dollars investis par Téléfilm.

Des mesures ont été prises pour encourager le financement du secteur privé, notamment :

- l'élaboration d'un plan de commandites pour des événements portant l'image de marque de Téléfilm;
- le comarquage d'événements promotionnels avec des partenaires et des commanditaires du secteur privé; et
- des changements apportés au Programme de promotion qui obligent les festivals de films canadiens à obtenir la participation de partenaires du secteur privé pour avoir droit à du financement de Téléfilm.

#### Perspectives pour 2013-2014

À compter de 2013-2014, le mandat relatif aux partenariats en matière de promotion sera géré par le secteur Marketing et communications qui :

- établira un plan de partenariat stratégique pour les activités de promotion à l'échelle nationale et internationale;
- continuera d'encourager les relations avec des partenaires clés du secteur des organisations à but non lucratif;
- identifiera et ciblera des commanditaires clés du secteur privé; et
- forgera des partenariats avec des médias nationaux et internationaux pour promouvoir nos initiatives et communiquer avec de nouveaux auditoires.

## AUGMENTER LA CONSOMMATION DU CONTENU CANADIEN

### ACCROÎTRE L'ACCESSIBILITÉ DU CONTENU CANADIEN

Indicateur	Cible	Résultats												
À déterminer	À déterminer													
Téléfilm examine actuellement des façons de mesurer adéquatement et de façon exhaustive la disponibilité du contenu canadien qui tiendraient compte de l'ensemble des plateformes de visionnement.	Augmenter les tendances au fil du temps, sur toutes les plateformes	<table border="1"> <caption>Données du graphique</caption> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>Télévision (temps d'écran<sup>1</sup>)</th> <th>Écrans de cinéma (part des écrans<sup>2</sup>)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010</td> <td>13,1 %</td> <td>5,1 %</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>14,4 %</td> <td>4,0 %</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>13,7 %</td> <td>4,3 %</td> </tr> </tbody> </table>	Année	Télévision (temps d'écran <sup>1</sup> )	Écrans de cinéma (part des écrans <sup>2</sup> )	2010	13,1 %	5,1 %	2011	14,4 %	4,0 %	2012	13,7 %	4,3 %
Année	Télévision (temps d'écran <sup>1</sup> )	Écrans de cinéma (part des écrans <sup>2</sup> )												
2010	13,1 %	5,1 %												
2011	14,4 %	4,0 %												
2012	13,7 %	4,3 %												

#### Performance en 2012-2013

L'accessibilité du contenu audiovisuel canadien sur une grande variété de plateformes est essentielle à l'atteinte des auditoires canadiens. Rendre le contenu canadien facilement accessible pour les Canadiens nécessitera la création de partenariats à l'échelle de l'industrie et des efforts de planification coordonnés. Les niveaux d'accessibilité sont demeurés relativement stables en 2012 :

- le temps consacré aux films canadiens à la télévision s'élevait à 13,7 % du temps total alloué à la diffusion de longs métrages sur les réseaux de télévision canadiens, alors que pour les films étrangers, ce pourcentage se situait à 86,3 %. Ce niveau est conforme aux tendances des deux dernières années;
- la présence des films canadiens sur les écrans de cinéma s'apparentait à celle de 2011, avec une part des écrans se situant à 4,3 %. Il s'agit d'une légère baisse par rapport au niveau de 2010.

À l'heure actuelle, Téléfilm se concentre sur le suivi de cette mesure et sur la coordination d'une stratégie interne visant à accroître l'accessibilité des films canadiens.

#### Perspectives pour 2013-2014

Téléfilm mettra en œuvre les nouveaux programmes d'aide à la production et à la mise en marché en 2013-2014. Ces derniers sont assortis d'exigences qui permettront d'accroître l'accessibilité des films canadiens :

- en vertu du nouveau Programme d'aide à la production, les producteurs demandant du financement à Téléfilm seront tenus de présenter une stratégie globale de promotion, indiquant la façon dont ils prévoient mettre le film à la disposition de leur public cible afin de rejoindre le plus vaste auditoire possible;
- conformément aux changements apportés au Programme de mise en marché, qui entreront en vigueur en 2013-2014, les requérants seront tenus de fournir à Téléfilm un plan de mise en marché complet comprenant des stratégies pour les différentes plateformes de visionnement en plus de prévoir la sortie en salles. Ces changements assureront à l'avenir une plus grande disponibilité des films canadiens.

1. Analyse de Téléfilm Canada basée sur les rapports BBM Infosys+TV.  
 2. Analyse de Téléfilm Canada basée sur les rapports Motion Picture Theatre Associations of Canada (MPTAC).

## AUGMENTER LA CONSOMMATION DU CONTENU CANADIEN

### ACCROÎTRE LA NOTORIÉTÉ DES FILMS CANADIENS AUPRÈS DES CANADIENS

#### Indicateur

#### Cible

Taux de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens

D'ici 2014-2015, 50 % des répondants à un sondage de Téléfilm seront en mesure d'identifier correctement un film canadien

Nombre de Canadiens en mesure de nommer le titre d'un film canadien lors d'un sondage.

#### Performance en 2012-2013

En 2012-2013, le nombre de Canadiens capables de nommer le titre d'un film canadien a dépassé la cible de 50 % :

- 58 % des Canadiens sondés en 2012-2013 ont pu nommer un film canadien, un résultat basé sur un échantillon de 2 314 personnes ayant répondu à un sondage en ligne;
- il s'agit d'une hausse considérable par rapport au résultat de 37 % obtenu en 2011-2012, basé sur un échantillon de 1 995 répondants.

En 2012-2013, Téléfilm a accru la notoriété des films canadiens auprès des Canadiens en :

- assurant la couverture médiatique canadienne d'événements internationaux mettant en vedette des talents canadiens à Cannes, au TIFF, à Berlin et au MIPCOM; la couverture médiatique générale a augmenté de 15 % en 2012-2013 comparativement à l'année précédente;
- organisant des activités promotionnelles en prévision des Oscars, où le film canadien *Rebelle* était en nomination;
- plaçant des annonces axées sur les consommateurs dans des journaux ayant un lectorat national;
- accordant une aide financière à 44 festivals de films de toutes les régions du Canada;
- forgeant des partenariats avec des organismes nationaux comme *Reel Canada*, CBC et les prix Écrans canadiens; et
- augmentant sa présence dans les médias sociaux avec le lancement sur ses pages d'adeptes Facebook d'une série vidéo exclusive intitulée *Talent mur à mur* présentant des talents canadiens.

Les initiatives de Téléfilm ont eu des répercussions positives sur la notoriété des films canadiens, notamment les initiatives de promotion organisées durant la saison des Oscars. Il importe cependant de noter que les résultats de 2012-2013 étaient fondés sur une question autonome incluse dans un sondage sur une industrie non reliée au secteur audiovisuel. En 2011-2012, les résultats étaient basés sur un sondage consacré entièrement à l'industrie audiovisuelle canadienne. Ces résultats doivent donc être interprétés avec prudence. À l'avenir, la méthodologie sera standardisée pour faire un meilleur suivi des tendances.

#### Perspectives pour 2013-2014

Pour continuer d'accroître la notoriété des films canadiens en 2013-2014, Téléfilm mettra davantage l'accent sur les efforts promotionnels à l'échelle nationale et régionale, notamment en :

- obtenant l'engagement de l'industrie et des consommateurs par le biais de partenariats et d'efforts de marketing concertés;
- misant davantage sur les médias sociaux et les relations et les communications avec les médias; et
- accordant son soutien constant aux talents canadiens et en les mettant en valeur dans les festivals et les marchés sur les scènes internationale, nationale et régionale, et en prenant les mesures nécessaires pour informer les Canadiens du succès de nos films à l'étranger.

Outre les efforts menés par Téléfilm pour accroître la notoriété du succès des films canadiens, les programmes d'aide à la production et de mise en marché nouvellement remaniés, exigeront des cinéastes qu'ils élaborent une stratégie de promotion pour assurer que tous les films financés rejoignent le plus vaste auditoire possible au sein de leur marché cible. Cela contribuera davantage à accroître la notoriété des films canadiens et à stimuler la demande des auditoires pour des films canadiens.

# REVUE FINANCIÈRE

La présente revue financière fournit de l'information complémentaire et doit être lue avec les états financiers vérifiés de l'exercice terminé le 31 mars 2013. La revue permet une analyse des résultats financiers de Téléfilm pour 2012-2013 par rapport aux chiffres budgétisés et aux résultats des exercices précédents, et présente les perspectives financières. Tous les chiffres sont arrondis.

## SURVOL DES RÉSULTATS FINANCIERS

La Société a pris des mesures concrètes pour offrir ses programmes de manière efficace tout en administrant ses dépenses de façon responsable afin d'obtenir de solides résultats financiers :

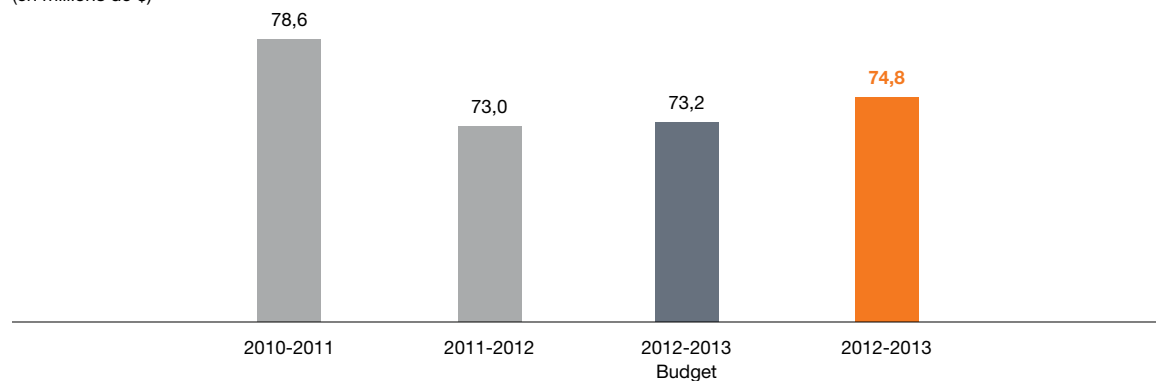
- Cela nous a permis de mettre en œuvre les mesures d'économies prévues au Budget 2012 avec un minimum de répercussions sur nos opérations;
- Le total des dépenses liées au soutien de l'industrie est demeuré stable pour atteindre 96,9 millions de dollars, une légère augmentation de 1 % par rapport au dernier exercice financier;
- Nos frais de fonctionnement et d'administration s'élevèrent à 27,1 millions de dollars, une nette diminution de 1,4 million de dollars comparativement à l'exercice précédent;
- Un excédent budgétaire administratif nous a permis de transférer 2,5 millions de dollars au financement des programmes;
- Notre crédit parlementaire cumule à 103 millions de dollars, en baisse de 2,7 millions de dollars par rapport au dernier exercice financier;
- Les revenus totaux ont augmenté de 1,2 million de dollars pour s'établir à 22,9 millions de dollars, compensant partiellement la diminution du crédit parlementaire; et
- L'entente de services avec le FMC a été renouvelée pour une septième année consécutive.

## DÉPENSES LIÉES AU SOUTIEN DE L'INDUSTRIE

Comme l'indique le plan d'entreprise, Téléfilm divise ses activités en deux volets : premièrement, l'investissement dans le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne, et, deuxièmement, le soutien promotionnel au contenu canadien au Canada et à l'étranger.

### Développement et production de longs métrages canadiens

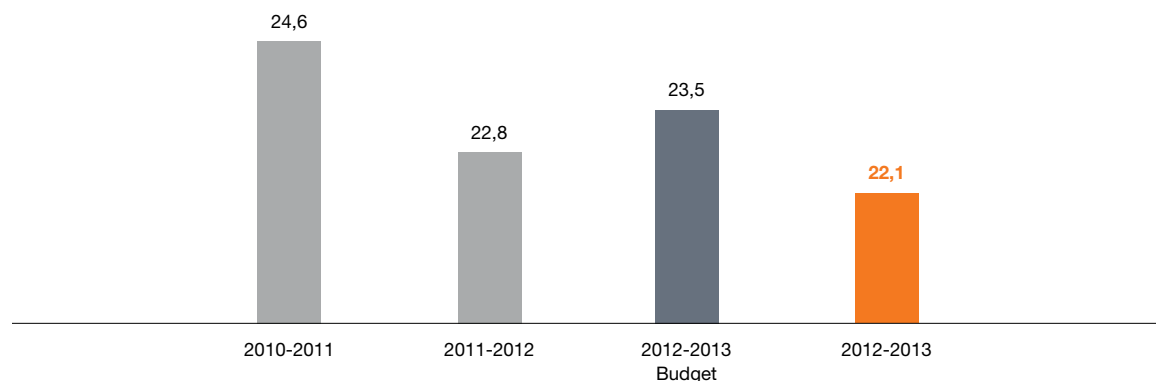
(en millions de \$)



Téléfilm soutient financièrement le développement et la production de longs métrages canadiens qui ont un potentiel de succès au Canada et à l'étranger. Les montants versés dans le cadre des programmes d'aide à la production cinématographique et au développement de scénarios se sont élevés à 74,8 millions de dollars en 2012-2013, ce qui s'apparente aux chiffres budgétisés et aux chiffres comparatifs de l'exercice précédent. Il est à noter que la Société a augmenté de 1,5 million de dollars le niveau de l'aide au développement par rapport à l'exercice financier 2011-2012 afin de répondre à un accroissement de la demande.

**Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger**

(en millions de \$)



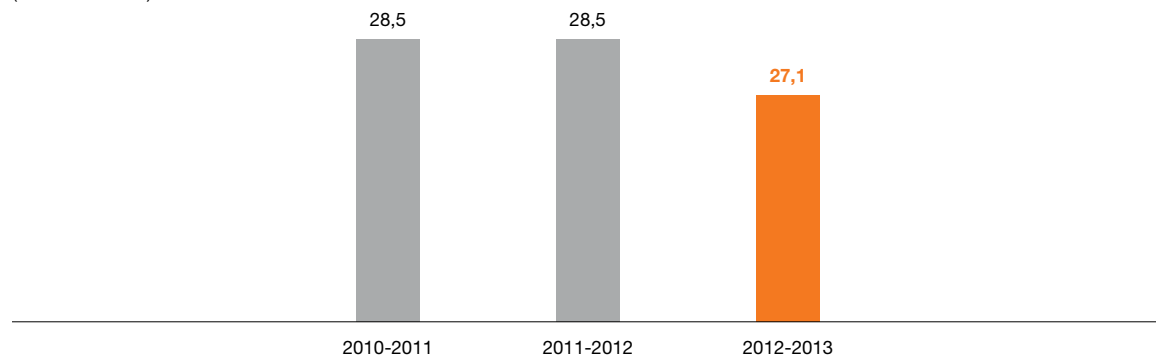
Le soutien promotionnel de Téléfilm permet aux distributeurs, aux producteurs et aux réalisateurs canadiens de s'assurer que le contenu audiovisuel qu'ils produisent est vu et apprécié par les Canadiens et les auditoires du monde entier. Ce soutien comprend une aide à la mise en marché pour les longs métrages canadiens et un soutien financier pour les sociétés qui assistent aux grands festivals, marchés et événements organisés au pays et sur la scène internationale.

Le soutien aux activités de promotion s'est élevé à 22,1 millions de dollars en 2012-2013, ce qui ne représente qu'un faible écart par rapport aux montants budgétisés et aux résultats de l'exercice financier précédent. À cet effet, les fonds disponibles dans les programmes de mise en marché et de promotion nationale ont été utilisés pour les fins du programme d'aide à la production.

On prévoit que les dépenses totales liées au soutien à l'industrie atteindront environ 91 millions de dollars lors du prochain exercice financier.

**Frais de fonctionnement et d'administration**

(en millions de \$)



Les frais de fonctionnement et d'administration servent à la mise en œuvre des programmes de financement, y compris ceux du FMC, et comprennent les dépenses associées aux activités corporatives de la Société. Ces frais incluent les dépenses de salaires et d'avantages sociaux (73 %), les frais de loyers (7 %), les honoraires professionnels (6 %) et les coûts de technologies de l'information (5 %), qui constituent 91 % du total des frais de fonctionnement et d'administration de la Société.

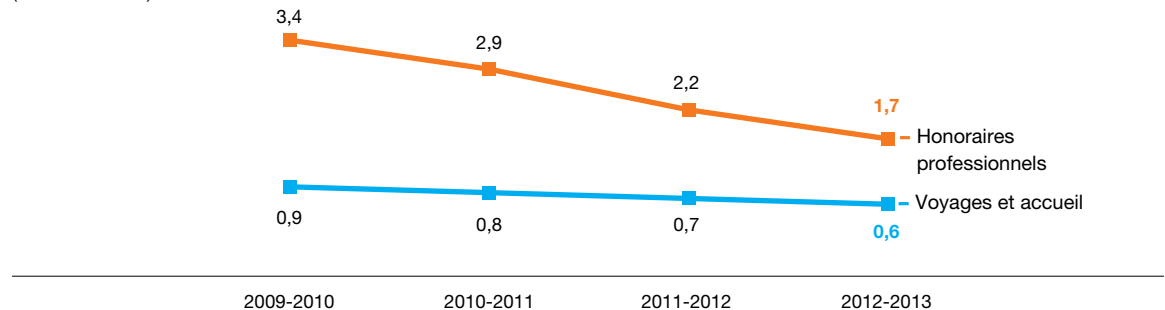
Les frais de fonctionnement et d'administration ont clôturé l'exercice à 27,1 millions de dollars, soit une baisse de 1,4 million de dollars comparativement au dernier exercice financier. La Société s'est employée à réaliser des gains d'efficience par l'adoption de mesures de compression des coûts à l'échelle de l'organisation, ce qui a engendré d'importantes économies. Ainsi, tous les postes ont diminué ou sont demeurés stables par rapport à l'exercice précédent.

De plus, des économies<sup>1</sup> ont également été réalisées en regard du budget annuel, ce qui a permis à Téléfilm de transférer 2,5 millions de dollars du budget administratif aux programmes de financement. Ces gains d'efficience ont été obtenus sur l'ensemble des postes budgétaires, notamment par le biais d'importantes économies découlant de la réduction des dépenses relatives aux salaires et honoraires professionnels, comme l'indiquent nos états financiers.

Nous prévoyons que les frais de fonctionnement et d'administration atteindront 26,9 millions de dollars<sup>2</sup> lors du prochain exercice financier.

#### Mesures de compression des coûts

Niveau des dépenses  
(en millions de \$)



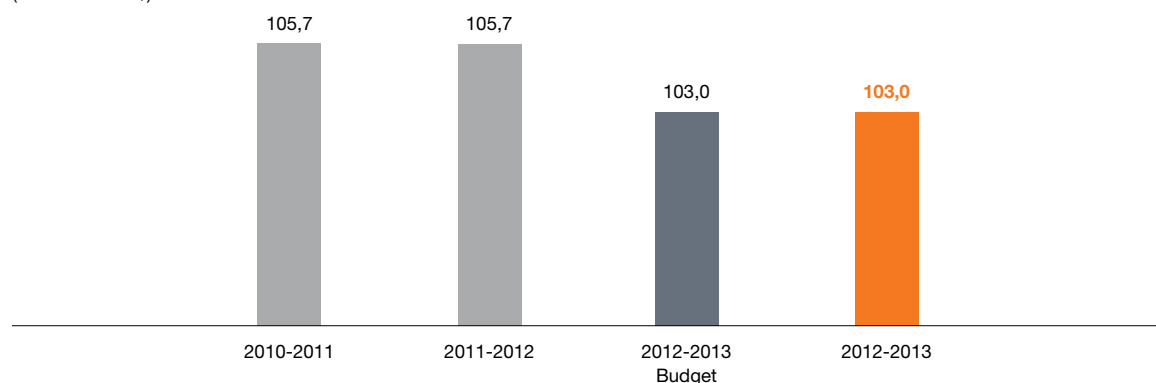
En tant que société d'État fédérale, Téléfilm exerce avec rigueur la responsabilité qu'il lui incombe de s'améliorer continuellement et de toujours chercher à accroître son efficience. Nos résultats témoignent de l'engagement de la Société à respecter les mesures de compression des coûts du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Tel que cela est présenté, la Société a réduit considérablement ses dépenses relatives aux honoraires professionnels (-50 %) et aux voyages (-33 %) au cours des derniers exercices financiers. Les dépenses de publicité et de publications ne sont pas visées par les réductions, conformément à notre mandat promotionnel.

## FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS

### Crédit parlementaire

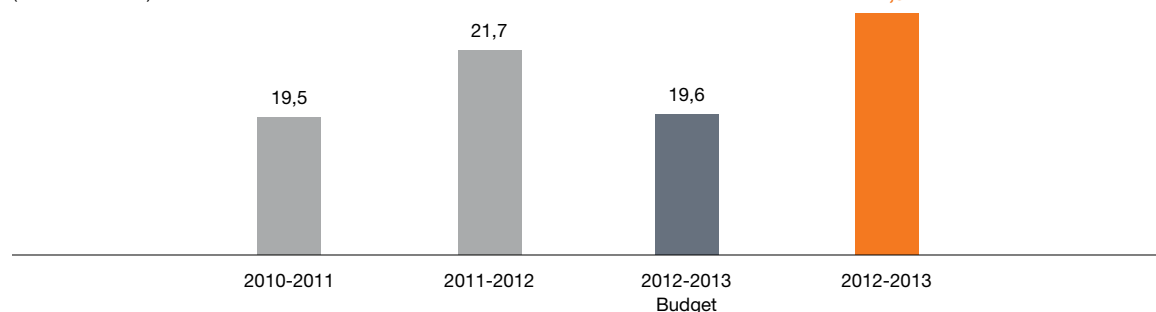
(en millions de \$)



Le crédit parlementaire de Téléfilm s'élève à 103 millions de dollars en 2012-2013, il représente notre principale source de financement. Le montant total a diminué de 2,7 millions de dollars par rapport au dernier exercice financier, conformément au *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012*. Une réduction supplémentaire de 3,3 millions de dollars est prévue pour le prochain exercice financier.

### Revenus

(en millions de \$)



Les principales sources de revenus de Téléfilm sont les suivantes :

- revenus d'investissements et récupérations engendrés par les retours sur investissements dans les productions cinématographiques et la participation au développement et à la mise en marché des films;
- honoraires de gestion provenant de l'entente de services avec le FMC.

Les revenus totaux pour 2012-2013 témoignent d'une croissance positive par rapport aux niveaux budgétisés et aux chiffres comparatifs des exercices précédents.

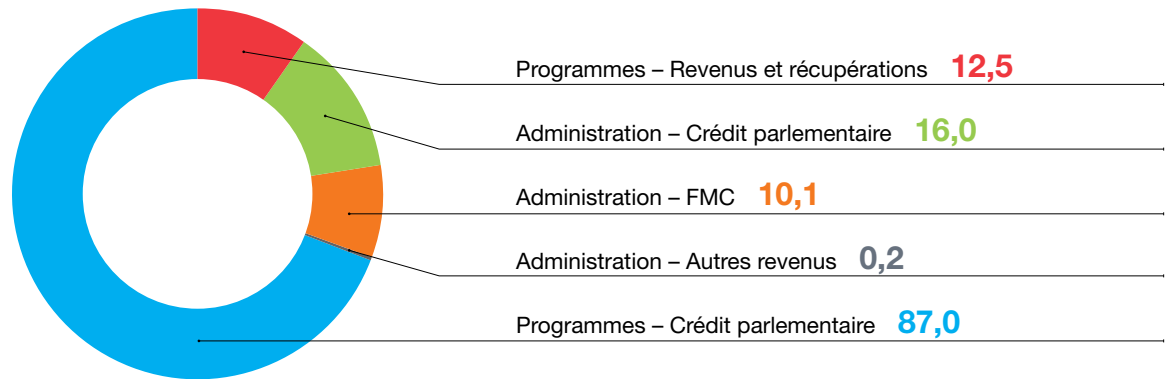
Il est à noter que les revenus d'investissements et les récupérations ont augmenté de près de 1 million de dollars comparativement à 2011-2012. Cette augmentation est attribuable aux récupérations sur des projets de mise en marché pour lesquels les remises par projet ont été plus élevées. De plus, pour la deuxième année consécutive, les revenus d'investissements et les récupérations ont dépassé les prévisions budgétaires de la Société.

Sur une autre note positive, l'entente de services avec le FMC a été reconduite pour 2013-2014.

Enfin, la Société ne prévoit aucun écart important par rapport à l'ensemble des revenus budgétisés pour le prochain exercice financier.

#### Répartition des revenus et du financement gouvernemental

125,8 millions de \$



La Société répartit son financement entre ses programmes d'aide financière et ses frais de fonctionnement et d'administration.

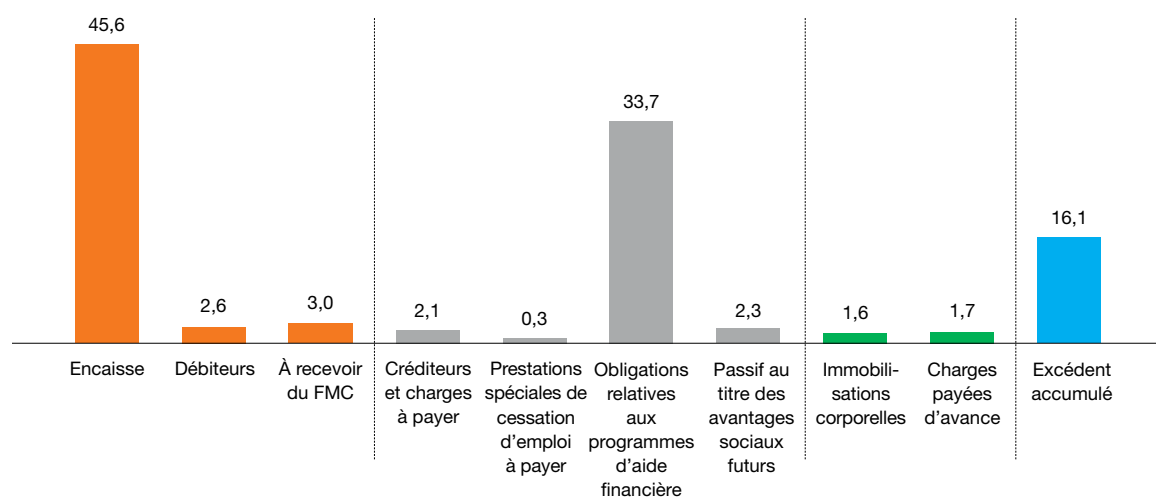
Au cours des derniers exercices financiers, nous avons favorisé le financement des programmes et avons réitéré en 2012-2013. Par conséquent, une somme de 2,5 millions de dollars provenant du crédit parlementaire alloué aux dépenses d'administration a été transférée au financement des programmes en 2012-2013, pour nous permettre de financer davantage de projets.



## SITUATION FINANCIÈRE AU 31 MARS 2013

### Actifs financiers, passifs et actifs non financiers

(en millions de \$)



La situation financière de la Société est demeurée solide, son principal actif étant un montant à recevoir du Trésor de 45,6 millions de dollars, équivalant à l'encaisse. Il est à noter que ces liquidités sont nécessaires pour financer les obligations relatives aux programmes d'aide financière, nos engagements à l'égard des projets se chiffrant à 33,7 millions de dollars.

(en millions de \$)	2012-2013	2011-2012	%
Actifs financiers	<b>51,2</b>	47,7	7
Passifs	<b>38,4</b>	37,6	2
Actifs non financiers	<b>3,3</b>	4,1	(20)
Excédent accumulé	<b>16,1</b>	14,2	

À la clôture de l'exercice, la situation financière présentait globalement des écarts usuels par rapport au dernier exercice financier.

À cet effet, la hausse des actifs financiers est attribuable aux rentrées de fonds provenant des récupérations, alors que l'augmentation des passifs financiers est principalement reliée aux charges administratives à payer. Fait à noter, la Société a comptabilisé au 31 mars 2013 un montant de 336 mille dollars relié aux prestations spéciales de cessation d'emploi à payer qui découle de la réduction de nos effectifs. De plus, les actifs non financiers présentent une baisse relative aux immobilisations corporelles, où l'amortissement de l'exercice de 1 million de dollars a été contrebalancé par l'acquisition d'actifs provenant principalement de la mise à niveau du système financier.

# GESTION DES RISQUES

La Société a recours à une méthode de gestion intégrée pour s'assurer que les risques sont pris en compte à tous les paliers et dans tous les services de l'organisation, du processus de planification stratégique jusqu'aux opérations. La gestion des risques évoluant avec le temps, la directrice générale a revu la gouvernance en cette matière en créant un nouveau comité de gestion des risques. Ce comité est désormais présidé par la directrice générale et réunit tous les membres du comité de direction (voir la section sur la Gouvernance). Le comité appuie la directrice générale dans l'identification, l'évaluation et la priorisation des risques, et dans l'élaboration des mesures à prendre pour les atténuer de façon efficace.

## IDENTIFICATION DES RISQUES

Les risques sont identifiés et évalués en fonction des objectifs de notre plan d'entreprise, du changement continu de notre organisation et des nouveaux défis que Téléfilm doit relever dans son secteur d'activité. Ils sont évalués de façon continue.

Les risques auxquels Téléfilm doit faire face peuvent être répartis en quatre grandes catégories :

- I. Les risques stratégiques – les risques pouvant entraver l'atteinte des objectifs de la Société.
- II. Les risques opérationnels – les risques découlant d'une défaillance des processus, des systèmes ou des ressources humaines.
- III. Les risques financiers – les risques associés aux pertes résultant d'inefficacités administratives.
- IV. Les risques de conformité – les risques découlant du non-respect des lois et des règlements.

La Société a identifié trois risques stratégiques principaux et élaboré des stratégies en vue de les atténuer :

### 1) Non-atteinte des objectifs corporatifs figurant au tableau de bord organisationnel

Parallèlement au lancement de son *plan d'entreprise* et des nouveaux objectifs applicables aux exercices 2011-2012 à 2014-2015, la Société a adapté les indicateurs de performance auxquels elle se fie pour mesurer les résultats de ses décisions, de ses plans et de ses actions. En 2012-2013, des efforts ont été déployés pour mener à terme l'établissement des indicateurs de performance et élaborer un tableau de bord qui permettra à la Société de mesurer ses progrès relativement à l'atteinte de ses objectifs. Le déploiement des indicateurs de performance se poursuivra au cours du prochain exercice.

Mesures d'atténuation :

- s'assurer que les principaux gestionnaires assument la responsabilité des indicateurs de performance et du tableau de bord par l'entremise du comité de direction;
- communiquer l'importance des indicateurs de performance et du tableau de bord dans l'ensemble de l'organisation afin d'obtenir l'engagement des employés de tous les services;
- établir de concert avec les secteurs des objectifs opérationnels liés aux indicateurs de performance;
- intégrer des objectifs annuels liés aux indicateurs de performance dans les évaluations du rendement des employés; et
- assurer un suivi de la performance et l'imputabilité à l'égard des résultats des indicateurs.

**2) Non-augmentation de la disponibilité des films canadiens sur le marché (plateformes traditionnelles, non traditionnelles et numériques)**

En 2012-2013, la refonte du Programme de mise en marché a été une priorité stratégique pour Téléfilm et le processus se poursuivra au cours du prochain exercice. Ce nouveau programme devrait faire en sorte que les pratiques en matière de distribution et de mise en marché soient mieux adaptées aux nouvelles habitudes de consommation.

Mesures d'atténuation :

- maintenir les consultations avec les producteurs, les distributeurs et les partenaires pour tenir compte des préoccupations de l'industrie;
- partager l'information clé des recherches sur le consommateur avec l'industrie;
- augmenter la portée des dépenses admissibles afin d'appuyer la distribution et la mise en marché des films sur toutes les plateformes; et
- mettre en œuvre le nouveau Programme de mise en marché et en mesurer les résultats.

**3) Non-augmentation de la demande des auditoires pour les films canadiens**

Stimuler la demande des auditoires pour du contenu canadien demeure une priorité pour Téléfilm. À cet effet, la Société a revu sa structure organisationnelle afin de faciliter la transition vers la mise en œuvre d'activités de marketing et de promotion et entend concentrer ses efforts sur son objectif de rejoindre les auditoires avec du contenu canadien.

Mesures d'atténuation :

- instaurer une structure organisationnelle qui maximisera notre capacité d'élaborer et de mettre en œuvre des activités de marketing et de promotion;
- élaborer et mettre en œuvre une stratégie de marketing visant à promouvoir le talent, le contenu et le succès canadiens;
- établir de nouveaux indicateurs de performance pour s'assurer que les activités et les résultats soient axés sur le marketing et la promotion; et
- forger de nouveaux partenariats qui permettront d'accroître la visibilité et l'accessibilité du talent et du contenu canadiens.

# GOUVERNANCE

35	CONSEIL D'ADMINISTRATION
40	COMITÉ DE DIRECTION
43	VÉRIFICATION
43	ÉVALUATION DU RENDEMENT
43	ORIENTATION ET FORMATION
44	VALEURS ET ÉTHIQUE
44	PLAINTES FORMELLES
44	ACTIVITÉS DE COMMUNICATIONS ET DE MARKETING

Téléfilm est une société d'État régie notamment par la *Loi sur Téléfilm Canada* et certaines dispositions de la *Loi sur la gestion des finances publiques (LGFP)*. Afin d'assurer une certaine indépendance à la Société, le législateur a choisi d'exclure Téléfilm de l'application de la majorité des articles de la partie X de la *LGFP* pour ne lui appliquer que certaines des dispositions de cette section. La mission de la Société est de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada et d'agir dans le cadre d'accords conclus avec le ministère du Patrimoine canadien pour la prestation de services ou la gestion de programmes concernant l'industrie audiovisuelle ou l'enregistrement sonore. Cette mission très large permet à Téléfilm de jouer un rôle de leader dans le domaine de l'industrie audiovisuelle canadienne, notamment en offrant à celle-ci des programmes adaptés à chaque étape de son évolution. De plus, conformément à la *LGFP*, le président de Téléfilm présente au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles un rapport annuel sur les activités et les résultats de l'exercice, les états financiers de la Société, de même que le rapport d'audit du Bureau du vérificateur général du Canada y afférent. Le rapport annuel est examiné et approuvé par les membres du conseil d'administration.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration surveille la gestion des activités et des affaires de Téléfilm dans le but de lui permettre de remplir son mandat de façon optimale. Il est composé de six membres nommés par le gouverneur en conseil et du commissaire du gouvernement à la cinématographie nommé aux termes de la *Loi sur le cinéma*. Le gouverneur en conseil choisit le président parmi les membres de la Société et celui-ci occupe son poste à titre amovible. En vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, les membres doivent tenir annuellement un minimum de six réunions du conseil d'administration. Le conseil établit un plan d'entreprise et un cadre stratégique tenant compte des priorités, des occasions d'affaires et des risques. Il exerce son rôle de gérance et a défini ses responsabilités de fiduciaire dans le cadre d'un mandat qui traite notamment :

- des stratégies d'entreprise;
- des ressources humaines et de l'évaluation du rendement;
- des contrôles internes et des questions financières; et
- de la gouvernance et des communications.

Le conseil a su développer des pratiques de gouvernance exemplaires faisant en sorte que les réunions soient planifiées, structurées et efficaces. En outre, le conseil prend toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que les systèmes et les pratiques de gestion mis en application répondent aux besoins et lui procurent la confiance requise quant à l'intégrité des informations produites. La directrice générale participe à toutes les réunions et certains directeurs sont invités à présenter des dossiers nécessitant une analyse plus approfondie. La majorité des réunions sont tenues soit à Montréal, soit à Toronto afin de minimiser les coûts. Par ailleurs, il peut arriver que des réunions ou des rencontres soient organisées dans d'autres villes canadiennes dans le but de favoriser les échanges avec les autres communautés. Chaque réunion est suivie d'une séance à huis clos afin de permettre aux membres d'échanger hors de la présence de l'administration.

Au cours de l'exercice, le conseil a délibéré sur un nombre de sujets d'intérêt, dont notamment l'implantation du plan d'entreprise, la refonte des programmes de financement, la mesure de l'Indice de réussite, le plan de promotion international et les questions usuelles de nature financière. Le conseil a aussi décidé au cours de l'exercice de lancer un projet pilote s'appuyant sur une technologie qui permettra la tenue de réunions sans papier. Cette initiative donnera aux membres la possibilité d'avoir accès en tout temps et en tous lieux à l'ensemble de la documentation, en plus de favoriser l'efficacité des réunions.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION



De gauche à droite : G. Grant Machum, Yvon Bélanger, Elise Orenstein, Michel Roy, Tom Perlmutter, Marlie Oden, Ram Raju.  
Les membres ont comme lieu de résidence la Nouvelle-Écosse, le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique, permettant une représentation de l'ensemble des régions canadiennes.

## BIOGRAPHIES\*

<b>Membres</b>	<b>Date de nomination / Durée du mandat</b>	<b>Expérience</b>
<p><b>Michel Roy</b> Président du conseil d'administration</p>	<p>Octobre 2007 Renouvelé pour 5 ans, se terminant en octobre 2017</p>	<p>Administrateur public</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sous-ministre au ministère québécois du Tourisme et à celui des Communications</li> <li>• Consultant en gestion des affaires</li> <li>• Monteur de films pour la télévision, créateur de contenu, auteur, musicien et compositeur ayant produit des albums</li> </ul>
<p><b>Yvon Bélanger, CPA, CA</b> Président du comité de vérification et des finances</p>	<p>Avril 2008 5 ans, se terminant en avril 2013</p>	<p>Ancien associé d'audit, comptable agréé (à la retraite)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expert en normalisation et présentation des états financiers</li> </ul>
<p><b>G. Grant Machum, LL.B.</b> Président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance</p>	<p>Mai 2008 Renouvelé pour 5 ans, se terminant en janvier 2015</p>	<p>Avocat, associé</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droit du travail</li> <li>• Gouvernance d'entreprise</li> <li>• Président de l'université Nova Scotia College of Art &amp; Design</li> <li>• Membre de divers conseils d'administration</li> <li>• Collecteur de fonds pour des organismes communautaires</li> </ul>
<p><b>Marlie Oden</b> Présidente du comité de planification stratégique et des communications</p>	<p>Juillet 2008 5 ans, se terminant en juillet 2013</p>	<p>Cadre de direction et entrepreneure en mise en marché et en publicité</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultante et professionnelle en mise en marché et en communications</li> <li>• Cadre de direction en publicité</li> <li>• Membre de conseils d'administration d'organismes artistiques</li> <li>• Lauréate du Patron of the Arts Award, 2007</li> <li>• Lauréate du Mayor's Arts Award, 2011</li> </ul>
<p><b>Elise Orenstein, LL.B.</b> Vice-présidente du conseil d'administration</p>	<p>Décembre 2006 Renouvelé pour 5 ans, se terminant en décembre 2016</p>	<p>Avocate</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spécialiste en droit des affaires, en droit commercial et en droit de la propriété intellectuelle dans les domaines des médias convergents et du divertissement</li> <li>• Professeure de droit à l'université</li> </ul>
<p><b>Tom Perlmutter</b> Membre d'office</p>	<p>Juin 2007 Renouvelé pour 5 ans, se terminant en juin 2017</p>	<p>Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cinéaste, auteur et producteur</li> <li>• Cadre de direction et administrateur de l'Office national du film du Canada</li> </ul>
<p><b>Ram Raju</b> Membre</p>	<p>Mai 2010 5 ans, se terminant en mai 2015</p>	<p>Entrepreneur Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur Internet spécialisé dans les médias numériques et la gestion</li> <li>• Professeur universitaire et gestionnaire dans le domaine des systèmes informatiques</li> <li>• Vice-président, Canadian Association of Campus Computer Stores</li> </ul>

\* Des biographies plus complètes sont publiées sur notre site Internet.

## INDÉPENDANCE

L'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada* assure l'indépendance de tous les membres en prévoyant que la charge de membre est incompatible avec le fait de détenir directement ou indirectement, individuellement ou en qualité d'actionnaire ou d'associé, ou à quelque autre titre, un intérêt pécuniaire dans l'industrie audiovisuelle. Cette garantie d'indépendance est jumelée à l'obligation pour tous les membres, établie en vertu du Règlement 1 de la Société, de divulguer au président tout intérêt privé susceptible de les placer dans une situation de conflit d'intérêts par rapport à leurs fonctions officielles et de s'abstenir de voter sur toute résolution qui les placerait dans une situation de conflit d'intérêts. Tous les membres sont également tenus de remplir et de soumettre chaque année une déclaration d'intérêts. Les membres sont également assujettis aux dispositions de la *Loi sur les conflits d'intérêts*. Finalement, les membres sont tous indépendants du comité de direction.

## NOMINATIONS

Le gouverneur en conseil a renouvelé au cours de l'exercice le mandat de Michel Roy à titre de président de la Société. Par ailleurs, la composition du conseil est demeurée inchangée au cours de l'exercice. Tous les membres du conseil d'administration de Téléfilm sont titulaires d'une charge publique à temps partiel et nommés selon un processus de sélection basé sur plusieurs critères. Toutes les nominations sont effectuées suivant la recommandation du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles au gouverneur en conseil.

## COMITÉS DU CONSEIL

Le conseil d'administration a créé trois comités afin de l'aider à s'acquitter de ses responsabilités. Chaque comité possède sa propre charte et a comme objectif d'approfondir les questions nécessitant une expertise particulière. Les comités font des recommandations au conseil sur les sujets qui sont de leur ressort. Les cadres de direction sont invités ponctuellement aux réunions, ce qui favorise une communication directe et un alignement avec les objectifs de la Société. Les membres du conseil qui ne font pas partie d'un comité donné ne sont pas tenus de participer aux réunions.

### 1) Comité de vérification et des finances

Ce comité est principalement responsable des questions de nature financière et de la gestion des risques. Il est composé de trois membres du conseil d'administration. La présidence est assumée par Monsieur Yvon Bélanger qui possède l'expertise requise en matière d'information financière. Les représentants du Bureau du vérificateur général du Canada, le vérificateur interne, la directrice générale, le directeur, Administration et services d'entreprise et le contrôleur sont invités à chacune des réunions de ce comité. Les cadres présentent les informations et les différentes questions font l'objet de discussions entre les membres du comité et les vérificateurs. Le comité traite sur une base trimestrielle de sujets d'intérêt tels que les budgets, les résultats financiers et de vérification et la mise à jour des risques. Le comité s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice et les réunions ont généralement été suivies d'un huis clos.

### 2) Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Ce comité soutient principalement le conseil en ce qui concerne la gestion des ressources humaines. En outre, il examine au besoin les sujets d'intérêts en la matière tels que l'évaluation de la performance et la politique de rémunération et la politique sur les programmes de bonification. Ce comité est également responsable de la mise en place du processus de sélection et d'évaluation de candidats afin de recommander au ministre la nomination du directeur général. Au cours de l'exercice, le comité a recommandé au conseil d'administration une nouvelle *Politique sur les conflits d'intérêts et l'après-mandat* qui s'appliquera à l'ensemble des employés dès l'exercice 2013-2014. Ce changement a pour but d'harmoniser nos pratiques avec les nouvelles directives émises par le Conseil du Trésor. Par ailleurs, le comité a collaboré étroitement avec la direction pour recommander au conseil une nouvelle structure salariale arrimée à un système de classification des postes basée sur les responsabilités. Le comité est présidé par Monsieur G. Grant Machum, avocat spécialisé en droit du travail. Trois réunions ont eu lieu au cours de l'exercice, dont certaines ont été suivies d'un huis clos.

### 3) Comité de planification stratégique et des communications

Le soutien apporté au conseil par ce comité porte notamment sur les processus de planification stratégique et la mise en place des stratégies liées aux communications. Au cours de l'exercice, le comité a travaillé de concert avec la direction pour établir la stratégie relative au développement de notre image de marque à l'international. Cette stratégie sera déployée au cours du prochain exercice financier. Le comité est présidé par Madame Marlie Oden, spécialiste en mise en marché et publicité. Le comité s'est réuni à une occasion au cours de l'exercice.



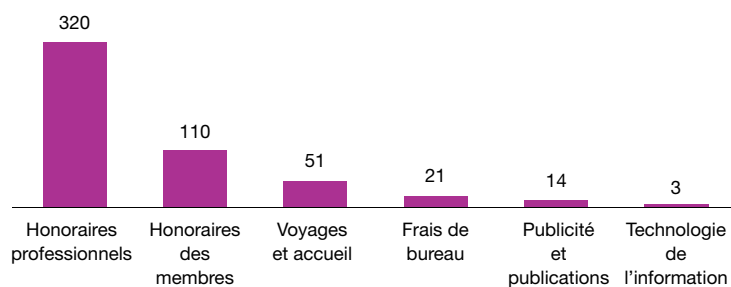
## FRAIS ET PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Les membres du conseil d'administration sont rétribués pour leur participation aux réunions et pour d'autres activités inhérentes à leurs responsabilités. Les montants octroyés sont conformes aux lignes directrices concernant la rémunération des titulaires de charge publique à temps partiel nommés par le gouverneur en conseil dans les sociétés d'État. La Société verse des honoraires annuels au président du conseil et accorde également à tous les membres (y compris le président) une indemnité journalière pour la préparation aux réunions et pour chaque jour où ils siègent aux réunions. Les sommes sont versées selon les barèmes suivants :

- Rétribution annuelle du président : entre 7 100 \$ et 8 400 \$;
- Indemnité journalière : entre 275 \$ et 325 \$.

Le graphique suivant présente les dépenses pour la totalité des frais encourus par le conseil et ses comités, notamment pour la tenue des réunions et les frais de voyages, la tenue de l'assemblée publique annuelle et les travaux de vérification interne. Les coûts pour l'exercice s'élèvent à 519 000 \$ :

(en milliers de \$)



Le tableau suivant indique la participation des membres aux différentes réunions :

	<b>Conseil d'administration</b> 7 membres	<b>Comité de vérification et des finances</b> 3 membres	<b>Comité de planification stratégique et des communications</b> 3 membres	<b>Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance</b> 3 membres
<b>Michel Roy</b>	7/7	4/4	1/1*	4/4
<b>Yvon Bélanger</b>	6/7	4/4	–	2/4*
<b>G. Grant Machum</b>	7/7	–	–	4/4
<b>Marlie Oden</b>	7/7	1/4*	1/1	1/4*
<b>Elise Orenstein</b>	7/7	4/4	1/1	4/4
<b>Tom Perlmutter<sup>1</sup></b>	4/7	–	–	–
<b>Ram Raju</b>	7/7	–	1/1	–

\*N'est pas membre du comité.

1. À titre de dirigeant au sein de l'administration publique fédérale et membre d'office du conseil d'administration, le commissaire du gouvernement à la cinématographie n'a pas droit à une rémunération.

## COMITÉ DE DIRECTION

Le comité de direction est l'outil privilégié de la directrice générale pour discuter des questions d'ordre stratégique, de planification et d'organisation. Toutes les politiques et les orientations de la Société font l'objet de discussions au sein du comité de direction. Ce comité est composé de la directrice générale et des directeurs responsables de l'ensemble des fonctions de la Société. Il se réunit habituellement une fois par semaine.



De gauche à droite : Dave Forget, Michel Pradier, Sheila de La Varende, Denis Pion, Jean-Claude Mahé, Carolle Brabant, Évelyne Morrisseau et Stéphane Odesse.

## MANDATS DES SOUS-COMITÉS

La directrice générale dispose également de sous-comités permettant d'approfondir des sujets spécifiques comportant divers degrés de complexité. Les procès-verbaux des sous-comités sont distribués à chaque réunion du comité de direction, ce qui permet une bonne communication de l'information. La directrice générale accorde un pouvoir décisionnel aux sous-comités qui procèdent ainsi au règlement de questions opérationnelles. Cette particularité permet au comité de direction de traiter principalement de questions d'ordre stratégique. Les responsabilités de chaque sous-comité sont décrites dans une charte.

### 1) Comité opérationnel

Le comité opérationnel assiste la directrice générale principalement dans la prise de décision quant aux questions découlant de l'application ou de l'interprétation des lignes directrices ou des politiques. Le comité opérationnel est composé d'au moins cinq membres du comité de direction désignés par la directrice générale. Trois membres sont permanents et deux membres sont nommés pour des mandats renouvelables de six mois. Ce comité peut prendre des décisions sur un large éventail de sujets, y compris toute question portant sur l'application et l'interprétation des lignes directrices des programmes de financement de la Société. Au cours du dernier exercice financier, le comité s'est réuni 27 fois et Dave Forget, directeur, Relations d'affaires et certification, a agi comme président.

### 2) Comité des ressources humaines

Le comité des ressources humaines assiste la directrice générale en apportant son soutien au service des Ressources humaines dans l'application et l'interprétation des politiques en la matière, et pour répondre à toute situation qui déroge aux pratiques habituelles. Le comité est composé de deux membres du comité de direction désignés par la directrice générale et du directeur, Administration et services d'entreprise. Les deux membres sont nommés pour des mandats renouvelables de six mois et le directeur, Administration et services d'entreprise, Denis Pion, est nommé à titre de président du comité jusqu'à ce que la directrice générale mette fin à son mandat. Un représentant du service des Ressources humaines est invité à participer aux réunions du comité en tout temps. Les réunions du comité sont généralement bimensuelles. Le comité s'est réuni à 15 reprises au cours de l'exercice.

### 3) Comité d'appel

Le comité d'appel examine les appels interjetés par les clients pour toute décision les concernant, ou par les employés relativement à une décision du comité des ressources humaines. Le comité est composé de la directrice générale et de deux membres du comité de direction désignés par celle-ci. Les membres sont nommés pour un mandat renouvelable d'un an. Il n'y a eu aucun appel ni réunion du comité au cours de l'exercice. La directrice générale Carolle Brabant a assuré la présidence durant la période.

### 4) Comité de gestion de risques

Le comité de gestion des risques assiste la directrice générale en ce qui a trait à l'identification, à l'évaluation et à la hiérarchisation des risques et des mesures à prendre afin d'en assurer un contrôle adéquat. Il est responsable de la mise en place du processus de gestion de risques. La directrice générale a créé ce comité au cours de l'exercice. Il réunit maintenant tous les membres du comité de direction et permettra d'améliorer la gouvernance et l'efficacité. La gestion des risques était auparavant effectuée par un comité ad hoc réunissant différents gestionnaires de plusieurs niveaux. Le comité de gestion de risques a été créé en fin d'exercice et aucune réunion n'a encore eu lieu. La présidence du comité est assurée par Carolle Brabant, directrice générale.

## RESPONSABILITÉS ET PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Tous les membres du comité de direction travaillent à temps plein pour la Société. À cet effet, la directrice générale, qui est nommée par le gouverneur en conseil suivant la recommandation de la Société et du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, s'est vu renouveler son mandat pour trois autres années. Sa rémunération est établie par le Conseil privé du Canada. L'échelle salariale des autres membres du comité de direction varie d'un minimum de 107 000 \$ à un maximum de 194 000 \$ et le salaire moyen est de 146 000 \$.

Le tableau suivant indique la participation des membres aux différentes réunions :

<b>Membres</b>	<b>Comité de direction</b> 8 membres 26 réunions	<b>Comité des ressources humaines</b> 3 membres 15 réunions	<b>Comité opérationnel</b> 5 membres 27 réunions
<b>Carolle Brabant</b> , CPA, CA, MBA Directrice générale	26	2	–
<b>Sheila de La Varende</b> Directrice, Promotion de l'industrie	22	6	11
<b>Dave Forget</b> Directeur, Relations d'affaires et certification	22	2	25
<b>Jean-Claude Mahé</b> Directeur, Affaires publiques et gouvernementales	24	6	6
<b>Évelyne Morriseau*</b> Directrice, Marketing et communications	1	–	–
<b>Stéphane Odesse</b> , LL.B. Directeur, Services juridiques et accès à l'information et secrétaire du conseil d'administration	23	9	7
<b>Denis Pion</b> Directeur, Administration et services d'entreprise	26	14	25
<b>Michel Pradier</b> Directeur, Financement des projets	22	4	22

\* Employée en poste depuis le 18 mars 2013

## VÉRIFICATION

Les comptes et les transactions financières de la Société font l'objet d'une vérification annuelle effectuée par le Vérificateur général du Canada. De plus, la *LGFP* exige du Vérificateur général qu'il procède à un examen spécial au moins une fois tous les 10 ans et cet examen a eu lieu en 2010. Les résultats peuvent être consultés sur le site Web de la Société. La *LGFP* oblige également Téléfilm à effectuer des travaux de vérification interne. La Société confie cette tâche à une firme externe dont les rapports sont présentés au comité de vérification et des finances. Les travaux de l'exercice ont porté sur cinq sujets différents : la sécurité de l'information et la protection des renseignements personnels, le système eTéléfilm, la structure de reddition de comptes, la mesure de rendement et finalement, le suivi des plans d'action établis à la suite des vérifications précédentes.

## ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'évaluation du rendement est un processus essentiel qui permet de favoriser une culture d'amélioration continue. À cet effet, l'ensemble du personnel, les membres du conseil d'administration et la directrice générale font l'objet d'une évaluation annuelle :

- L'évaluation du conseil d'administration et de ses comités est régie par une politique d'évaluation de la performance propre au conseil. Ce processus d'évaluation porte notamment sur la composition du conseil, les connaissances des membres, les responsabilités et le fonctionnement du conseil. À cette évaluation s'ajoute un examen spécifique de chaque comité.
- L'évaluation du rendement de la directrice générale – qui est effectuée d'abord par le comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance et sujette à l'approbation du conseil d'administration – est régie par les lignes directrices du *Programme de gestion du rendement des premiers dirigeants des sociétés d'État*. Les critères d'évaluation portent sur l'appréciation des résultats à divers chapitres, incluant notamment les politiques et les programmes, la gestion, les relations avec les parties prenantes, le leadership ainsi que les résultats organisationnels.
- Le rendement du comité de direction et de chacun de ses sous-comités est évalué par les membres du comité ainsi que par la directrice générale.
- Finalement, le rendement de chaque employé est évalué deux fois par année en conformité avec notre Politique sur la gestion de la performance. Ce processus d'évaluation porte notamment sur l'atteinte des objectifs établis pour l'exercice, les niveaux de compétences attendus, les attentes quant aux responsabilités relatives à l'emploi ainsi que les objectifs d'apprentissage.

## ORIENTATION ET FORMATION

La formation constitue un outil essentiel au maintien des meilleures pratiques de gouvernance d'entreprise et permet aux membres du conseil d'exercer leurs fonctions de façon optimale. À cet effet, les membres ont la possibilité d'assister à des séminaires et à des cours et de suivre des sessions de formation tenant compte des exigences de leurs fonctions et d'une évaluation de leurs besoins. À titre d'exemple, le président du comité de vérification et des finances a assisté à des sessions de formation totalisant une journée et demie portant notamment sur le cycle budgétaire et les normes comptables du secteur public, alors que la vice-présidente du conseil a assisté à une conférence d'une journée sur la gouvernance d'entreprise. Un autre membre du conseil a assisté à un séminaire d'une journée qui traitait des « notions financières de base à l'échelle de la gouvernance ». La Société s'attend aussi à bénéficier d'une augmentation des compétences de ses employés. La Société a mis sur pied un plan de formation et de développement professionnel ciblant autant les compétences que les comportements. Ce plan vise à pourvoir les effectifs des compétences requises pour la réalisation du plan d'entreprise.

## VALEURS ET ÉTHIQUE

La Société s'efforce de promulguer des pratiques éthiques exemplaires et, en ce sens, les personnes nommées par décret, soit le président, les membres du conseil d'administration et la directrice générale, sont assujetties à la *Loi sur les conflits d'intérêts*. Les employés de Téléfilm sont pour leur part soumis au *Code de conduite de Téléfilm Canada*, lequel est constitué du *Code de valeurs et d'éthique du secteur public* du Conseil du Trésor, du *Code de valeurs de Téléfilm*, ainsi que du *Code régissant les conflits d'intérêts et l'après-mandat*. Le respect du *Code de conduite de Téléfilm Canada* est une condition d'embauche pour les employés, et ce, peu importe le poste qu'ils occupent. Ils sont également tenus de signer annuellement une déclaration indiquant qu'ils s'engagent à s'y conformer. Le *Code de conduite de Téléfilm Canada* est disponible sur demande pour le grand public. De plus, durant l'exercice 2012-2013 et conformément aux normes établies par le Conseil du Trésor, Téléfilm a adopté une nouvelle *Politique sur les conflits d'intérêts et l'après-mandat*, laquelle remplacera le *Code régissant les conflits d'intérêts et l'après-mandat* actuel à compter du 1<sup>er</sup> avril 2013.

## PLAINTES FORMELLES

Téléfilm a mis en place pour ses clients une procédure de plainte formelle en plus des mécanismes prévus dans sa *Charte de services aux clients*. Par ailleurs, conformément à la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles*, les employés de Téléfilm ainsi que les membres du public peuvent faire une divulgation en suivant la procédure décrite dans le site Web du Commissariat à l'intégrité du secteur public du Canada s'ils croient qu'un acte répréhensible a été commis ou est sur le point de l'être. À cet égard, aucune plainte ni divulgation d'acte répréhensible ne fut déposée au cours de l'exercice 2012-2013.

## ACTIVITÉS DE COMMUNICATIONS ET DE MARKETING

Conformément à son mandat en matière de promotion des productions et des talents canadiens, Téléfilm a continué de renforcer ses activités de communications et de marketing, au pays et à l'étranger.

### RELATIONS STRATÉGIQUES AVEC LES INTERVENANTS

Notre conseil d'administration et notre comité de direction jouent un rôle clé comme représentants de la Société et de l'industrie audiovisuelle canadienne. À ce titre, nos cadres supérieurs ont assisté à différents événements durant l'exercice financier, dont les festivals de films internationaux de Cannes, Palm Springs, Toronto, et Shanghai, ainsi que les festivals canadiens de St. John's, Calgary et Whistler, pour n'en nommer que quelques-uns. Ils ont également participé à d'importants événements de l'industrie, comme le Symposium sur la promotion du cinéma et de la télévision canadiens au pays et à l'international, le congrès 2012 de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) et l'initiative Canadian Front au MoMA à New York.

### Des outils de communications axés sur la promotion

Encore cette année, la Société a mis à la disposition des intervenants un ensemble d'outils de communications en ligne, comme *eTéléfilm*, *telefilm.ca*, *Twitter*, les fils *RSS* et les *avis à l'industrie*, afin qu'ils puissent obtenir l'information la plus à jour sur nos activités – notamment sur la promotion des talents canadiens – et nous faire part de leurs commentaires et de leurs réactions. Il est à noter que nos microsites créés spécialement pour les festivals internationaux, comme le MIPCOM et le Festival de Cannes, ont enregistré une croissance marquée du nombre de visiteurs durant l'année.

Téléfilm a aussi procédé au lancement de ses pages d'adeptes *Facebook*, où nous avons fait la promotion de contenu exclusif comme la série de vidéos *Talent mur à mur*, comprenant des entrevues avec des talents canadiens. En mars 2013, la version anglaise de notre page d'adeptes comptait déjà 1 000 abonnés.



La Société a également créé une nouvelle identité visuelle internationale pour le Canada et ses partenaires. Cette nouvelle approche créative, qui sera lancée à Cannes 2013, assure la cohérence de notre message et encadre les activités de promotion des talents et de l'industrie.

#### **Prendre le pouls de l'industrie**

Être toujours au courant des enjeux et des défis qui touchent l'industrie d'un océan à l'autre est demeuré l'une de nos grandes priorités durant l'exercice financier. Nous avons tenu des consultations dans plusieurs villes canadiennes avec différents segments de notre clientèle en prévision, notamment, de l'introduction des changements à nos programmes de financement. Plusieurs séances d'information ont également été organisées avec les intervenants et les clients de Téléfilm afin de bien cerner les enjeux et les occasions dans l'ensemble des régions du pays.

En outre, les *Groupes de travail du Fonds du long métrage du Canada*, constitués de représentants de différents syndicats, guildes et associations de l'industrie, se sont rencontrés en 2012-2013. Les deux groupes, créés pour les marchés francophone et anglophone, offrent chacun une tribune permettant de partager les points de vue, les besoins, les défis et les objectifs propres à chacun des deux marchés linguistiques.

#### **Des communications constantes avec le gouvernement**

Téléfilm maintient une communication étroite avec le ministère du Patrimoine canadien. Durant l'exercice financier, nos dirigeants ont rencontré régulièrement les représentants du ministère et d'autres représentants du gouvernement, afin de toujours garder le cap sur les objectifs de la politique gouvernementale.

#### **Assemblée publique annuelle**

Téléfilm a également tenu son Assemblée publique annuelle en novembre 2012 à Toronto afin de présenter les faits saillants de son *Rapport annuel 2011-2012*. Les Canadiens ont eu la possibilité d'interagir avec Michel Roy, président du conseil d'administration, Carole Brabant, directrice générale, ainsi qu'avec plusieurs membres du conseil et gestionnaires. Une vidéo de l'Assemblée publique annuelle comprenant une période de questions a également été mise en ligne sur [telefilm.ca](http://telefilm.ca).

# ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2013

47	RAPPORT DE LA DIRECTION
48	RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT
50	ÉTAT DES RÉSULTATS
51	ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE
52	ÉTAT DE LA VARIATION DES ACTIFS FINANCIERS NETS
53	ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE
54	NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS
64	ANNEXES A ET B



## 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 normes comptables canadiennes pour le secteur public. Les principales méthodes comptables sont énoncées à la note 2 aux états financiers. Lorsque cela est approprié, les états financiers 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 conçues 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<sup>er</sup> 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 leurs audits et pour évaluer leurs comptes rendus.

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 19 juin 2013



**Carolle Brabant**, CPA, CA, MBA  
Directrice générale



**Denis Pion**  
Directeur – Administration et Services d'entreprise



Auditor General of Canada  
Vérificateur général du Canada

# 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 l'état de la situation financière au 31 mars 2013, et l'état des résultats, l'état de la variation des actifs financiers nets 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 Normes comptables canadiennes pour le secteur public, 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**

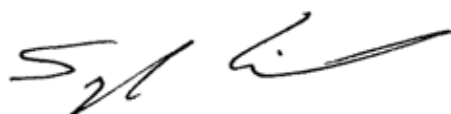
À mon avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de Téléfilm Canada au 31 mars 2013, ainsi que des résultats de ses activités, de la variation de ses actifs financiers nets et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

### **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 des Normes comptables canadiennes pour le secteur public 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 aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi sur Téléfilm Canada* ainsi qu'aux règlements administratifs de Téléfilm Canada.

Pour le vérificateur général du Canada,



**Sylvain Ricard**, CPA auditeur, CA  
vérificateur général adjoint

Le 19 juin 2013  
Montréal, Canada

# ÉTAT DES RÉSULTATS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Annexes	2013 Budget	2013	2012
<b>Dépenses de support</b>				
Développement de l'industrie audiovisuelle canadienne				
Aide à la production		63 947	65 536	65 276
Aide au développement		9 240	9 219	7 710
		73 187	74 755	72 986
Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger				
Aide à la distribution et mise en marché		13 863	13 183	13 600
Promotion		7 110	6 444	6 738
Participation aux événements internationaux		2 535	2 545	2 470
		23 508	22 172	22 808
		96 695	96 927	95 794
<b>Frais de fonctionnement et d'administration</b>	A	28 687	27 069	28 482
<b>Coût de l'exploitation</b>		125 382	123 996	124 276
<b>Revenus</b>				
Revenus d'investissements et récupérations				
		9 000	12 528	11 583
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada				
	B	10 559	10 143	10 012
Intérêts et autres revenus				
		–	205	110
		19 559	22 876	21 705
<b>Coût net de l'exploitation avant le financement gouvernemental</b>		105 823	101 120	102 571
<b>Financement gouvernemental</b>				
Crédit parlementaire		102 968	102 968	105 667
<b>Excédent (déficit) de l'exercice</b>		(2 855)	1 848	3 096
<b>Excédent accumulé au début de l'exercice</b>			14 221	11 125
<b>Excédent accumulé à la fin de l'exercice</b>			16 069	14 221

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

# ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Notes	2013	2012
<b>Actifs financiers</b>			
Montant à recevoir du Trésor	5	45 561	41 088
Trésorerie – Fonds des talents	3	36	–
Débiteurs	4, 5	2 572	4 010
À recevoir du Fonds des médias du Canada		2 973	2 636
		51 142	47 734
<b>Passifs</b>			
Créditeurs et charges à payer	5	2 066	1 572
Prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs		336	138
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	6	33 730	33 894
Passif au titre des avantages sociaux futurs	7	2 250	2 048
		38 382	37 652
<b>Actifs financiers nets</b>		12 760	10 082
<b>Actifs non financiers</b>			
Immobilisations corporelles	8	1 585	2 264
Charges payées d'avance		1 724	1 875
		3 309	4 139
<b>Excédent accumulé</b>		16 069	14 221

Engagements (note 10) et éventualités (note 11)

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

Approuvé par le Conseil :



**Michel Roy**  
Président

# ÉTAT DE LA VARIATION DES ACTIFS FINANCIERS NETS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	2013	2012
<b>Excédent de l'exercice</b>	<b>1 848</b>	3 096
<b>Opérations liées aux immobilisations corporelles</b>		
Amortissement	1 036	1 092
Acquisitions	(357)	(93)
<b>Autres opérations</b>		
Acquisitions des charges payées d'avance	(1 724)	(1 875)
Utilisation des charges payées d'avance	1 875	1 797
<b>Augmentation des actifs financiers nets</b>	<b>2 678</b>	4 017
<b>Actifs financiers nets au début de l'exercice</b>	<b>10 082</b>	6 065
<b>Actifs financiers nets à la fin de l'exercice</b>	<b>12 760</b>	10 082

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

# ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	2013	2012
<b>Activités de fonctionnement</b>		
Excédent de l'exercice	1 848	3 096
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Augmentation (diminution) du passif au titre des avantages sociaux futurs	202	(86)
Amortissement des immobilisations corporelles	1 036	1 092
	3 086	4 102
Variations des éléments financiers hors caisse :		
Diminution (augmentation) des débiteurs	1 438	(168)
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada	(337)	392
Augmentation (diminution) des créditeurs et charges à payer	494	(258)
Augmentation des prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs	198	138
Diminution des obligations relatives aux programmes d'aide financière	(164)	(186)
Diminution (augmentation) des charges payées d'avance	151	(78)
	4 866	3 942
<b>Activités d'investissement en immobilisations</b>		
Acquisitions	(357)	(93)
<b>Augmentation du montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents</b>	4 509	3 849
<b>Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents au début de l'exercice</b>	41 088	37 239
<b>Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents à la fin de l'exercice</b>	45 597	41 088
<b>Information supplémentaire présentée dans les activités de fonctionnement</b>		
Intérêts constatés	137	114

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

# NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2013

Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.

## 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. 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.

La Société est une société d'état assujettie, inter alia, 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<sup>er</sup> 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 lois de l'impôt sur le revenu.

## 2

### PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Ces états financiers ont été dressés par la direction selon les normes comptables canadiennes pour le secteur public (« NCCSP »). Les principales méthodes comptables suivies par la Société sont les suivantes :

#### A. INCERTITUDE RELATIVE À LA MESURE

La préparation d'états financiers selon les NCCSP exige que la direction établisse des estimations et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme dépenses et revenus pendant la période de déclaration. La provision pour créances irrécouvrables, la durée de vie des immobilisations corporelles, le passif au titre des avantages sociaux futurs et les éventualités sont les éléments les plus importants pour lesquels des estimations sont utilisées. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations de façon significative.

#### B. DÉPENSES DE SUPPORT

Les dépenses de support représentent l'ensemble de l'aide financière offerte par la Société pour le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne et le soutien promotionnel au contenu canadien au Canada et à l'étranger. Ces dépenses sont effectuées principalement par le biais d'investissements, d'avances à remboursement conditionnel, de subventions et de contributions. L'aide financière accordée est comptabilisée comme un paiement de transfert. La Société comptabilise l'aide financière aux résultats à titre de dépense de support dans l'exercice au cours duquel la dépense est autorisée et lorsque le requérant a satisfait aux critères d'admissibilité. La Société comptabilise à titre d'obligations relatives aux programmes d'aide financière, les sommes qu'elle s'est contractuellement engagée à verser.

Les investissements effectués dans les productions confèrent à la Société des droits d'auteurs et les avances sont effectuées via l'octroi de contrats d'aide aux développements de projets, d'aide à la production et d'aide à la distribution et à la mise en marché. Certaines avances sont convertibles en investissements en lieu et place du remboursement. Lorsque cela se produit, l'avance est convertie en investissement aux dépenses de support.



## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### C. REVENUS

#### i. Revenus d'investissement et récupérations

Les revenus d'investissement et les récupérations des avances effectuées en production correspondent au pourcentage des revenus de production stipulé aux ententes et contractuellement dû à la Société.

Les récupérations proviennent également du remboursement des autres avances à remboursement conditionnel consenties dont les conditions contractuelles ont été respectées. Ces montants sont enregistrés selon la méthode de la comptabilité d'exercice et les pertes sur créances irrécouvrables sont comptabilisées à titre de dépenses de support.

#### ii. Honoraires de gestion

Les honoraires de gestion correspondent au remboursement des coûts relatifs 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.

#### iii. Intérêts et autres revenus

Les intérêts et autres revenus sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

### D. FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL

La Société obtient son financement par le biais d'un crédit parlementaire. Ce financement ne comportant aucune stipulation grevant son utilisation, il est comptabilisé à titre de financement gouvernemental aux résultats jusqu'à concurrence du montant autorisé lorsque les conditions d'admissibilité sont satisfaites.

### E. FONDS DES TALENTS

Le Fonds des talents (le « Fonds ») a été créé en mars 2012 et ses opérations font partie intégrante des activités de la Société. Le Fonds vise notamment à soutenir les œuvres canadiennes et à effectuer la promotion des talents canadiens par l'entremise des programmes de la Société. Le Fonds recueille ses revenus de dons d'individus et d'entreprises. Ces dons sont déposés dans un compte de trésorerie distinct présenté sous la rubrique Trésorerie – Fonds des talents à l'état de la situation financière. Les dons ne sont pas grevés d'affectation d'origine externe et ils sont constatés à titre de revenus dans l'exercice au cours duquel ils sont encaissés. En vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, les revenus d'investissements et de récupérations issus des projets financés par le Fonds sont mis à la disposition de la Société pour financer l'ensemble des dépenses de support.

### F. MONTANT À RECEVOIR DU TRÉSOR

Le Montant à recevoir du Trésor comprend le résultat de l'ensemble des opérations bancaires de la Société traitées par le Receveur général du Canada.

### G. TRÉSORERIE – FONDS DES TALENTS

La trésorerie du Fonds des talents se compose du solde de trésorerie issu de la collecte des dons. Cette trésorerie sert au financement des projets et activités soutenues par le Fonds.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### H. ACTIFS FINANCIERS ET PASSIFS FINANCIERS

Les instruments financiers de la Société sont tous comptabilisés au coût ou au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif à l'état de la situation financière. Les actifs financiers sont constitués des éléments d'actifs qui pourraient être consacrés à rembourser les passifs existants ou à financer des activités futures. À la fin de chaque exercice, la Société évalue s'il existe une indication objective de dépréciation des actifs financiers ou des groupes d'actifs financiers. Si une telle indication existe, la valeur comptable de l'instrument financier est réduite pour tenir compte de cette moins-value.

La Société détient les actifs financiers suivants inscrits nets des provisions pour créances irrécouvrables :

- Débiteurs liés aux investissements et aux avances à remboursement conditionnel;
- Montant à recevoir du Fonds des médias du Canada.

Les passifs financiers sont constitués des créateurs et charges à payer, des prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs et des obligations relatives aux programmes d'aide financière de la Société.

### I. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

#### i. Régime de retraite

Les employés admissibles participent au Régime de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Ce régime de retraite 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 constatées dans 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.

#### ii. Indemnités de départ

Les employés admissibles ont droit à des indemnités de départ tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces indemnités est constaté 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.

#### iii. Congés de maladie

Les employés ont droit à des jours de congés de maladie tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Les jours de congés de maladie non utilisés s'accumulent mais ne sont pas monnayables. Le coût de ces journées est constaté aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées. L'obligation est calculée à une valeur actuelle selon les hypothèses les plus probables de la direction en matière de la probabilité d'utilisation des congés de maladie accumulés, d'évolution des salaires, de l'âge des employés, de la probabilité de départ, de l'âge de la retraite et du taux d'actualisation. Ces hypothèses sont révisées annuellement.

#### iv. Congés parentaux

Les employés ont droit à des congés parentaux tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. La Société offre aux employés des prestations additionnelles à celles offertes par l'assurance-emploi jusqu'à un pourcentage déterminé du salaire brut de l'employé. La Société constate un passif pour la durée entière du congé parental au moment où l'employé présente une demande et signe l'entente en vertu des conditions d'emploi établies.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### J. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties linéairement en fonction de leur durée de vie utile respective selon les taux suivants :

Actifs	Taux
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
Logiciels	14 % et 20 %

Les éléments d'actif liés 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 sont amorties conformément à la politique de la Société.

## 3

### FONDS DES TALENTS

Au cours du présent exercice, la Société a assumé des dépenses de mise en oeuvre d'un montant de 192 000 \$ et les dons recueillis s'élèvent à 36 000 \$.

## 4

### DÉBITEURS

	31 mars 2013	31 mars 2012
Débiteurs liés aux revenus d'investissements et récupérations	1 448	1 716
Taxes à récupérer	680	1 754
Autres débiteurs	444	540
	<b>2 572</b>	<b>4 010</b>

## 5

### ACTIFS ET PASSIFS AFFECTÉS PAR LE FONDS DES NOUVEAUX MÉDIAS DU CANADA

En vertu d'ententes de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien applicables à l'exercice 2007-2008 et aux exercices subséquents, tous les encaissements futurs issus des projets financés antérieurement par le biais du Fonds des nouveaux médias du Canada doivent être retournés au Receveur général du Canada. Les actifs et passifs sont ainsi grevés d'une affectation d'origine externe.

	31 mars 2013	31 mars 2012
Montant à recevoir du Trésor	74	–
Débiteurs	300	319
Créditeurs et charges à payer	374	319

## 6

### OBLIGATIONS RELATIVES AUX PROGRAMMES D'AIDE FINANCIÈRE

La Société s'est contractuellement engagée à verser des sommes dans le cadre de ses programmes d'aide financière. Le tableau suivant présente les paiements prévus au cours des prochains exercices :

	2014	2015	Total
<b>Exercices de signature des contrats</b>			
2009 et antérieurs	744	–	744
2010	189	–	189
2011	1 228	–	1 228
2012	4 674	67	4 741
2013	24 959	1 869	26 828
	31 794	1 936	33 730

## 7

### PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

	Indemnités de départ	Congés maladies	Congés parentaux	Total
<b>Solde au 31 mars 2011</b>	1 420	490	224	2 134
Coût des services rendus au cours de l'exercice	182	45	140	367
Indemnités versées au cours de l'exercice	(170)	(78)	(205)	(453)
<b>Solde au 31 mars 2012</b>	1 432	457	159	2 048
Coût des services rendus au cours de l'exercice	297	189	84	570
Indemnités versées au cours de l'exercice	(119)	(100)	(149)	(368)
<b>Solde au 31 mars 2013</b>	1 610	546	94	2 250

#### A. OBLIGATION AU TITRE DES INDEMNITÉS DE DÉPART

La Société paie des indemnités de départ à ses employés admissibles fondées sur la nature du départ, les années de service et le salaire en fin d'emploi. Ce régime 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 2,50 % (2,75 % en 2012), un taux d'actualisation de 3,00 % (3,75 % en 2012), une probabilité de départ des employés de 10,00 % avant l'âge de 55 ans et l'âge de 60 ans (59 ans en 2012) comme hypothèse de départ à la retraite.

Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement.

## 7. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

### B. OBLIGATION AU TITRE DES CONGÉS DE MALADIE

La Société offre à ses employés des indemnités de congés de maladie en fonction de leur salaire et des droits accumulés au cours de leurs années de service. Ces droits sont reportables mais non monnayables. Ce régime ne détient aucun actif et présente un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées.

Pour calculer l'obligation au titre des congés de maladie, la Société utilise un salaire journalier moyen de 286 \$ (268 \$ en 2012), un taux d'augmentation des salaires de 2,50 % (2,75 % en 2012), un taux d'utilisation annuel moyen de 3,00 %, un taux d'actualisation de 3,00 % (3,75 % en 2012) et un taux de départ de 10,00 %. Les prestations seront payées à même les crédits parlementaires futurs.

### C. OBLIGATION AU TITRE DES CONGÉS PARENTAUX

La Société verse des prestations qui équivalent à la différence entre le montant brut des prestations d'assurance-emploi et 93,00 % du salaire brut de l'employé. Les prestations seront payées à même les crédits parlementaires futurs.

### D. 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 sont basées sur un multiple des cotisations versées par les employés.

Les cotisations versées par la Société et ses employés au Régime de retraite de la fonction publique se sont élevées à :

	31 mars 2013	31 mars 2012
Cotisations de la Société	1 967	2 042
Cotisations des employés	1 136	1 095

Il n'y a eu aucun changement significatif aux régimes d'avantages sociaux durant l'année.

## 8

## IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	31 mars 2012	Acquisitions	31 mars 2013
<b>Améliorations locatives</b>			
Coût	4 595	–	4 595
Amortissement	(3 367)	(543)	(3 910)
	1 228	(543)	685
<b>Équipements technologiques et mobiliers</b>			
Coût	1 143	–	1 143
Amortissement	(751)	(112)	(863)
	392	(112)	280
<b>Logiciels</b>			
Coût	14 655	45	14 700
Amortissement	(14 011)	(381)	(14 392)
	644	(336)	308
<b>Travaux en cours</b>			
Coût	–	312	312
<b>Valeur nette comptable</b>	2 264	(679)	1 585

## 9

## INSTRUMENTS FINANCIERS

## A. JUSTE VALEUR

Les débiteurs, le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada, les créiteurs et charges à payer, les prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs et les obligations relatives aux programmes d'aide financière font partie du cours normal des activités de la Société.

Ces instruments financiers sont évalués au coût ou au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif. La Société ne détient aucun dérivé ou instrument de capitaux propres donc aucune évaluation à la juste valeur n'est requise. Conséquemment, la Société n'a pas préparé d'état des gains et pertes de réévaluation.

## 9. INSTRUMENTS FINANCIERS (SUITE)

### B. 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.

#### i. 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 les échéances 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.

#### ii. Risque de liquidité

La Société est exposée au risque de liquidité en raison de ses engagements contractuels (note 10) et de ses passifs financiers; créiteurs et charges à payer, prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs, obligations relatives aux programmes d'aide financière (note 6) et passif au titre des avantages sociaux futurs (note 7). Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des créiteurs et charges à payer au 31 mars 2013 :

	31 mars 2013	31 mars 2012
1-30 jours	1 864	1 379
31-90 jours	-	-
91 jours à 1 an	202	193
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuels	2 066	1 572

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.

#### iii. Risque de crédit

Les instruments financiers qui pourraient assujettir la Société à un risque de concentration de crédit se composent principalement des débiteurs et du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada.

## 9. INSTRUMENTS FINANCIERS (SUITE)

### DÉBITEURS

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 2013, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux débiteurs correspond à leur valeur comptable. La Société effectue une analyse individuelle des débiteurs pour déterminer la provision pour créances irrécouvrables. Les facteurs pris en considération pour déterminer la dépréciation sont l'âge de la créance, l'historique de paiement et le respect de l'entente de remboursement en cours, le cas échéant. La Société ne détient aucune garantie à l'égard de ses créances. Le détail des débiteurs par échéance et les provisions pour créances irrécouvrables afférentes sont constitués de la manière suivante :

	31 mars 2013	31 mars 2012
Courant – 30 jours	1 332	2 472
31-90 jours	720	1 091
91 jours et plus	1 367	1 399
<b>Débiteurs – Bruts</b>	<b>3 419</b>	4 962
Provision pour créances irrécouvrables		
Solde au début de l'exercice	952	1 511
Dépense pour créances irrécouvrables	79	14
Débiteurs radiés et recouvrements	(184)	(573)
<b>Solde à la fin de l'exercice</b>	<b>847</b>	952
<b>Débiteurs – Nets</b>	<b>2 572</b>	4 010

### AUTRE DÉBITEUR

Le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada ne présente pas de risque de crédit car il s'agit de sommes à recouvrer d'un organisme subventionnaire relevant du ministère du Patrimoine canadien.

## 10

### ENGAGEMENTS

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 cinq prochains exercices s'établit comme suit :

	Total
2014	1 201
2015	1 332
2016	515
2017	495
2018	500
	4 043



# 11

## 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.

# 12

## 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 à la valeur d'échange.

# 13

## CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de 2011-2012 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2012-2013.

# 14

## DONNÉES BUDGÉTAIRES

Les données budgétaires ont été fournies à titre de comparaison et ont été dérivées d'estimations approuvées globalement par le conseil d'administration.

# ANNEXES A ET B

## AUTRES RENSEIGNEMENTS

### A. FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

	2013 Budget	2013	2012
Salaires et avantages sociaux	21 020	19 848	20 028
Location, taxes, chauffage et électricité	1 914	1 892	1 876
Honoraires professionnels	2 641	1 694	2 194
Technologies de l'information	1 334	1 242	1 218
Amortissement d'immobilisations corporelles	–	1 036	1 092
Frais de bureau	789	580	836
Voyages et accueil	648	553	703
Publicité et publications	341	224	535
	28 687	27 069	28 482

### B. COÛTS DES PROGRAMMES DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

	2013 Budget	2013	2012
<b>Salaires et avantages sociaux</b>			
Gestion, administration et livraison	6 199	5 914	5 840
Secteurs à services partagés	1 355	1 331	1 308
<b>Secteurs en support aux opérations</b>	2 790	2 727	2 668
<b>Autres coûts</b>	215	171	196
	10 559	10 143	10 012

Les coûts admissibles aux fins des honoraires de gestion sont définis dans l'entente de services avec le Fonds des médias du Canada.

#### 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 coûts salariaux inhérents 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 soit les services des finances et du secteur information, performance et risques.

#### SECTEURS EN SUPPORT AUX OPÉRATIONS

Ces coûts présentent les frais encourus pour supporter l'ensemble des employés attirés à la gestion, à l'administration et à la livraison des programmes ainsi que les employés offrant les services partagés. Ils correspondent aux coûts 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.

#### AUTRES COÛTS

Les autres coûts proviennent des frais, 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.

# RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

## COMITÉ HONORAIRE DU FONDS DES TALENTS

Fidèle à son engagement de valoriser et de promouvoir la réussite sur les plans commercial, culturel et industriel, Téléfilm ne cesse d'innover pour renforcer son rôle essentiel d'investisseur et offre à l'industrie canadienne un nouvel outil lui permettant de diversifier ses sources de financement. Le Fonds des talents est un véhicule qui a été créé pour stimuler la production cinématographique et favoriser le développement des talents canadiens. Le comité honoraire du Fonds regroupe des chefs de file du monde des affaires et du secteur communautaire provenant de l'ensemble du pays.



**David Aisenstat**  
Propriétaire et  
chef de la direction,  
Keg Restaurants Ltd.  
(Colombie-Britannique)



**Dr Anil Gupta**  
Directeur médical  
de la Cardiologie clinique,  
Trillium Health Centre  
(Ontario)



**Micheline Bouchard**  
Administratrice  
de sociétés  
(Québec)



**Carol R. Hill**  
Directrice des Communications  
pour Harvard Developments Inc.,  
une société Hill  
(Saskatchewan)



**Mark Dobbin**  
Fondateur et président,  
Killick Capital Inc.  
(Terre-Neuve-  
et-Labrador)



**Hartley Richardson, C.M., O.M.**  
Président et  
chef de la direction,  
James Richardson & Fils, Limitée  
(Manitoba)

## FILMS FINANCÉS PAR NOS PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION

### ET À LA POSTPRODUCTION

- 4 Soldats
- À la rescousse des zombies
- All the Wrong Reasons
- L'Amour au temps de la guerre civile
- Amsterdam
- L'ange gardien
- L'autre maison
- Baby, How'd We Ever Get This Way
- Bidonville
- The Birder
- The Brother
- Bunker 6
- Cas & Dylan
- Le Coq de St-Victor
- Cyanure
- Deadweight
- Debug
- Le démantèlement
- Deux Nuits/Two Nights
- Empire of Dirt
- The F Word
- Félix et Meira
- La garde
- Gerontophilia
- The Grand Seduction
- Hard Drive
- Hector and the Search for Happiness
- Hold Fast
- Hot Dog
- Hyena Road
- Il était une fois Les Boys
- I'll Follow You Down
- It Was You Charlie
- Une jeune fille
- Lac Mystère
- Lawrence & Holloman
- Looking is the Original Sin
- Louis Cyr
- La maison du pêcheur
- Meetings with a Young Poet
- Miraculum
- Moroccan Gigolos
- Naked Night Bike
- No Clue
- Our Man In Tehran
- Outcast
- The Oxbow Cure
- Path of Souls
- Picture Day
- Premier amour
- Queen of the Night
- Redakai, Conquer the Kairu
- The Reluctant Yogi
- Ressac
- Revolution
- Rhymes for Young Ghouls
- The Right Kind of Wrong
- Sarah préfère la course
- The Selected Works of T.S. Spivet
- Shana – The Wolf's Music
- Sitting on the Edge of Marlene
- Some Kind Of Love
- Stress Position
- That Burning Feeling
- The White Buffalo
- Tokyo Fiancee
- Tom à la ferme
- Trailer Park Boys III
- Tu dors Nicole
- Uvanga
- Vic+Flo ont vu un ours
- The World Before Her

## FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

- 388 Arletta Ave
- L'Affaire Dumont
- Antiviral
- L'Arbre et le nid
- Avant que mon cœur bascule
- A Beginner's Guide to Endings
- Bestiaire
- Blood Pressure
- Une bouteille dans la mer de Gaza
- Les Boys – le documentaire
- Breaking the Frame
- The Burlesque Assassins
- Camion
- Catimini
- China Heavyweight
- La cicatrice
- Columbarium
- Cosmopolis
- Cottage Country
- Crimes of Mike Recket
- Ces crimes sans honneur
- Les Criminelles
- Dérapages
- Diego Star
- The Dirties
- The Disappeared
- Eddie – The Sleepwalking Cannibal
- L'EMPIRE BO\$\$É
- The End of Time
- Esimésac
- Ferocious
- Foreverland
- The Good Lie (aka Rose by Name)
- The Hat Goes Wild
- Hit 'n Strum
- Home Again
- Hors les murs
- I'm Yours
- Inch'Allah
- Inescapable
- Karakara
- Kayan
- Keyhole
- The Last Will and Testament of Rosalind Leigh
- Laurence Anyways
- Le Jour des corneilles
- La Légende de Sarila
- Les manèges humains
- The Lesser Blessed
- A Little Bit Zombie
- Liverpool
- Lucky 7
- Lunarcy!
- Mad Ship
- Le magasin des suicides
- Mama
- Mars et Avril
- Le météore
- Midnight's Children
- La mise à l'aveugle
- Molly Maxwell
- Blackbird
- The Moth Diaries
- Moving Day
- My Awkward Sexual Adventure
- Le Nord au cœur
- Omertà
- Path of Souls
- Les Pee Wee 3D
- La peur de l'eau (On finit toujours par payer)
- La poubelle province
- Random Acts of Romance
- Rebelle (Komona)
- Replicas
- Revolution
- Roche, papier, ciseaux...
- Roméo Onze (Grandes espérances)
- Rouge sang
- The Samaritan
- The Sheepdogs: Have At It
- Silent Hill: Revelation 3D
- Sisters&Brothers
- Still Mine
- To Make a Farm
- Le torrent
- Toucher le ciel
- Tout ce que tu possèdes
- Tower
- La vallée des larmes
- Vic+Flo ont vu un ours
- Le Vieil âge et le rire
- Waking the Green Tiger
- We Ain't Rich or Famous but We Are the Happy Pals
- Winnie

## FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS

### PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

- Toronto International Film Festival – 2012
- Vancouver International Film Festival – 2012
- Festival des Films du Monde – 2012
- Yorkton Film Festival – 2012
- Atlantic Film Festival – 2012
- St. John's International Women's Film Festival – 2012
- Festival International du Film pour Enfants de Montréal – 2013
- Festival International du Film sur l'Art (FIFA) – 2013
- Cinéfranco – 2013
- Cinémental – 2012
- Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue – 2012
- Festival du film de l'Outaouais – 2013
- Festival du film et de la vidéo autochtone de Montréal – 2013
- Festival du nouveau cinéma – 2012
- Festival Fantasia – 2012
- Festival international de cinéma jeunesse de Rimouski – 2012
- Festival international de cinéma Vues d'Afrique
- Festival international du cinéma francophone en Acadie – 2012
- Percéides – Festival international de cinéma et d'art de Percé – 2012
- Regard sur le court métrage au Saguenay – 2013 / 9<sup>e</sup> Marché du court métrage
- Rencontres internationales du documentaire de Montréal – 2012
- Rendez-vous du cinéma québécois – 2013
- Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver – 2013
- Toronto Reel Asian International Film Festival – 2012
- Hot Docs Festival and Hot Docs Forum & Market – 2013
- CaribbeanTales Youth Film Showcase – 2013
- Cinéfest Sudbury International Film Festival – 2012
- Images Festival – 2013
- imagineNATIVE Event – 2012
- Kingston Canadian Film Festival – 2013
- Ottawa International Animation Festival – 2012
- ReelWorld Film Festival – 2013
- Windsor International Film Festival – 2012
- DOXA Documentary Film Festival – 2013
- Available Light Film Festival – 2013
- Calgary International Film Festival – 2012
- Dreamspeakers International Aboriginal Film Festival – Dreamtalkers – 2012
- Edmonton International Film Festival – 2012
- Freeze Frame 18<sup>th</sup> Annual International Film Festival for Kids of All Ages – 2013
- Gimli Film Festival – 2012
- Reel 2 Real International Film Festival for Youth – 2013
- Victoria Film Festival and SpringBoard – 2013
- Whistler Film Festival and Whistler Summit – 2012
- Yorkton Short Film & Video Festival – 2013

## FESTIVALS DE FILMS, MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

### AUXQUELS TÉLÉFILM A ASSISTÉ

- MIPTV
- MIPCOM
- Festival de Cannes / Marché du film
- Shanghai International Film Festival
- Karlovy Vary International Film Festival
- Mostra de Venise
- No Borders Independent Film Week
- Game Developers Conference
- Berlinale / European Film Market
- Canadian Front at the Museum of Modern Art in New York
- Sundance Film Festival
- Toronto International Film Festival
- Busan International Film Festival
- Cinéma du Québec à Paris
- Palm Springs International Film Festival
- American Film Market
- Locarno International Film Festival
- Miami International Film Festival
- Best Practice Exchange, an initiative of Ateliers du Cinéma Européen in partnership with Israel Film Fund
- Canada-UK Co-production Forum, presented by CMPA and BC Film + Media

## BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

### **Bureau de l'Atlantique (Halifax)**

1717, rue Barrington, 4<sup>e</sup> étage  
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2A4  
Téléphone : (902) 426-8425  
Sans frais : 1-800-565-1773  
Télécopieur : (902) 426-4445

### **Bureau de l'Ontario et du Nunavut (Toronto)**

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

### **Siège social – Bureau du Québec (Montréal)**

360, rue Saint-Jacques, bureau 500  
Courrier et livraison – bureau 600  
Montréal (Québec) H2Y 1P5  
Téléphone : (514) 283-6363  
Sans frais : 1-800-567-0890  
Télécopieur : (514) 283-8212

### **Bureau de l'Ouest (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 Canada  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISSN 1929-7637 (en ligne)  
Numéro de catalogue: CC370-2013F-PDF  
© ministère du Patrimoine canadien, 2013



[TELEFILM.CA](http://TELEFILM.CA)

**TELEFILM**  
C A N A D A

Canada