

***TALENT
SANS
FRONTIÈRES***

RAPPORT ANNUEL
2014-2015

TELEFILM
C A N A D A

Canada

1
4
6
8
10

FAITS SAILLANTS

À PROPOS DE TÉLÉFILM

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

REVUE ET ANALYSE DE GESTION

L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE

RÉALISATIONS ET PRIORITÉS

UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE – 2015-2018

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

REVUE FINANCIÈRE

GESTION DES RISQUES

41
45

FONDS DES TALENTS

GOVERNANCE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ DE DIRECTION

54
75

ÉTATS FINANCIERS

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES DE PRODUCTION

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES DE MISE EN MARCHÉ

FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

PRÉSENCE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DANS DES FESTIVALS DE FILMS, DES MARCHÉS
ET DES ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

FAITS SAILLANTS

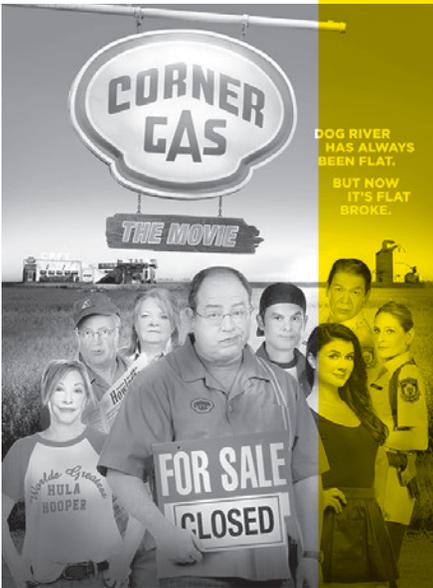
Les films canadiens ont ébloui les auditoires comme les critiques en 2014-2015, récoltant prix et éloges dans les grands festivals de films canadiens et internationaux. Tout au long de l'année, Téléfilm et ses partenaires ont veillé à ce que les talents canadiens soient en vedette dans des événements importants ayant eu lieu partout dans le monde.



UNE ANNÉE RECORD POUR LE CINÉMA CANADIEN SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE



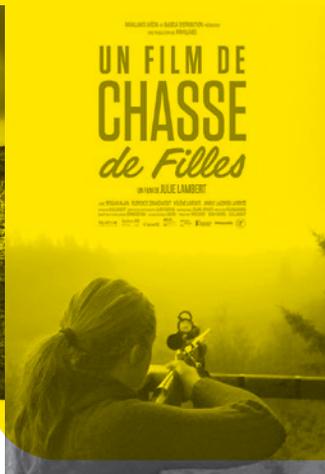
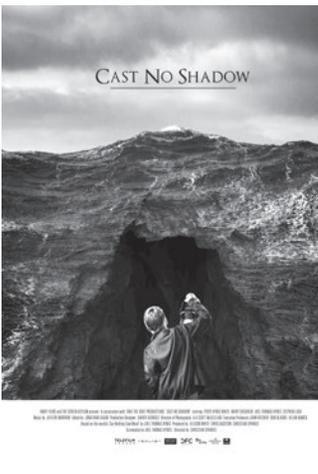
- Une première! Trois réalisateurs canadiens sont en lice pour la prestigieuse Palme d'or à Cannes en 2014 : David Cronenberg avec *Maps to the Stars*, Atom Egoyan avec *The Captive* et Xavier Dolan avec *Mommy*.
- L'année 2015 commence en force pour le cinéma canadien, neuf films de réalisateurs canadiens étant présentés au Festival international du film de Palm Springs.
- Dix films canadiens sont sélectionnés par le Festival du film de Sundance 2015 – un nombre record.
 - *Aloft*
 - *Le profil Amina*
 - *Brooklyn*
 - *Chorus*
 - *The Forbidden Room*
 - *The Games Maker*
 - *Hellions*
 - *How to Change the World*
 - *Turbo Kid*
 - *The Witch*
- *Félix et Meira* de Maxime Giroux remporte le prix du Meilleur film canadien au TIFF 2014, et est présenté dans d'autres festivals prestigieux.



REJOINDRE LES AUDITOIRES

- *Corner Gas: The Movie* attire plus de 7 millions de spectateurs grâce à son lancement multiplateformes novateur.
- Neuf films canadiens récoltent plus de 1 million de dollars chacun en recettes-guichet nationales.

- 1987
- *Brick Mansions*
- *The Captive*
- *Dr. Cabbie*
- *The F Word*
- *The Grand Seduction*
- *Mommy*
- *Pompeii*
- *Trailer Park Boys: Don't Legalize It*



LES TALENTS ÉMERGENTS SOUS LES PROJECTEURS

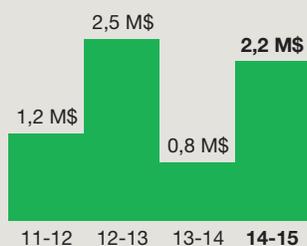
- Appuyés par le Programme de production à micro-budget de Téléfilm, les espoirs du cinéma canadien brillent sur la scène des festivals :
- *Cast no Shadow* de Christian Sparkes remporte 6 prix au 34^e Festival du film de l'Atlantique, dont ceux du Meilleur film, du Meilleur réalisateur et du Meilleur scénariste.
- Le documentaire *Un film de chasse de filles* de Julie Lambert récolte 3 prix au Festival de cinéma de la Ville de Québec.
- *The Editor* d'Adam Brooks et Matthew Kennedy est présenté dans plus de 20 festivals.

Les réalisations de Téléfilm en 2014-2015 lui ont permis d'assumer efficacement les quatre rôles clés définis dans son plan d'entreprise 2011-2015, *Valoriser la réussite culturelle*. En voici les faits saillants :

INVESTISSEUR

- Un volet accéléré est intégré dans le Programme d'aide à la production, maintenant plus flexible et plus efficient.
- Le Programme de mise en marché est restructuré afin d'accorder le financement selon une approche sélective, et est maintenant mieux adapté au marché en évolution.
- Les groupes minoritaires profitent d'un meilleur service de mentorat offert par le Programme d'aide au développement.
- Les communautés de langue officielle en situation minoritaire bénéficient d'un volet qui leur est maintenant consacré dans le Programme de production à micro-budget.

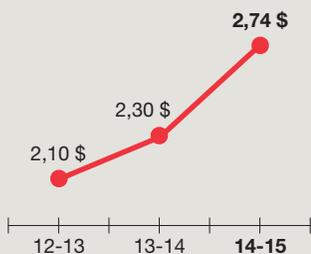
6,7 millions \$ d'économies budgétaires réinvesties dans les programmes de financement
 (depuis les quatre derniers exercices financiers)



PROMOTEUR

- Les talents canadiens sont en vedette lors d'événements signés Téléfilm, dont Talents en vue, Talent tout court, Perspective Canada et Eye on TIFF.
- De nouveaux événements B2C font parler d'eux, incluant le jeu-questionnaire Great Canadian Talent Faceoff au TIFF, le gala Canada Stars in Awards Season à Los Angeles et Le jour le plus Court, une célébration du court métrage.
- Les médias sociaux de Téléfilm continuent de gagner du terrain, attirant de nouveaux abonnés et favorisant les échanges en ligne.
- La collaboration entre Téléfilm et ses partenaires des secteurs privé et public continue de renforcer les efforts promotionnels.

Effet de levier – initiatives de promotion
 (ratio par dollar de Téléfilm)

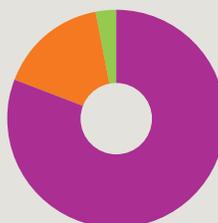


SOURCE DE RÉFÉRENCE

- Téléfilm lance son nouveau plan stratégique 2015-2018, [Du talent. À portée de vue.](#)
- Les résultats de nouvelles recherches sur l'auditoire sont communiqués à l'industrie.
- Téléfilm participe à des conférences et des ateliers interactifs de l'industrie réunissant des experts en matière d'engagement des auditoires.
- Téléfilm finance une étude sur le comportement des consommateurs axée sur le cinéma en collaboration avec l'Association cinématographique – Canada.

Où les Canadiens regardent des films

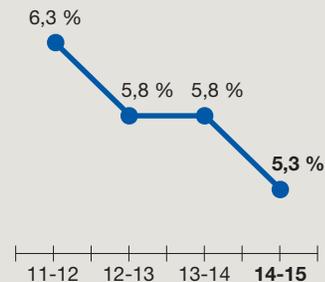
81 % À la maison **16 %** Cinéma **3 %** Mobile



EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

- 85 % des clients se disent satisfaits des services qu'ils reçoivent.
- Le Fonds des médias du Canada renouvelle son entente de services pour une durée de trois ans.
- Téléfilm obtient le Prix d'excellence 2014 en information financière pour les petites sociétés d'État décerné par les Comptables professionnels agréés du Canada.
- Téléfilm classée par la firme Gartner Consulting parmi les 25 % des entreprises les plus performantes dans une étude comparative qu'elle a menée sur l'utilisation des technologies de l'information.

Ratio de frais de gestion



À PROPOS DE TÉLÉFILM

NOTRE VISION

Des auditoires de partout exigeant du contenu multi-écrans canadien — accessible partout, en tout temps et 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 commercial, culturel et industriel.

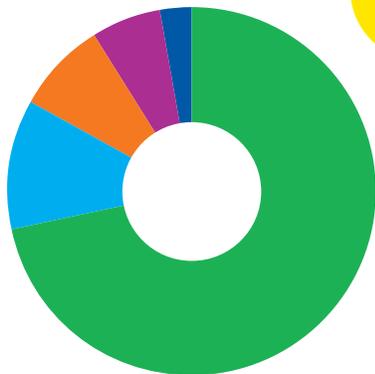
NOTRE TRAVAIL

Téléfilm Canada, c'est d'abord et avant tout une équipe formée de quelque 180 passionnés de contenu médiatique canadien voués à la réussite commerciale, culturelle et industrielle de l'industrie audiovisuelle canadienne. Au nom du gouvernement du Canada, en tant que société d'État, nous appuyons des entreprises dynamiques et des talents créatifs, offrant une aide financière à des projets cinématographiques canadiens et mettant en valeur le succès et les talents de l'industrie audiovisuelle canadienne dans des festivals, des marchés et des événements régionaux, nationaux et internationaux.

Nous administrons également les programmes de financement du Fonds des médias du Canada (FMC), qui totalisaient 365,6 millions de dollars pour l'exercice financier 2014-2015. Nous avons aussi la responsabilité de recommander au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles les projets susceptibles d'être reconnus comme des coproductions audiovisuelles régies par des traités. Notre siège social est à Montréal et nous desservons notre clientèle depuis nos quatre bureaux de Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax.

AIDE FINANCIÈRE

En 2014-2015, nos programmes de financement ont soutenu l'industrie audiovisuelle canadienne à hauteur de 89,1 millions de dollars :



- 68 %** 60,8 M\$ en aide à la production pour produire **87 longs métrages**
- 13 %** 11,3 M\$ en aide à la mise en marché de **87 long métrages**
- 9 %** 7,8 M\$ en aide au développement pour la création de **301 projets**
- 7 %** 6,4 M\$ pour des événements promotionnels au Canada, en appui à **42 festivals de films canadiens** et **97 événements et initiatives**
- 3 %** 2,8 M\$ pour la promotion de films canadiens dans **36 festivals, marchés et événements internationaux**

RESPONSABILITÉ

Un solide cadre de gouvernance permet au conseil d'administration et à la directrice générale de mener la Société vers l'atteinte de ses objectifs. La structure organisationnelle de Téléfilm est conçue de telle sorte que les services de l'organisation sont responsables auprès de la directrice générale de la mise en œuvre du plan d'entreprise (pour en savoir plus, consulter la section sur la Gouvernance).



NOS VALEURS

Téléfilm offre à ses employés un environnement de travail stimulant qui encourage des comportements qui reflètent nos quatre valeurs d'entreprise. En promouvant ces valeurs et grâce à notre cadre de gestion intégré (pour en savoir plus, consulter la section Revue et analyse de gestion), nous sommes en mesure d'attirer et de conserver une main-d'œuvre diversifiée au service de l'industrie audiovisuelle canadienne. De plus, nous mesurons notre succès en fonction de quatre valeurs fondamentales que nous mettons en pratique dans le cadre de nos relations les uns avec les autres et avec nos clients :

Respect

Engagement

Orientation client

Ouverture

GARDER LE CONTACT

En 2014-2015, Téléfilm a misé davantage sur les outils de communication en ligne comme Twitter, Facebook et Google+ afin d'informer le public et de promouvoir le succès des talents canadiens auprès de la population. Nous avons privilégié le portail eTéléfilm, le site telefilm.ca et les avis à l'industrie pour communiquer de l'information clé sur l'industrie aux intervenants, et pour faciliter le dépôt des demandes de financement en ligne pour nos clients. Ces plateformes et outils en ligne, efficaces et efficaces, sont essentiels pour véhiculer des messages importants et pour simplifier les processus de dépôt des demandes.

DES COMMUNICATIONS OUVERTES ET CONTINUES

L'organisation s'est engagée à consulter les différents membres de l'industrie, à les informer et à entretenir avec eux un dialogue ouvert et continu au sujet des occasions d'affaires, des défis et des changements. Que ce soit avec des producteurs ou des distributeurs de films, des télédiffuseurs, des associations professionnelles, des réalisateurs ou des scénaristes, nous gardons le contact d'un bout à l'autre du Canada grâce à trois principaux outils de communication :

- Séances de consultation et d'information à l'intention des membres de l'industrie;
- Présence dans des événements de l'industrie; et
- Entretiens face à face avec des intervenants de l'ensemble du pays.

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



« Il nous appartient de mieux comprendre cet environnement en pleine mutation et de faire preuve de créativité pour que les histoires d'ici soient accessibles, qu'elles puissent être découvertes, vues et reconnues partout, sur toutes les plateformes, ici et à l'étranger. »

Valoriser la réussite culturelle

Il y a quatre ans, dans le cadre de son plan d'entreprise 2011-2015, [Valoriser la réussite culturelle](#), Téléfilm Canada lançait le défi du changement à l'industrie audiovisuelle canadienne et sollicitait son engagement.

L'objectif était clairement de mieux rejoindre les auditoires canadiens et étrangers et, pour cela, il fallait stimuler la demande de contenu canadien, notamment en mettant l'accent sur la promotion du talent.

Jusque-là, les recettes-guichet avaient constitué la seule mesure de performance de notre cinéma. Cette définition était réductrice, puisque les salles de cinéma représentaient à peine 20 % des revenus des producteurs canadiens. Leurs œuvres étaient – et sont de plus en plus – vues et appréciées sur toutes sortes de plateformes qu'il aurait été impossible d'imaginer auparavant et qu'il devenait urgent de prendre en compte, au pays comme à l'étranger.

Oser changer

Il fallait oser changer. Et nous avons changé. Comme investisseur, promoteur, source de référence et administrateur.

Nous avons recentré nos efforts pour que l'excellence de notre cinéma soit davantage mise en valeur. Nous avons changé nos programmes. Simplifié nos processus. Accéléré nos décisions. Affuté nos outils de recherche. Nous avons lancé de nouvelles initiatives, comme la mise en place de l'Indice de réussite, tellement indispensable à la mesure réelle des succès de notre cinéma. Ou encore, comme le Programme de production à micro-budget pour la relève, incluant les talents autochtones et les talents en situation linguistique minoritaire.

Pour aider à diversifier les sources de financement, nous avons institué le Fonds des talents, un nouveau véhicule qui permet à des investisseurs privés d'appuyer financièrement notre production cinématographique. Du côté de la promotion, nous sommes partis à la conquête des auditoires dans toutes les régions du pays et sur la scène internationale, avec le soutien de généreux partenaires.

Du talent. À portée de vue.

Oui, nous avons changé. Mais le monde aussi a changé. Et continue de changer. La technologie a ouvert de nouveaux canaux d'écoute. On ne parle plus seulement du grand écran, mais de cinq écrans : la salle de cinéma, la télévision, la tablette, le téléphone intelligent et l'ordinateur. De nouveaux joueurs entrent en scène avec de nouveaux modèles d'affaires qui transforment les habitudes de consommation des produits culturels. Nous vivons à l'heure de la disponibilité immédiate de tout.

Il nous appartient de mieux comprendre cet environnement en pleine mutation et de faire preuve de créativité pour que les histoires d'ici soient accessibles, qu'elles puissent être découvertes, vues et reconnues partout, sur toutes les plateformes, ici et à l'étranger. À nous aussi d'établir des mesures de performance plus précises, plus fines, tenant compte de la valeur culturelle et économique des productions audiovisuelles. Désormais, c'est le nombre d'auditeurs qu'il faudra mesurer, en fonction des auditoires qui auront été ciblés, pour prendre la véritable mesure du succès d'une œuvre.

Intitulé *Du talent. À portée de vue.*, c'est à ces défis que veut répondre le nouveau plan stratégique 2015-2018 de Téléfilm. Bien sûr, ce plan est en continuité avec ce que nous avons entrepris depuis 2011. Il incarne la volonté d'arrimer tous les efforts à la conquête des auditoires en faisant preuve de créativité à tous les niveaux de la chaîne de production, de financement, de mise en marché et de distribution.

De toute évidence, Téléfilm va continuer à financer des films. À gérer des programmes. C'est sa principale raison d'être. Mais plus son unique raison d'être. La Société existe aujourd'hui pour aider une industrie à se développer et promouvoir l'excellence de son produit, pour la soutenir dans l'atteinte des objectifs visés : des œuvres percutantes; des auditoires ébahis et séduits; des talents reconnus; des joueurs solides; une industrie pérenne et en santé grâce à des ressources financières diversifiées.

Et la stratégie marque des points. Sur la scène internationale, le Canada est de plus en plus reconnu comme une nation créatrice de talent, comme un chef de file en matière de films indépendants. Plus tôt cette année, un nombre record de films canadiens ont été sélectionnés pour le Festival de Cannes et le Festival du film de Sundance. Au cours de l'exercice, neuf films ont enregistré des recettes-guichet de plus de 1 million de dollars chacun dans l'ensemble du pays. Le succès phénoménal de *Corner Gas: The Movie* a démontré que les stratégies multiplateformes et basées sur un dialogue continu avec des communautés de cinéphiles sont la voie de l'avenir.

Enfin, toutes les forces vives du milieu de l'industrie audiovisuelle devront continuer à collaborer étroitement et à innover pour que les œuvres de nos talentueux créateurs rejoignent leur public. Admettez que c'est un défi passionnant!

Remerciements

C'est un honneur de présider le conseil d'administration de Téléfilm, une équipe diversifiée d'administrateurs dévoués, expérimentés et hautement compétents. Je salue notamment la contribution des membres du conseil à l'élaboration du nouveau plan stratégique, de même qu'à la surveillance de la gestion financière et de la gouvernance de la Société. Également, je tiens à souligner l'engagement remarquable des membres du comité consultatif du Fonds des talents, présidé par monsieur Hartley T. Richardson de Winnipeg, au Manitoba.

Enfin, je remercie la directrice générale de Téléfilm, madame Carolle Brabant, les membres de son comité de direction et les employés de l'organisation qui font preuve d'une grande efficacité dans l'administration des fonds publics et privés confiés à Téléfilm.

Les créateurs canadiens maîtrisent l'art de raconter des histoires. Ils sont notre première source d'inspiration.



Michel Roy
Président du conseil d'administration

MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE



« Je suis impressionnée par tout ce qui a été accompli de 2011 à 2015, et aujourd’hui, l’avenir me semble plus prometteur que jamais. »

Innovation, ouverture, passion

Il y a quatre ans, Téléfilm s’engageait dans une nouvelle voie, effectuant un changement de cap majeur nécessitant beaucoup d’innovation, une grande ouverture et surtout, énormément de passion. Avec la collaboration des joueurs de l’industrie, je peux affirmer que nous avons réellement changé nos façons de faire. Durant la mise en application du plan d’entreprise 2011-2015, [Valoriser la réussite culturelle](#), Téléfilm a mis l’accent sur ses rôles d’investisseur, de promoteur, de source de référence et d’administrateur. Je suis impressionnée par tout ce qui a été accompli de 2011 à 2015, et aujourd’hui, l’avenir me semble plus prometteur que jamais.

Mettre l’accent sur le succès

Un des facteurs clés nous ayant permis d’opérer le changement avec efficacité et efficience fut le lancement de l’Indice de réussite, une mesure exhaustive qui tient compte du succès d’un film sur les plans commercial, culturel et industriel. Conformément à cette nouvelle mesure, et en étroite consultation avec nos clients, nous avons procédé à une refonte et à une consolidation de tous nos programmes de financement. Nous avons simplifié notre Programme d’aide au développement et reconnu le succès de nos clients, renforçant leur autonomie et leur responsabilité, tout en leur permettant d’effectuer de meilleures prévisions en matière de financement de projet. De plus, nous avons fait preuve d’innovation en mettant sur pied le Programme de production à micro-budget qui soutient annuellement une douzaine de projets de talents émergents, de cinéastes autochtones et de créateurs représentant les minorités linguistiques. Enfin, notre Programme d’aide à la production a été restructuré pour aller chercher plus de financement auprès du secteur privé, et la création du Fonds des talents nous a permis de diversifier nos sources de financement.

Un autre important changement entrepris par Téléfilm fut le développement de son rôle de promoteur. La maturité de l’industrie et la qualité des productions canadiennes nous ont permis, avec le soutien essentiel et enthousiaste de partenaires canadiens et étrangers, de passer d’un modèle de développement des affaires à un modèle axé sur la promotion de l’industrie. Jusqu’à présent, ce changement a entraîné des résultats extrêmement positifs : ensemble, nous avons créé un important *buzz* pour nos productions grâce aux nominations aux Oscars, l’industrie a été encensée par le *New York Times* et le Canada a connu des années records à Cannes et à Sundance, sans oublier le Prix du jury à Cannes décerné ex æquo à Xavier Dolan pour son chef-d’œuvre, *Mommy*. De plus, nous avons ouvert notre Programme de mise en marché pour permettre aux cinéastes de mieux rejoindre les auditoires et pour mieux soutenir les initiatives novatrices de l’industrie. Les résultats ont été excellents. Par exemple, le film *Corner Gas: The Movie*, lancé sur une période de trois semaines en décembre dernier, a attiré plus de sept millions de spectateurs sur de multiples plateformes.

Une administration efficiente

En plus de renforcer nos rôles d'investisseur et de promoteur, nous avons obtenu de très bons résultats sur le plan administratif et réalisé d'importantes économies. Au cours des quatre dernières années, nous avons réduit nos frais d'administration de 15 % et réinvesti nos économies budgétaires administratives annuelles – un montant cumulatif de 6,7 millions de dollars – dans nos programmes de financement. À cet égard, le ratio de frais de gestion pour 2014-2015 se situe à 5,3 %, le niveau le plus bas dans l'histoire de Téléfilm.

En outre, 85 % de nos clients ont dit être satisfaits des services qu'ils ont reçus, et le Fonds des médias du Canada a reconduit son entente de services avec Téléfilm pour une période de trois ans. C'est avec grand honneur que nous avons accepté le Prix d'excellence 2014 en information financière pour les petites sociétés d'État fédérales décerné par les Comptables professionnels agréés du Canada. Enfin, nous sommes heureux d'annoncer qu'en ce qui a trait aux gains d'efficacité en matière de technologie de l'information, nous nous situons dans la tranche supérieure de 25 % parmi des sociétés semblables, selon une analyse comparative réalisée par la firme Gartner Consulting.

Des défis stimulants

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous mettons en œuvre notre nouveau plan stratégique 2015-2018, *Du talent. À portée de vue*. Sous la gouverne de notre conseil d'administration, nous avons établi notre orientation stratégique pour les trois prochaines années et avons clairement défini nos priorités : reconnaissance de l'industrie, mise en marché, veille stratégique, financement, écosystème d'entreprises et excellence organisationnelle.

Nous allons continuer à consulter les clients et à suivre de près les conditions dans l'industrie audiovisuelle en constante évolution afin de nous assurer que nos programmes répondent réellement aux besoins de l'industrie et qu'ils encouragent l'innovation. Nous allons collaborer avec nos partenaires des secteurs public et privé pour renforcer nos efforts promotionnels et stimuler la demande des consommateurs de contenu, et allons promouvoir l'industrie et ses succès directement auprès des auditoires.

Nous allons également continuer à étudier et à communiquer les comportements évolutifs des consommateurs qui regardent du contenu et à souligner les meilleures pratiques dans le secteur du cinéma indépendant. Nous allons adapter l'Indice de réussite afin de mieux refléter les niveaux de visionnement des films canadiens. En misant sur le succès du Fonds des talents, nous allons diversifier de plus en plus les sources de financement à la disposition des cinéastes. Nous entendons travailler de concert avec l'industrie afin de solidifier l'écosystème sur lequel elle repose. Et nous allons faire tout cela en continuant à gérer les fonds publics efficacement et à offrir un service exemplaire à nos clients, tout en maximisant le financement dédié au développement, à la production et à la promotion du contenu. Enfin, c'est avec enthousiasme que nous allons mettre en œuvre notre entente de services avec le Fonds des médias du Canada.

Merci

J'aimerais remercier sincèrement le conseil d'administration, dirigé par Michel Roy, dont la supervision et le courage nous ont permis d'atteindre nos objectifs ambitieux.

Je tiens en outre à exprimer ma gratitude à nos employés, qui sont au service des créateurs et des citoyens canadiens dans le cadre de leur travail quotidien à Téléfilm. Sans leur dévouement, aucun des succès présentés dans le présent rapport annuel n'aurait été possible.

En terminant, j'offre une ovation debout aux talents de l'industrie canadienne. Leur créativité et leur esprit novateur me motivent, ainsi que toute l'équipe de Téléfilm, à poursuivre notre mission avec excellence.



Carolle Brabant, FCPA, FCA, MBA
Directrice générale

REVUE ET ANALYSE DE GESTION

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 2014-2015. 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. Elle présente un contexte qualitatif et un portrait complet de la performance de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir. La Revue et analyse de gestion a été approuvée par le comité de direction et la directrice générale, et a été approuvée par le conseil d'administration à la suite de la recommandation du comité d'audit et des finances.

11	L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES
13	MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE
16	RÉALISATIONS ET PRIORITÉS
21	UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE – 2015-2018
24	OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
29	REVUE FINANCIÈRE
38	GESTION DES RISQUES

L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

L'ÉCONOMIE CANADIENNE

L'économie canadienne a progressé en 2014, le produit intérieur brut (PIB) ayant augmenté de 2,5 %¹. Le taux de croissance du PIB canadien est donc supérieur à celui de 2,0 % enregistré en 2013, et dépasse aussi celui de la plupart des pays membres de l'OCDE, qui a augmenté de 1,8 % en 2014 par rapport au niveau de 2013².

LE SECTEUR DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE AU CANADA

Le volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, y compris les tournages étrangers et la production de services, a légèrement augmenté en 2013-2014 pour se situer à 5,9 milliards de dollars³. Le sous-ensemble que représente le volume total de la production de films canadiens a atteint 376 millions de dollars, une hausse de 4 % par rapport à 2012-2013. Des budgets de production moyens plus élevés, ayant augmenté à 5,3 millions de dollars en 2013-2014 (4,0 millions de dollars en 2012-2013), conjugués à une réduction du nombre de films produits (84 versus 93 en 2012-2013), ont donné lieu à une croissance globale du volume de production, mesuré en dollars. La production de films en anglais est à l'origine de cette hausse, le marché de langue française étant demeuré inchangé. L'industrie canadienne du cinéma a employé 3 200 travailleurs à temps plein et créé 4 900 emplois indirects en 2013-2014, ce qui représente une légère hausse par rapport à l'année précédente⁴.

RECETTES-GUICHET ET AUTRES PLATEFORMES

Les recettes-guichet enregistrées à l'échelle mondiale ont encore établi de nouveaux records en 2014⁴, les ventes de billets atteignant près de 36,4 milliards de dollars. Cette croissance est attribuable principalement à la région Asie-Pacifique, où les recettes-guichet ont enregistré une hausse de 12 % par rapport à 2013. En Chine, les recettes-guichet sont maintenant évaluées à 4,8 milliards de dollars, une hausse de 34 % en regard de 2013. Ce marché est devenu le premier, à l'extérieur de l'Amérique du Nord, où les recettes-guichet ont franchi le cap des 4 milliards de dollars⁵.

Au Canada, les recettes-guichet ont accusé une baisse en 2014 par rapport à l'année précédente, les ventes totales se chiffrant à 946 millions de dollars, soit une réduction de 8,2 % comparativement à 2013. Les recettes-guichet au Canada ont atteint un sommet en 2012 avec des ventes de 1,1 milliard de dollars. Depuis lors, cependant, il y a eu une baisse cumulative de 13,5 % des recettes. Les superproductions des studios ont récolté 752 millions de dollars en recettes-guichet au Canada, alors que les films indépendants ont amassé 194 millions de dollars. Les films canadiens ont obtenu une part de 15 % du marché national indépendant, équivalant à plus de 28 millions de dollars en recettes-guichet au pays. En 2014, 747 films ont été lancés sur le marché canadien (610 films américains et étrangers et 137 canadiens), une légère baisse par rapport aux niveaux de 2013.

Plus de 80 % des films sont regardés par les Canadiens à la maison. La télévision est de loin la plateforme la plus utilisée pour regarder des films, quoique les méthodes de visionnement par le truchement de la télévision évoluent rapidement. La télévision traditionnelle en direct demeure la plus populaire, les appareils d'enregistrement vidéo personnels gagnant du terrain. Comme de nombreux consommateurs vont maintenant sur Internet au moyen de la télévision, d'un ordinateur ou d'une tablette, la lecture en continu – qu'elle soit gratuite ou payée par abonnement ou par transaction – occupe le deuxième rang comme plateforme de choix des cinéphiles canadiens. Environ 30 % des consommateurs canadiens utilisent des services payants de lecture en continu une fois par mois ou plus (via des sources comme iTunes, Netflix, Club illico, shomi et CraveTV, entre autres) et 23 % des Canadiens utilisent la lecture en continu gratuite au moins une fois par mois (via des sources comme ICI Tou.tv et autres sites Web de télédiffuseurs, entre autres). Permettre aux Canadiens d'avoir le contrôle quant au contenu qu'ils veulent regarder et d'y avoir accès facilement représente l'une des clés du succès dans les conditions actuelles du marché⁶.

1. Statistique Canada : [Comptes économiques canadiens, quatrième trimestre de 2014 et décembre 2014](#).
2. OCDE : Canada – Résumé des projections économiques (novembre 2014).
3. CMPA : [Profil 2014](#), 2013-2014 représente l'information la plus à jour pour le secteur de la production audiovisuelle au Canada.
4. Les chiffres relatifs aux recettes-guichet sont basés sur l'année civile.
5. Motion Picture Association of America : [Theatrical Market Statistics 2014](#).
6. Analyse de Téléfilm basée sur un sondage mené par Ad Hoc Research.

COPRODUCTION

La coproduction audiovisuelle régie par des traités s'est révélée très utile aux producteurs canadiens, leur permettant d'obtenir une participation financière de sources étrangères et de promouvoir et d'exporter les talents canadiens sur la scène internationale. En 2014⁷, Téléfilm a recommandé la certification de 67 coproductions audiovisuelles régies par des traités au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles. Les budgets de production totaux pour ces projets s'élevaient à 527 millions de dollars. Ces recommandations, impliquant 18 pays partenaires, touchaient la production télévisuelle, avec 41 recommandations, et la production cinématographique, avec 26 recommandations. En 2014, le Canada a participé à 38 coproductions audiovisuelles régies par des traités en tant que partenaire minoritaire, à 28 coproductions en tant que partenaire majoritaire, et à une coproduction où le partenariat était égalitaire. En termes de répartition linguistique, les productions de langue anglaise représentaient plus de 80 % de l'ensemble des projets, les productions de langue française comptant pour moins de 20 %. En ce qui concerne l'aide financière accordée par l'entremise de ses programmes, Téléfilm a financé 13 coproductions durant l'exercice financier 2014-2015, pour un investissement total de 14,6 millions de dollars. Ce niveau d'activité correspond à ceux qui ont été observés au cours des cinq dernières années. Dans l'ensemble, les tendances sur cinq ans en matière de coproduction demeurent stables en ce qui a trait au nombre de productions et aux budgets.

En 2014, le traité de coproduction audiovisuelle entre le Canada et l'Inde est entré en vigueur, faisant de l'Inde le 54^e pays partenaire du Canada. Téléfilm a affiché des nouveaux principes directeurs pour l'administration de ce traité.

7. Les chiffres relatifs aux recommandations des coproductions sont basés sur l'année civile.

MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE

L'exercice financier 2014-2015 est la quatrième et dernière année du plan d'entreprise de Téléfilm, [Valoriser la réussite culturelle](#). Depuis le lancement du plan en 2011-2012, Téléfilm a réalisé d'importants progrès en ce qui concerne ses quatre piliers stratégiques. Voici les étapes clés que nous avons franchies relativement à chacun de ces piliers :

MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR			
Lancement en 2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<ul style="list-style-type: none"> - Consultation des joueurs de l'industrie sur le financement des programmes - Lancement du Fonds des talents 	<ul style="list-style-type: none"> - Refonte et lancement des programmes de développement et de promotion - Ajout du nouveau Programme de production à micro-budget - Création du comité consultatif du Fonds des talents - Sondage auprès des clients sur les changements apportés aux programmes 	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement des programmes de production et de mise en marché remaniés - Obtention d'avantages tangibles par le Fonds des talents, à la suite de l'acquisition d'Astral Media par Bell Média et Corus Entertainment, équivalant à 13,7 millions de dollars sur une période de sept ans 	<ul style="list-style-type: none"> - Refonte du Programme de mise en marché pour accorder le financement en fonction d'une approche sélective - Intégration du volet accéléré dans le Programme d'aide à la production - Meilleur service de mentorat offert aux groupes minoritaires dans le cadre du Programme d'aide au développement - Ajout d'un nouveau volet dans le Programme de production à micro-budget dédié spécialement aux communautés de langue officielle en situation minoritaire - Tenue d'événements-bénéfice pour le Fonds des talents à Halifax, à Palm Springs et à Los Angeles - Finalisation de la refonte majeure des programmes

DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR

Lancement en 2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<ul style="list-style-type: none"> - Téléfilm prend le virage de promoteur de talents - Accent mis sur les communications en ligne et les médias sociaux - Création d'événements signés Téléfilm et de la série des Soirées cinéma au Canada 	<ul style="list-style-type: none"> - Intégration d'une fonction marketing au secteur des communications - Augmentation de la couverture médiatique pour les talents canadiens - Lancement de la page d'adeptes Facebook - Tenue d'événements signés Téléfilm dans les grands festivals - Création de nouveaux partenariats - Dévoilement de la marque internationale de Téléfilm, See Big. Voir Grand au MIPCOM 	<ul style="list-style-type: none"> - Création de nouvelles initiatives de promotion, dont le Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film, présenté durant le TIFF, et Canada Stars in Awards Season, qui a eu lieu avant la cérémonie des Oscars - Lancement sur les médias sociaux de la série <i>Talent mur à mur</i>, mettant en vedette des personnalités canadiennes influentes - Création de #EyeonCanada avec des partenaires de l'ensemble du pays pour célébrer les histoires de réussite du Canada - Création du Jour le plus Court en partenariat avec la SODEC et l'ONF pour célébrer l'excellence des courts métrages canadiens 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de la popularité d'événements B2C, dont le jeu-questionnaire Great Canadian Talent Faceoff, présenté au TIFF, le gala Canada Stars in Awards Season à Los Angeles et Le Jour le plus Court, une célébration du court métrage - Augmentation du nombre d'adeptes et engagement accru sur les médias sociaux - Collaboration continue avec les partenaires des secteurs privé et public pour renforcer les efforts promotionnels - Mise en valeur des talents canadiens lors d'événements signés Téléfilm, dont Talents en vue, Talent tout court, Perspective Canada et Eye on TIFF



Photo: Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film



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

Lancement en 2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<ul style="list-style-type: none"> - Meilleure intégration du secteur stratégie et recherche dans la structure de l'organisation - Lancement de l'Indice de réussite - Création de partenariats avec des établissements de recherche 	<ul style="list-style-type: none"> - Intégration d'un pointage attribué au succès dans les décisions de financement - Intérêt suscité par l'Indice de réussite auprès d'organismes de financement internationaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Communication des conclusions d'une recherche sur les consommateurs aux intervenants de l'industrie par l'entremise d'ateliers et d'un panel, Understanding Canadian Film Consumers, organisé lors de la conférence Prime Time in Ottawa - Création d'un groupe de recherche avec des partenaires clés de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement du plan stratégique 2015-2018, <i>Du talent. À portée de vue.</i> - Tenue de séances d'information avec des groupes de l'industrie concernant une recherche sur les auditoires - Contribution à l'organisation de conférences et d'ateliers interactifs avec des experts en matière d'engagement des auditoires - Financement offert pour une étude sur le comportement du consommateur axée sur le cinéma en collaboration avec l'Association cinématographique - Canada

RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

Lancement en 2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<ul style="list-style-type: none"> - Réalignement des indicateurs de la Société sur les objectifs stratégiques - Transfert de l'excédent budgétaire administratif dans les programmes - Mise en application des recommandations de mandats d'audit interne 	<ul style="list-style-type: none"> - Respect du Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget fédéral 2012 - Diminution du ratio de frais de gestion, attestant de gains d'efficacité continus - Obtention de résultats positifs pour la satisfaction des clients à l'égard des nouveaux programmes 	<ul style="list-style-type: none"> - Mesure de l'engagement des employés - Maintien du ratio de frais de gestion au faible taux de 5,8 % - Dépassement de l'objectif quant aux résultats du sondage sur la satisfaction des clients - Établissement du plan stratégique sur la technologie de l'information 	<ul style="list-style-type: none"> - Taux peu élevé de 5,3 % pour le ratio de frais de gestion - Obtention par Téléfilm du Prix d'excellence 2014 en information financière pour les petites sociétés d'État fédérales décerné par les Comptables professionnels agréés du Canada - Mise en application d'une mesure plus large de la satisfaction des clients - Téléfilm classée par la firme Gartner Consulting parmi les 25 % des entreprises les plus performantes dans une étude comparative qu'elle a menée sur l'utilisation des technologies de l'information

RÉALISATIONS ET PRIORITÉS

Les réalisations des quatre dernières années nous ont permis de mettre en œuvre les orientations stratégiques établies, et les mesures mises en place seront l'assise du succès futur de notre nouveau [plan stratégique 2015-2018, *Du talent. À portée de vue.*](#)

MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE D'INVESTISSEUR

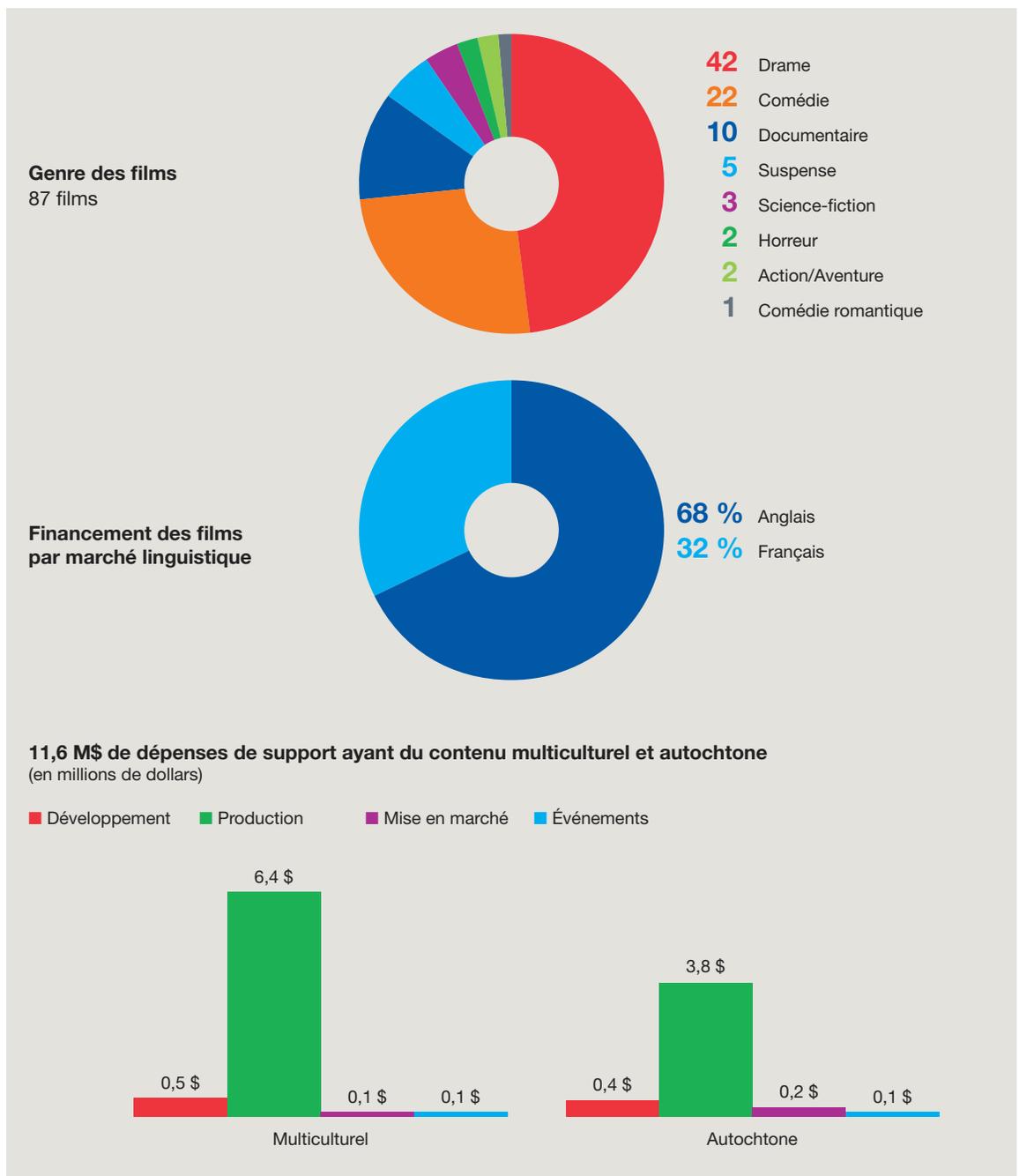
À la suite du lancement du plan d'entreprise 2011-2015, Téléfilm a procédé avec succès à la refonte de l'ensemble de ses programmes de financement afin de mieux servir l'industrie. Après la consolidation, le nombre de programmes est passé de 37 à 8. En 2014-2015, Téléfilm a finalisé les principaux changements, notamment :

- Le remplacement des enveloppes à la performance par un volet accéléré dans notre Programme d'aide à la production. Le nouveau processus répond mieux aux exigences financières de la production cinématographique, est plus flexible en termes d'engagements financiers et réduit les délais de la prise de décision;
- Le système des enveloppes des distributeurs fondées sur la performance du Programme de mise en marché a aussi été remanié et remplacé par un processus sélectif pour l'attribution du financement. Le nouveau programme est mieux adapté au marché en constante évolution, appuyant un plus large éventail de requérants et de dépenses admissibles afin d'inclure les plateformes numériques;
- Le Programme d'aide au développement a été modifié, offrant davantage de services de mentorat aux groupes minoritaires, dont les Autochtones, les anglophones du Québec et les francophones de l'extérieur du Québec; et
- Téléfilm a créé, dans le cadre du Programme de production à micro-budget, un volet supplémentaire pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), dans le but d'offrir du soutien et une visibilité à leurs créateurs et de favoriser l'accès du public à leur contenu par l'intermédiaire de réseaux de distribution novateurs.

Conformément à ce pilier stratégique, Téléfilm s'est également employée à augmenter le financement de l'industrie audiovisuelle canadienne :

- Lancé en 2012, le Fonds des talents a amassé depuis, 14 millions de dollars, principalement grâce aux ententes sur les avantages tangibles d'une durée de sept ans signées avec Bell Média et Corus Entertainment. Ce financement renforce grandement la position du Fonds des talents pour les années à venir.

Téléfilm finance différents projets représentant une grande diversité de voix canadiennes. Cela implique les genres cinématographiques, les marchés linguistiques et les communautés minoritaires. Les données de 2014-2015 sont les suivantes :



Principaux festivals et marchés internationaux :

- Festival de Cannes
- MIPCOM
- MIPTV
- Berlinale
- Festival international du film de Toronto (TIFF)
- Festival du film de Sundance

**DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR**

En 2014-2015, Téléfilm a continué d'élargir son rôle de promoteur du talent canadien. La Société s'efforce de rehausser le profil des créateurs canadiens afin de stimuler les ventes à l'international et la demande des auditoires du monde entier pour du contenu canadien. Téléfilm travaille de concert avec l'industrie audiovisuelle et ses partenaires des secteurs privé et public pour maximiser l'impact de ses efforts promotionnels et s'assurer que le succès des talents canadiens rayonne au pays comme à l'étranger. Les initiatives de l'exercice 2014-2015 sont les suivantes :

- **Promotion interentreprises**

Téléfilm a assuré une promotion dynamique des talents canadiens lors de 36 festivals et marchés de contenus internationaux afin de maximiser la reconnaissance des talents et l'exploitation commerciale. Les talents canadiens ont brillé sur la scène internationale, leurs films ayant été sélectionnés par 76 festivals internationaux où ils ont remporté 30 prix, engendrant énormément d'intérêt et des occasions de ventes dans le monde entier. Le Canada a connu une année record au Festival de Cannes où trois films canadiens faisaient partie de la sélection officielle, soit *Mommy* de Xavier Dolan, *Maps to the Stars* de David Cronenberg et *The Captive* d'Atom Egoyan.

Outre les sélections officielles dans des festivals, des événements signés Téléfilm, dont Talents en vue, Talent tout court et Perspective Canada, ont renforcé la notoriété des talents canadiens. Des événements Eye on TIFF ont eu lieu pour la première fois à New York et à Los Angeles, dans le but de créer un engouement pour les talents canadiens avant la tenue du festival de Toronto. Durant la semaine précédant la cérémonie des Oscars à Los Angeles, la deuxième édition de l'événement annuel Canada Stars in Awards Season, présentée en collaboration avec des partenaires de l'industrie et notre partenaire média [etalk Canada](#), a mis de l'avant l'excellence du Canada dans les industries créatives en rendant hommage aux plus grandes réalisations des talents canadiens au cours de la dernière année, incluant leurs mises en nomination aux Oscars et aux prix Écrans canadiens.

Les activités servant à encourager la coproduction avec le Canada constituent un élément essentiel de la promotion de l'industrie auprès d'éventuels partenaires d'affaires. Il faut noter cette année la mission canadienne en Inde, organisée en partenariat avec la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, qui avait pour but de célébrer la signature du nouveau traité de coproduction audiovisuelle entre les deux pays.

Téléfilm a en outre étendu ses efforts de promotion de l'industrie aux territoires hispanophones (Espagne et Amérique latine) et maintenu son appui aux talents canadiens dont les films ont été sélectionnés dans de prestigieux festivals en Asie.

- **Promotion entreprise-consommateur**

Téléfilm a collaboré avec des partenaires des secteurs privé et public pour attirer davantage l'attention des consommateurs sur les talents canadiens :

- Téléfilm a accordé son soutien à 42 festivals et 97 événements promotionnels présentés dans l'ensemble du Canada, qui ont servi de tremplin pour le lancement des films;
- Parmi les événements organisés par Téléfilm pour promouvoir les talents canadiens auprès des auditoires, mentionnons The Great Canadian Talent Faceoff, un jeu-questionnaire présenté en direct par etalk, et le Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film, ayant eu lieu durant le TIFF;
- Dans le cadre de la célébration du Jour le plus Court, des séances de projections ont eu lieu d'un bout à l'autre du pays pour présenter les candidats en lice pour le Meilleur film aux prix Écrans canadiens ainsi que les meilleurs courts métrages;
- Le Fonds des médias du Canada (FMC), la Canadian Media Production Association (CMPA) et Téléfilm ont uni leurs efforts pour créer [eyeoncanada.ca](#), un site Web pour les auditoires dédié à la mise en valeur des films, des émissions de télévision et des médias numériques produits au Canada; et

Présence dans des pays hispanophones et asiatiques

- Marché audiovisuel de Bogota
- Festival international du film de Los Cabos
- Festival de San Sebastián
- Festival international du film de Busan
- Festival international du film de Shanghai
- Festival international du film de Beijing



Nos partenaires :

- Air Canada, Birks
- eOne, Corus Entertainment
- Bell Média, Shaw
- Rogers VOD, cinémas Cineplex
- Hollywood Suite, etalk Canada
- EP Daily, La Presse canadienne
- Organismes cinématographiques provinciaux
- Canadian Media Production Association
- Office national du film du Canada
- Fonds des médias du Canada
- Consulats et ambassades du Canada partout dans le monde
- Organismes de financement internationaux

- Téléfilm a collaboré avec l'honorable Shelly Glover, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, afin de présenter la série des Soirées cinéma au Canada aux parlementaires à Ottawa, et ce, à deux reprises. Téléfilm a également donné aux auditoires l'occasion de découvrir des films et de rencontrer des talents lors de projections tapis rouge à Regina et à Winnipeg. Les films *Corner Gas: The Movie*, *Elephant Song* et *Aloft* ont été présentés dans le cadre de ces événements.

- **Communications et image de marque**

Pour que le succès de l'industrie canadienne du cinéma trouve écho auprès des auditoires canadiens et internationaux, Téléfilm met en œuvre des stratégies de communication proactives ciblant les consommateurs. Les relations avec les médias, incluant des « junkets » pour la presse, des projections pour les journalistes et des séances de questions avec les talents, ont permis à l'industrie audiovisuelle canadienne de jouir d'une forte visibilité auprès des médias tout au long de l'année. Des partenariats avec des médias, dont EP Daily, etalk Canada et La Presse canadienne, ont grandement accru la couverture médiatique.

Les réseaux de médias sociaux de Téléfilm ont également affiché une croissance, en termes d'adeptes et d'engagement. Une grande part de ce nouvel intérêt peut être attribuée à l'augmentation des reportages en direct sur les événements de l'industrie, dont The Great Canadian Talent Faceoff, les prix Écrans canadiens, les Jutra et Canada Stars in Awards Season à Los Angeles. De plus, la diffusion d'un contenu captivant nous a permis d'attirer des adeptes, comme la deuxième édition de la populaire série de vidéos présentant des personnalités canadiennes influentes *Talent mur à mur*, qui a été présentée par Rogers VOD, Air Canada, les cinémas Cineplex et Hollywood Suite.

- **Partenariats en matière de promotion**

Sans la collaboration des partenaires des secteurs privé et public, les efforts promotionnels de Téléfilm seraient vains. Les partenariats sont un élément clé de la stratégie de promotion de Téléfilm, dont les résultats se mesurent par le ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm pour les initiatives de promotion. Le ratio a augmenté au fil du temps, et pour chaque dollar investi par Téléfilm, la participation du secteur privé était de 2,74 \$ pour l'exercice financier.

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

Téléfilm a un rôle important à jouer dans la collecte, l'analyse et la communication de renseignements utiles aux joueurs de l'industrie. Agissant comme un catalyseur des progrès de l'industrie, nous développons et soutenons une approche novatrice dans des domaines qui touchent l'industrie dans son ensemble. En 2014-2015 :

- Nous avons axé les activités de recherche sur le comportement des consommateurs et les tendances de l'industrie au sein du marché canadien, en lien avec notre principal objectif qui est de stimuler la demande pour du contenu canadien;
- Nous avons collaboré avec des partenaires de l'industrie dans le cadre de nos activités de recherche, incluant une étude quantitative effectuée avec le Centre d'études sur les médias, ainsi que des groupes de discussion qualitatifs commandés en partenariat avec le FMC et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC);
- Nous avons communiqué les résultats de ces études lors de séances d'information à Montréal, à Toronto, à Halifax et à Vancouver, et les avons également publiés sur notre site Web. Ils ont également fait l'objet d'une couverture médiatique;
- Nous avons organisé à l'intention des cinéastes canadiens des séances spéciales où les experts Michael Gubbins et Ted Hope leur ont prodigué des conseils sur la façon d'engager les auditoires;

Événements clés de l'industrie :

- Conférences du TIFF à l'intention des membres de l'industrie
- Prime Time in Ottawa
- Ateliers interactifs du Canadian Film Centre

- Nous avons utilisé la page LinkedIn de Téléfilm pour déclencher des discussions au sujet de l'engagement des auditoires; et
- La Société a procédé au lancement de son nouveau plan stratégique, *Du talent. À portée de vue.*, en vertu duquel Téléfilm continuera à servir l'industrie en fonction de ses quatre rôles clés et de six priorités stratégiques (pour en savoir plus, consulter la section Un nouveau plan stratégique – 2015-2018).

RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE DE TÉLÉFILM

En 2014-2015, nous avons continué à viser l'excellence organisationnelle, en exerçant un contrôle rigoureux de nos dépenses et en assumant notre responsabilité financière :

Les frais d'administration ont diminué de 6 % par rapport à l'exercice précédent

- Dans la mise en œuvre des programmes de financement, les niveaux de satisfaction des clients sont d'une importance capitale. Quatre-vingt-cinq pour cent des clients se sont dits satisfaits, un taux qui dépasse de loin la cible de 80 % que s'était fixée l'organisation;
- Des mesures d'efficacité appliquées de manière continue ont donné les résultats attendus. Notons entre autres une baisse de 15 % de nos frais d'administration au cours des quatre derniers exercices. Le ratio de frais de gestion de 5,3 % enregistré en 2014-2015 est le plus bas dans l'histoire de la Société;
- De plus, au cours des quatre dernières années, des économies budgétaires administratives totalisant 6,7 millions de dollars ont été réinjectées dans nos programmes de financement, dont 2,2 millions de dollars pour le présent exercice. Ces efforts nous ont permis d'allouer un maximum de fonds au financement des programmes;
- Enfin, Téléfilm a complété avec succès la troisième et dernière année de la mise en œuvre du [Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget fédéral 2012](#). Nous avons procédé à des réductions de dépenses au cours des trois derniers exercices financiers, et un montant cumulatif de 10,6 millions de dollars a été remis au gouvernement fédéral. Pour atténuer l'effet de ces réductions, Téléfilm a mis en place une série de mesures, incluant :
 - Des processus de livraison des programmes efficaces et des fonctions d'entreprise rationalisées;
 - Des critères de sélection conçus pour augmenter l'apport financier des distributeurs, des télédiffuseurs, des commanditaires et des autres bailleurs de fonds dans la production cinématographique;
 - La création de partenariats afin d'augmenter le financement disponible pour les initiatives de promotion; et
 - La création du Fonds des talents.

L'engagement des employés a été jugé essentiel pour atteindre les objectifs de la Société et offrir des services de qualité aux clients. Le tout premier sondage de Téléfilm sur l'engagement des employés, mené en 2013-2014, a présenté des résultats inférieurs aux attentes. Afin d'améliorer les résultats, quatre groupes de travail ont obtenu le mandat d'établir des plans d'action pour les domaines où une amélioration est nécessaire : reconnaissance, processus, santé et bien-être et leadership. Les plans d'action seront élaborés tout au long du prochain exercice financier.

Téléfilm a commencé à profiter de l'infonuagique, ayant externalisé les services de serveurs pour son courrier électronique et son système financier.

Téléfilm est heureuse d'annoncer que le FMC a renouvelé son entente de services pour une période de trois ans. De plus, Téléfilm a obtenu le Prix d'excellence 2014 en information financière pour les petites sociétés d'État fédérales décerné par les Comptables professionnels agréés du Canada. Également, la firme Gartner Consulting nous a classés parmi les 25 % des entreprises les plus performantes dans une étude comparative qu'elle a menée sur l'utilisation des technologies de l'information.

Enfin, Téléfilm a toujours utilisé la technologie de l'information dans le but de mieux servir ses clients et de réaliser des gains d'efficacité. À cette fin, la Société procède à une révision de ses systèmes de TI et utilisera un nouveau logiciel de gestion des processus d'affaires qui offrira :

- Une interface sûre, intuitive et collaborative pour les clients et les employés;
- Des applications rationalisées qui amélioreront la productivité grâce à des processus automatisés; et
- Des systèmes simplifiés conçus pour répondre aux besoins des clients.

UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE – 2015-2018

En 2014-2015, Téléfilm a élaboré et lancé son nouveau plan stratégique, *Du talent. À portée de vue.* Durant l'année, la Société a entamé le processus de planification, qui englobait l'établissement de ses objectifs stratégiques et de son orientation. Le conseil d'administration, par l'entremise de son comité de planification stratégique et des communications, présidé par Ram Raju, a dirigé le projet. Le comité de direction a encadré l'élaboration du plan et des consultations ont été menées de façon régulière auprès d'un groupe de travail représentant les différents secteurs de l'organisation.



Le comité de direction de Téléfilm a également veillé à ce que les intervenants de l'industrie soient consultés durant le processus de planification. Élaboré en tenant compte de leurs commentaires, d'une analyse de l'industrie et des tendances, le nouveau plan stratégique assurera une continuité avec l'orientation stratégique établie en 2011-2015, tout en offrant une vision claire des défis qui nous attendent dans l'environnement compétitif et évolutif dans lequel nous travaillons.

UN NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE

Six priorités ont été établies dans le cadre du plan stratégique 2015-2018. Celles-ci dicteront les mesures d'action de l'organisation pour les trois prochaines années. Chacune des priorités est liée à nos piliers stratégiques définis en 2011, afin d'assurer que Téléfilm continue à se concentrer sur ses rôles fondamentaux de promoteur, de leader, d'investisseur et d'administrateur.

NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES POUR 2015-2018			
<p>RECONNAISSANCE DE L'INDUSTRIE — PROMOUVOIR L'EXCELLENCE DU CONTENU CANADIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Assurer une promotion efficace de l'industrie et de ses succès directement auprès des consommateurs. 	<p>INFORMATION COMMERCIALE — UNE PRISE DE DÉCISIONS FONDÉE SUR DES MESURES PERTINENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Mener des recherches pertinentes et en communiquer les résultats. Élaborer des mesures de succès exhaustives. 	<p>FINANCEMENT DE L'INDUSTRIE — DIVERSIFIER LES SOURCES DE FINANCEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> Attirer de nouveaux partenaires financiers. Examiner les nouveaux mécanismes de financement à long terme. 	<p>EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE — SE SURPASSER DANS UN ENVIRONNEMENT EN MUTATION</p> <ul style="list-style-type: none"> Continuer à viser l'atteinte de niveaux optimaux d'efficacité et d'efficience.
<p>PRATIQUES DE MISE EN MARCHÉ — ENCOURAGER L'INNOVATION POUR REJOINDRE LES AUDITOIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> Les joueurs doivent réduire l'écart avec les attentes des spectateurs. Augmenter l'auditoire des productions canadiennes. 	<p>ÉCOSYSTÈME D'ENTREPRISES — RÉUSSIR ENSEMBLE</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaborer et appuyer un écosystème d'entreprises, incluant des sociétés émergentes, qui réussissent à répondre aux attentes. 		
PROMOTEUR	LEADER	INVESTISSEUR	ADMINISTRATEUR
NOS QUATRE PILIERS			

PRIORITÉS POUR 2015-2018

Reconnaissance de l'industrie – Promouvoir l'excellence du contenu canadien

Téléfilm poursuivra son travail à titre de promoteur essentiel de l'industrie audiovisuelle canadienne, tant sur la scène nationale qu'internationale. Nous multiplierons les efforts durant la période 2015-2018 afin que les histoires de réussite continuent d'interpeller les amateurs de contenu canadien. Les relations avec les médias et une forte présence sur les médias sociaux nous permettront d'assurer que nos activités de promotion menées durant les grands festivals de films et événements de l'industrie trouvent écho auprès des acheteurs de contenu et des auditoires. Téléfilm continuera en outre d'agrandir son réseau de partenaires en matière de promotion et retiendra les services d'une agence créative à service complet pour l'aider à cibler stratégiquement ses efforts de promotion au sein du marché canadien.

Pratiques de mise en marché – Encourager l'innovation pour rejoindre les auditoires

Téléfilm a élargi les principes directeurs de son Programme de mise en marché afin d'inclure des stratégies de distribution et de mise en marché novatrices. Téléfilm veillera à ce que son Programme de mise en marché continue de s'améliorer, qu'il demeure flexible et qu'il reflète l'environnement changeant dans lequel évolue l'industrie audiovisuelle canadienne. Travailler avec les clients pour mieux rejoindre les auditoires et encourager l'acquisition de nouvelles compétences au sein de l'industrie favoriseront l'innovation et l'évolution dans les nouvelles conditions du marché.

Information commerciale – Une prise de décisions fondée sur des mesures pertinentes

Le grand objectif de Téléfilm demeure la stimulation de la demande pour du contenu canadien. Pour rejoindre les auditoires, il est essentiel que notre organisation continue d'étudier les différentes façons dont les auditoires regardent le contenu, les tendances au sein de l'industrie et les pratiques efficaces du cinéma indépendant. Il est d'une importance capitale que nous partagions cette information avec les intervenants en organisant des consultations, des séances d'information, des événements pour l'industrie, et en publiant les conclusions de ces études.

L'organisation continuera en outre d'adapter la façon dont elle mesure le succès. Lancé durant l'exercice financier 2011-2012, l'Indice de réussite a permis à Téléfilm de mesurer le succès de son portefeuille de films en tenant compte d'autres critères que les recettes-guichet. En prenant en considération les résultats sur les plans commercial, culturel et industriel, l'Indice constituait une première étape vers l'établissement d'une mesure exhaustive du succès. À l'avenir, Téléfilm entend poursuivre la recherche de mesures novatrices pour améliorer son indice et mieux refléter l'objectif de stimulation de la demande, notamment en mesurant le succès en fonction des niveaux de visionnement.

Financement de l'industrie – Diversifier les sources de financement

Le Fonds des talents a été créé en 2012 pour aider l'industrie à diversifier ses sources de financement et pour assurer sa croissance et sa viabilité. Dirigé par un comité consultatif formé de chefs d'entreprise et de leaders communautaires de l'ensemble du Canada, le Fonds des talents continuera à chercher de nouvelles sources de financement pour les créateurs canadiens, en veillant particulièrement à soutenir les talents émergents. Le Fonds des talents est bien placé pour accroître les dons provenant de sociétés, de fondations et de particuliers, et contribuer ainsi au développement et à la promotion des talents canadiens.

Écosystème d'entreprises – Réussir ensemble

Pour assurer la vitalité et la croissance de l'écosystème d'entreprises œuvrant au sein de l'industrie audiovisuelle canadienne, Téléfilm maintiendra les consultations avec les intervenants pour comprendre les grands enjeux. De plus, nous allons promouvoir l'innovation et l'expérimentation dans le financement et la mise en marché des films, et allons travailler avec les créateurs pour assurer la viabilité financière de l'industrie. Pour récompenser davantage le succès, nous allons intégrer la composante industrielle de l'Indice de réussite dans la feuille de route de chaque société. De cette façon, nous encouragerons et reconnaitrons les efforts des sociétés de production qui cherchent à maximiser l'apport financier privé et étranger dans les films financés par Téléfilm, une condition essentielle pour assurer la vigueur de l'écosystème.

Excellence organisationnelle – Se surpasser dans un environnement en mutation

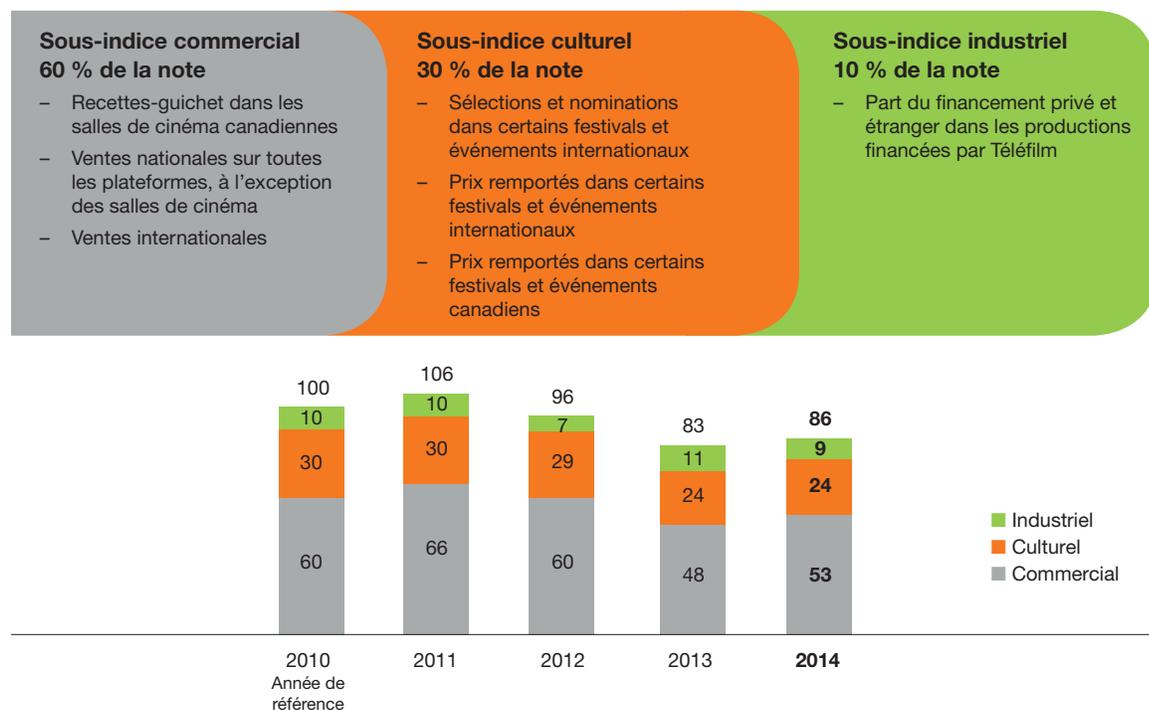
Téléfilm gardera le cap sur l'excellence organisationnelle tout au long de la période 2015-2018. En exerçant un contrôle rigoureux de nos dépenses, nous allons poursuivre notre gestion efficace des fonds publics, maximisant ainsi le financement disponible pour la production de contenu tout en continuant à améliorer nos programmes de financement. En entamant l'exercice financier 2015-2016, Téléfilm prévoit maintenir son ratio de frais de gestion à 5,5 %. De plus, Téléfilm visera l'excellence en veillant à appliquer des normes de service à la clientèle élevées, ce qui s'applique également à la prestation de services aux Fonds des médias du Canada et à ses clients.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

MESURER LE SUCCÈS DU PORTEFEUILLE DE FILMS FINANCÉS PAR TÉLÉFILM

Indice de réussite

Dans le cadre de son plan d'entreprise 2011-2015, Téléfilm s'est engagée à développer une mesure du succès plus complète tenant compte de différents facteurs outre les recettes-guichet. En 2011-2012, l'organisation lançait l'Indice de réussite, un indicateur clé de la performance permettant de mesurer les changements dans le succès global des films financés par Téléfilm d'une année à l'autre, à partir d'une base de référence établie en 2010. Il s'agit d'une mesure exhaustive qui prend en considération trois types de succès : commercial, culturel et industriel. L'Indice de réussite est calculé annuellement et il correspond à la somme de trois sous-indices pondérés :



Le pointage global de l'Indice de réussite a augmenté de 4 % en 2014 comparativement aux niveaux enregistrés en 2013. Cette hausse a été engendrée par la composante commerciale de l'Indice de réussite, qui a augmenté de 10 % en 2014. Ce succès commercial est attribuable aux niveaux plus élevés des recettes-guichet nationales et à de meilleures ventes à l'international. Plusieurs films canadiens financés par Téléfilm ont enregistré des recettes supérieures à un million de dollars au pays, dont *Mommy*, *The Grand Seduction*, *1987*, *Trailer Park Boys: Don't Legalize It*, *The F Word*⁸, *Dr. Cabbie* et *The Captive*. Les ventes nationales, englobant toutes les plateformes à l'exception des salles de cinéma, ont diminué durant la période. Les ventes internationales ont augmenté de plus de 75 % par rapport aux chiffres de l'année précédente, un autre facteur ayant contribué à la hausse globale de l'Indice de réussite.

Le sous-indice culturel est demeuré stable en regard des résultats de l'année précédente, les sélections dans des festivals internationaux ayant augmenté de 12 %. Le nombre de prix remportés par les films canadiens compris dans le portefeuille de Téléfilm a cependant diminué.

Le sous-indice industriel a régressé de 18 % en 2014 comparativement aux chiffres de l'année précédente. Cette diminution résulte d'une baisse de 5,5 % – de 16,5 % à 11 % – de la part du financement provenant de l'étranger dans les budgets de production des films financés par Téléfilm, cela étant dû au nombre moins élevé de coproductions majoritaires. De plus, la participation des distributeurs a diminué, correspondant à 9 % des budgets de production comparativement à 14 % pour l'exercice financier précédent.

8. *The F Word* a été lancé sous le titre de *What If* dans d'autres marchés.

STIMULER LA DEMANDE POUR DU CONTENU CANADIEN

Outre l'Indice de réussite, Téléfilm utilise des indicateurs clés de performance en adéquation avec son plan d'entreprise 2011-2015 et ses quatre piliers stratégiques. Ces indicateurs permettent à la direction de mesurer ses résultats de façon continue et d'assurer l'alignement stratégique de l'ensemble des activités opérationnelles de l'organisation. Voici les quatre piliers stratégiques et leurs indicateurs :

MAINTENIR ET RENFORCER LE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR DE TÉLÉFILM	DÉVELOPPER LE RÔLE DE PROMOTEUR DE TÉLÉFILM	DEVENIR UNE SOURCE DE RÉFÉRENCE EN PRODUISANT ET EN PARTAGEANT DE L'INFORMATION CLÉ SUR L'INDUSTRIE	RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE DE TÉLÉFILM
<p>Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production cinématographique Le financement de Téléfilm dans la production cinématographique agit comme un catalyseur du financement provenant d'autres sources. Cet indicateur permet à Téléfilm de mesurer son effet de levier pour encourager la croissance du financement en provenance d'autres sources, principalement le secteur privé, et accroître ainsi les fonds disponibles pour la production cinématographique et entraîner une hausse du nombre de productions et des budgets.</p>	<p>Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans les initiatives de promotion En mesurant et en encourageant le financement du secteur privé dans les activités de promotion, l'effet de levier et l'impact global des efforts promotionnels de Téléfilm augmenteront au fil du temps et stimuleront la demande pour du contenu canadien.</p> <p>Indice d'accessibilité Faciliter l'accès au contenu canadien est essentiel pour qu'une demande accrue des auditoires se traduise par un engagement des auditoires. Mesurer l'accès constitue donc un élément important d'une stratégie globale visant à augmenter les auditoires canadiens, à multiplier les occasions de voir du contenu canadien et à générer des initiatives promotionnelles.</p> <p>Niveau de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens Promouvoir les talents et les succès canadiens et en assurer la notoriété représentent une étape clé dans la stimulation de la demande pour du contenu canadien.</p>	<p>Ce pilier stratégique a été créé pour fournir de l'information clé autant à l'industrie qu'à Téléfilm dans le but d'encourager une culture d'amélioration continue. Aucun indicateur de performance ne lui est associé.</p>	<p>Indice de l'engagement des employés Obtenir l'engagement du personnel est un élément essentiel de la prestation des services aux clients, de l'administration des programmes et de la promotion de l'industrie.</p> <p>Pourcentage de clients satisfaits En tant qu'organisation au service d'une clientèle, la satisfaction des clients est pour nous d'une importance capitale pour atteindre l'excellence et s'assurer que nos programmes sont en phase avec les besoins de l'industrie audiovisuelle.</p> <p>Ratio de frais de gestion (RFG) Une mise en œuvre efficace des programmes représente un élément essentiel de l'excellence organisationnelle et nous permet de maximiser le financement disponible pour la production, le développement, la mise en marché et la promotion des films.</p>

INDICATEURS DE PERFORMANCE

THÈME : MOBILISER LES PARTENAIRES

Objectif : Augmenter la part de financement du secteur privé pour soutenir la production cinématographique

Indicateur :
 Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production cinématographique

Mesure :
 Ratio entre le montant total du financement provenant de sources du secteur privé⁹ et le montant total du financement offert par Téléfilm, basé sur une moyenne mobile de trois ans

Résultat :
 Atteint



Le ratio se situait à 1,15:1 en 2014-2015, ce qui signifie que chaque dollar investi par Téléfilm a généré 1,15 \$ de financement privé dans les budgets de production.

Malgré la légère baisse enregistrée cette année, ce résultat dépasse la cible établie par l'organisation.

De légères baisses sont attribuables au financement de l'étranger, qui a régressé à 11 % dans les budgets de production des films du portefeuille de Téléfilm. Cela s'explique par une diminution du nombre de coproductions majoritaires. De plus, la participation des distributeurs a accusé une baisse, représentant 9 % des budgets de production.

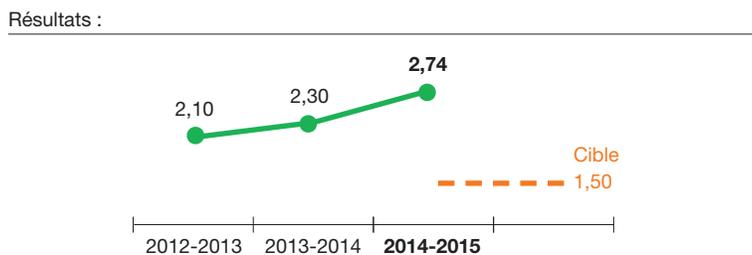
Téléfilm s'attend à ce que l'exigence relative à la participation du marché dans le Programme d'aide à la production continue à l'avenir de stimuler le financement du secteur privé dans la production cinématographique.

Objectif : Financer des initiatives de promotion par des partenariats

Indicateur :
 Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans les initiatives de promotion

Mesure :
 Ratio entre le financement du secteur privé et le financement de Téléfilm dans les initiatives de promotion

Résultat :
 Atteint



Le ratio de 2,74:1 signifie que chaque dollar investi par Téléfilm dans les efforts promotionnels a généré 2,74 \$ de financement du secteur privé. Les résultats pour cette mesure ont encore augmenté au cours du présent exercice financier, dépassant largement la cible établie par l'organisation.

La hausse enregistrée par rapport à la période précédente résulte d'importantes activités de promotion développées par Téléfilm, qui ont gagné en popularité auprès des commanditaires. Sur la scène nationale, les événements tapis rouge de Téléfilm ont bénéficié d'un soutien financier beaucoup plus important du secteur privé comparativement à l'exercice précédent. L'augmentation des contributions du secteur privé a également été grandement favorable à la tenue d'une deuxième édition de l'événement Canada Stars in Awards Season.

9. Télédiffuseurs, investisseurs privés, distributeurs et exportateurs et investisseurs étrangers.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

THÈME : AUGMENTER LA CONSOMMATION DE CONTENU AUDIOVISUEL CANADIEN

Objectif : Accroître l'accessibilité du contenu canadien

Indicateur :

Temps d'écran à la télévision et part des écrans de cinéma

● Mesure 1 : Télévision

Temps total alloué à la télédiffusion de longs métrages canadiens sur les réseaux de télévision canadiens vs l'ensemble des films télédiffusés

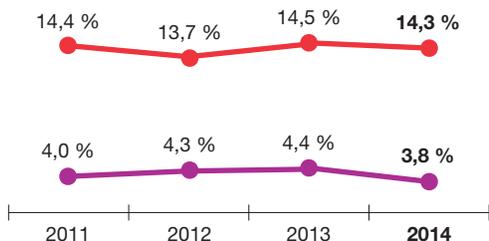
● Mesure 2 : Cinéma

Part des écrans occupés par les longs métrages canadiens au cinéma vs les films de toutes les origines (incluant les films canadiens)

Résultat :

Suivi continu

Résultats :



L'accès aux films canadiens a régressé en 2014 tant à la télévision qu'au cinéma. Malgré ces reculs, les recettes-guichet des films canadiens ont été supérieures à celles de l'exercice précédent.

La recherche menée par Téléfilm sur l'accessibilité des films sur les plateformes en ligne a démontré que le contenu canadien est disponible. Toutefois, la découvrabilité du contenu sur le Web représente un défi. Dans les années à venir, Téléfilm fera de cet enjeu une priorité dans le cadre de ses efforts promotionnels.

Objectif : Accroître la notoriété des films canadiens auprès des Canadiens

Indicateur :

Niveau de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens

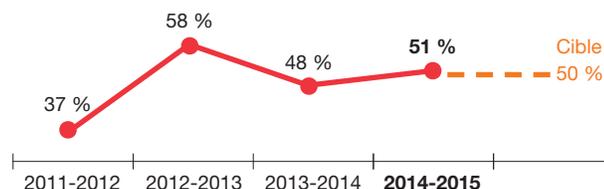
● Mesure :

Pourcentage de Canadiens sondés ayant réussi à nommer un film canadien

Résultat :

Atteint

Résultats :



Une majorité de Canadiens sondés a indiqué être en mesure de nommer un film canadien. Cela signifie que l'industrie canadienne du cinéma commence à se faire remarquer au pays et que les efforts promotionnels de l'industrie et de Téléfilm contribuent de plus en plus à faire connaître les succès des talents canadiens¹⁰.

10. La méthodologie employée pour le sondage était différente en 2012-2013.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

THÈME : RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

Objectif : Assurer l'engagement des employés

Indicateur :

Indice de l'engagement des employés

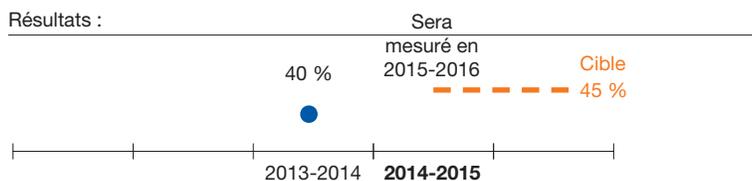
● Mesure

Pourcentage de répondants ayant indiqué un taux de satisfaction moyen de 4,5 ou plus sur une échelle de 1 à 6

Résultat :

À être mesuré en 2015-2016

Résultats :



À la suite des résultats du sondage de 2013-2014, la Société a fait de l'engagement des employés une priorité. Afin d'améliorer les résultats, quatre groupes de travail composés d'employés et dirigés par des membres du comité de direction ont reçu le mandat d'élaborer des plans d'action pour les principaux domaines où une amélioration a été jugée nécessaire : reconnaissance, processus, santé et bien-être et leadership.

Des plans d'action seront élaborés et mis en application tout au long de 2015-2016. Conformément aux normes de référence de l'industrie, des sondages bisannuels sur l'engagement des employés seront effectués pour mesurer les progrès.

Objectif : Augmenter le pourcentage de clients satisfaits

Indicateur :

Pourcentage de clients satisfaits

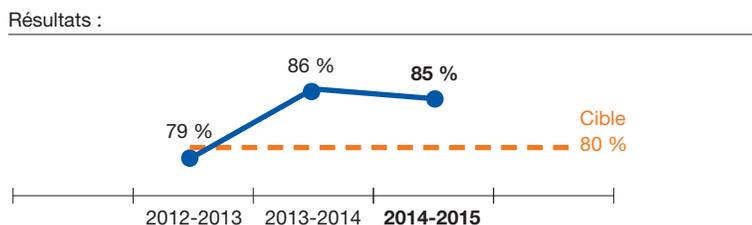
● Mesure :

Pourcentage de clients de Téléfilm sondés ayant déclaré être satisfaits de leur expérience globale

Résultat :

Atteint

Résultats :



Les résultats des sondages sur la satisfaction des clients ont encore dépassé la cible de 80 % de l'organisation. Ces résultats sont principalement attribuables au service aux clients fourni par les employés de Téléfilm.

La satisfaction des clients demeure une priorité pour Téléfilm, et c'est pourquoi nous allons continuer à sonder les clients pour obtenir leurs commentaires et ainsi améliorer constamment la mise en œuvre de nos programmes. Pour assurer un contrôle de la qualité complet, nous avons élargi l'éventail des programmes faisant l'objet d'un sondage pour inclure l'ensemble des principaux programmes : développement, production, promotion et mise en marché. De plus, des consultations régulières et des conversations face à face avec les clients permettent à la direction de se tenir au courant des préoccupations de la clientèle et de résoudre ainsi tout problème rapidement.

Objectif : Gérer de manière efficiente

Indicateur :

Ratio de frais de gestion

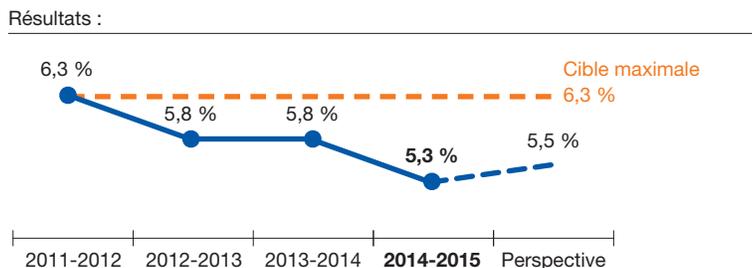
● Mesure :

Frais de fonctionnement et d'administration en pourcentage des dépenses des programmes¹¹

Résultat :

Atteint

Résultats :



Téléfilm s'efforce de maintenir une culture d'amélioration continue. Des économies sont réalisées grâce à l'utilisation d'une technologie moderne et à la mise en application des meilleures pratiques. À 5,3 %, notre ratio de frais de gestion se situe au niveau le plus bas dans l'histoire de Téléfilm, ce qui témoigne de notre capacité à réaliser des économies de coûts tout en offrant des programmes de financement, en administrant les programmes du Fonds des médias du Canada et en maintenant les services d'entreprise.

11. Les dépenses des programmes comprennent les dépenses de Téléfilm liées au soutien de l'industrie et les programmes de financement du FMC (365,6 M\$) qui ne sont pas inclus dans nos états financiers, le FMC étant une organisation distincte.

REVUE FINANCIÈRE

La revue financière a pour but de présenter des informations complémentaires aux états financiers et de faire état de la performance de l'organisation. La direction procède à des estimations et établit des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés aux états financiers; ces éléments figurent à la note 2 : Principales méthodes comptables des états financiers. Il n'y a eu aucun changement aux normes comptables adoptées par Téléfilm pour l'exercice. Les états financiers sont vérifiés par le vérificateur général du Canada et sont présentés en page 54. Notons que tous les montants de la revue financière présentent des chiffres arrondis.

Les résultats de l'exercice sont très positifs, la Société :

- présente un excédent de 4,9 millions de dollars à l'état des résultats;
- réalise des économies budgétaires administratives permettant de transférer près de 2,2 millions de dollars aux programmes de financement;
- a réduit ses frais de fonctionnement et d'administration de 15 % au cours des quatre derniers exercices, dont 6 % en 2014-2015;
- enregistre une hausse significative de 1,7 million de dollars des revenus du Fonds des talents; et
- a géré de façon responsable en finalisant la mise en œuvre du [Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget fédéral 2012](#).

DÉPENSES LIÉES AU SOUTIEN DE L'INDUSTRIE

Notre soutien à l'industrie a atteint 89,1 millions de dollars en 2014-2015, une somme comparable à nos prévisions budgétaires et à nos résultats de l'exercice précédent.

En millions de dollars	Budget	2014-2015	2013-2014	Écart	
				Budget	Exercice précédent
Production	59,8	60,8	65,1	(2)%	(7)%
Développement	7,8	7,8	9,2	1 %	(15)%
	67,6	68,6	74,3	(1)%	(8)%
Mise en marché	11,3	11,3	9,1	0 %	24 %
Promotion	6,9	6,4	6,3	7 %	1 %
Événements internationaux	2,2	2,8	2,5	(27)%	13 %
	20,4	20,5	17,9	0 %	14 %
	88,0	89,1	92,2	(1)%	(3)%

Nos programmes d'aide à la production occupent la plus grande part de notre soutien, avec 60,8 millions de dollars en appui à 87 films, ce qui représente près de 70 % du total de notre aide financière :

- L'aide à la production présente une baisse de 4,3 millions de dollars en regard de l'exercice antérieur qui provient principalement d'une diminution budgétaire découlant de l'application de la dernière année du *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget fédéral 2012*.
- Téléfilm s'adapte aux besoins de l'industrie, pour les talents émergents et les entreprises établies, de sorte que notre financement par film a fluctué de 30 000 \$ à plus de 5 millions de dollars.

Notre programme d'aide au développement présente pour sa part une position en retrait de l'exercice précédent avec une baisse de 1,4 million de dollars, soit 15 % :

- Cette diminution résulte du fait qu'en 2013-2014, la Société avait pallié la demande excédentaire de l'industrie en autorisant un surcroît de financement.
- Notons que la Société a financé 301 projets de développement de scénarios provenant de 145 sociétés pour des montants variant entre 8 000 \$ et 130 000 \$.

L'aide promotionnelle totale (20,5 millions de dollars) a connu un accroissement de 2,6 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent et notre **programme d'aide à la mise en marché de films**, en hausse de 24 %, s'accapare 2,2 millions de cet écart :

- La Société a financé des campagnes de mise en marché nationales, notamment pour *The Captive*, *The Grand Seduction* et *The F Word*. Ce type de financement était de moindre importance l'exercice précédent.
- Téléfilm a financé 87 projets pour des montants de l'ordre de 10 000 \$ dollars à 1,5 million de dollars visant des marchés et un public cible principalement canadiens.

Nos activités visant l'atteinte des marchés internationaux ont été bonifiées, ce qui explique le dépassement budgétaire de 27 % (0,6 million de dollars) et la hausse de 13 % des dépenses en regard de l'exercice précédent (0,3 million de dollars) :

- De nouvelles initiatives de promotion des talents canadiens suscitant une couverture médiatique et l'intérêt des décideurs impliqués dans l'achat et la vente de droits ont été mises de l'avant.
- Les coûts liés à certaines activités ont enregistré une augmentation due à un contexte défavorable à notre devise.

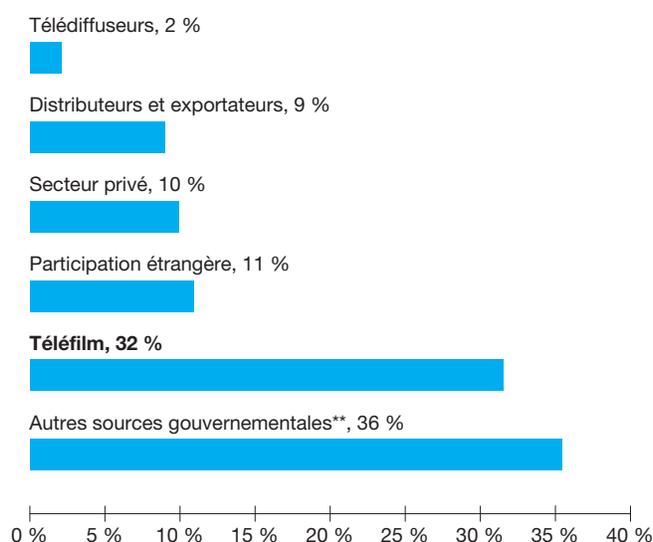
Téléfilm joue un rôle important en assurant une promotion dynamique de l'industrie dans 36 festivals, marchés et événements internationaux. Les initiatives dans les marchés du film et des contenus audiovisuels et numériques sont particulièrement prisées dans la mesure où ces foires accueillent jusqu'à 2 000 intervenants provenant de plusieurs pays.

D'autre part, le financement octroyé par l'entremise du Programme d'aide à la production de la Société agit comme un catalyseur et permet aux producteurs d'obtenir des sources de fonds additionnelles auprès d'autres investisseurs. Le graphique suivant présente la répartition de l'apport financier de toutes les sources dans les films financés par le Programme d'aide à la production de Téléfilm.

* L'analyse de la participation financière porte sur les films financés à l'étape de la production seulement et exclut: les films financés par le Programme pour le long métrage documentaire, les mini-traités, et la part étrangère des budgets des coproductions régies par des traités où le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

**Les autres sources gouvernementales incluent les crédits d'impôt provinciaux et fédéraux, ainsi que tout financement octroyé par des organismes de financement provinciaux ou municipaux.

Source de financement des films*



Finalement, la Société dispose d'un budget de 89,9 millions de dollars pour l'exercice 2015-2016 qui comprend une légère hausse pour nos activités de financement de production de films et nos activités de promotion nationale.

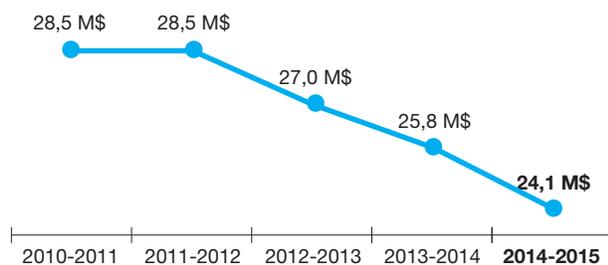
FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

En millions de dollars	Budget	2014-2015	2013-2014	Écart	
				Budget	Exercice précédent
Salaires	18,6	17,4	19,1	7 %	(9) %
Location	1,8	1,7	1,9	0 %	(7) %
Honoraires professionnels	2,1	1,6	1,5	23 %	3 %
Technologies de l'information	1,4	1,4	1,2	(3) %	25 %
Frais de bureau	0,6	0,7	0,6	(5) %	3 %
Voyages	0,6	0,6	0,5	5 %	10 %
Amortissement	0,5	0,5	0,7	(8) %	(25) %
Publicité	0,3	0,2	0,3	16 %	(14) %
	25,9	24,1	25,8	7 %	(6) %

La Société s'efforce d'être performante autant dans l'exécution des programmes, incluant ceux du FMC, que dans ses activités administratives :

- Nos frais de fonctionnement et d'administration ont clôturé l'exercice à 24,1 millions de dollars, présentant une économie appréciable de 7 % par rapport au budget établi et une diminution de 6 % (1,7 million de dollars) par rapport à l'exercice précédent.
- Il s'agit d'une performance notable particulièrement dans le contexte où Téléfilm présente, année après année, des baisses successives de ses frais de fonctionnement et d'administration :

La Société a réduit ses frais de fonctionnement et d'administration de 15 % au cours des quatre derniers exercices financiers.



Notre masse salariale représente notre poste de dépense le plus important, comptant pour 72 % du total de nos frais de fonctionnement et d'administration, et contribue de façon importante autant au surplus budgétaire de l'exercice qu'à la réduction des dépenses annuelles.

L'économie budgétaire de ce poste s'élève à 1,2 million de dollars (7 %) et est constituée de plusieurs sources :

- De postes vacants, autant dans les secteurs responsables de l'exécution des programmes que dans les secteurs administratifs en appui aux opérations.
- De charges sociales et des coûts moins élevés que prévu en ce qui a trait aux heures supplémentaires et aux congés parentaux.

La diminution des dépenses des salaires en regard de l'exercice antérieur atteint 9 %, une baisse de 1,7 million de dollars :

- L'essentiel de la réduction s'explique par les dépenses de 2013-2014 qui avaient été grevées significativement des paiements effectués aux employés suivant l'abolition du régime d'indemnités de départ auquel ils avaient droit. Cette décision était conforme à l'ensemble des autres ministères et organismes fédéraux et à la demande du Secrétariat du Conseil du Trésor.

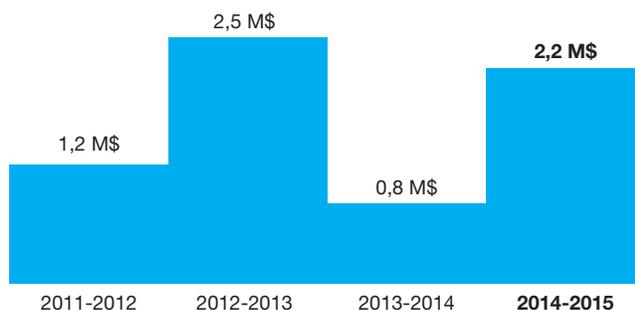
Par ailleurs, le niveau de dépenses de nos honoraires professionnels est inférieur à nos prévisions initiales et contribue aussi à notre surplus budgétaire pour près de 0,5 million de dollars. Cette économie provient majoritairement de services-conseils et de frais pour consultants informatiques dont les projets ont été reportés, dans certains cas pour mieux contribuer à l'atteinte des priorités du nouveau plan stratégique.

D'autre part, nos frais de technologie de l'information sont en hausse de 0,2 million de dollars (25 %) comparativement à l'exercice précédent. Cette augmentation est liée à la mise en application du plan de modernisation de notre infrastructure technologique, qui vise entre autres à maximiser les avantages de l'environnement infonuagique. L'externalisation des plateformes requises par nos applications informatiques en est un des premiers jalons.

Finalement, nos dépenses d'amortissement sont en diminution de 25 % par rapport à l'exercice 2013-2014, une conséquence des biens complètement amortis, majoritairement des améliorations locatives.

L'amélioration continue, particulièrement par l'entremise de gains d'efficience dans nos processus, est rentable à long terme et l'ensemble des économies budgétaires réalisées en 2014-2015 a permis à la Société de transférer près de 2,2 millions de dollars¹² de budget administratif aux programmes de financement. Le graphique suivant présente les surplus budgétaires réinvestis dans nos programmes de financement :

Un cumul de 6,7 millions de dollars de financement administratif a été transféré aux programmes de financement au cours des quatre derniers exercices.



La Société avait également planifié 2,5 millions de dollars d'investissement en technologie aux fins du renouvellement de son système opérationnel. Ce projet de développement informatique était à comptabiliser à titre d'immobilisations corporelles. Les coûts capitalisables du nouveau logiciel de gestion des processus d'affaires se sont élevés à 1,3 million de dollars, notamment en conséquence du phénomène de courbe d'apprentissage face à la nouvelle technologie et d'une reconfiguration du projet suite à l'inclusion du FMC. Le surplus budgétaire provenant de ce projet contribue directement au montant transféré aux programmes de financement.

12. Le surplus budgétaire est calculé selon une méthode de comptabilité de caisse modifiée.

FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS

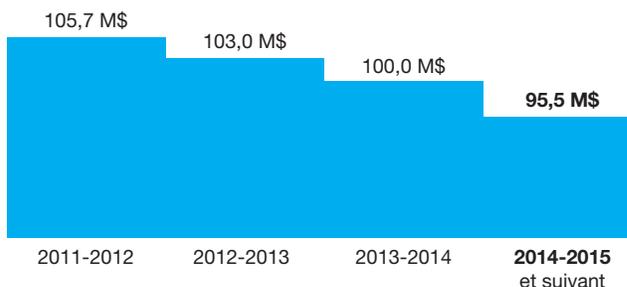
En millions de dollars	Annexe aux états financiers	Budget	2014-2015	2013-2014	Écart	
					Budget	Exercice précédent
Crédit parlementaire		95,5	95,5	100,0	0%	(5) %
Revenus d'investissements et récupérations		10,0	10,5	12,2	5%	(13) %
Honoraires de gestion provenant du FMC	B	10,0	10,0	9,8	0%	2 %
Fonds des talents		-	1,8	0,1	-	1 291 %
Intérêts et autres revenus		0,1	0,3	0,1	255%	232 %
		115,6	118,1	122,2	2%	(3) %

Nos revenus totaux s'élèvent à 118,1 millions de dollars pour l'exercice 2014-2015 :

- Ils présentent une position de surplus budgétaire de 2,5 millions de dollars (2 %) qui provient principalement de la diversification de nos revenus issus du Fonds des talents.
- Ils sont en diminution de 4,1 millions de dollars (3 %) en comparaison de l'exercice antérieur, en conséquence de la réduction de notre crédit parlementaire et de la baisse de nos revenus et récupérations provenant de nos projets financés.

La principale source de financement de la Société est un crédit parlementaire de 95,5 millions de dollars qui finance à la fois nos activités en soutien à l'industrie et nos frais de fonctionnement et d'administration. Celui-ci est en diminution depuis la mise en œuvre du Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget fédéral 2012 dont l'exercice 2014-2015 est la troisième et dernière année. La direction a su gérer adéquatement la décroissance de cette source de financement en maintenant son ratio de frais de gestion à un niveau des plus bas (5,3 %) et en maintenant le niveau de satisfaction de la clientèle à 85 %. La Société mise sur une stabilité de cette source de fonds pour les prochains exercices.

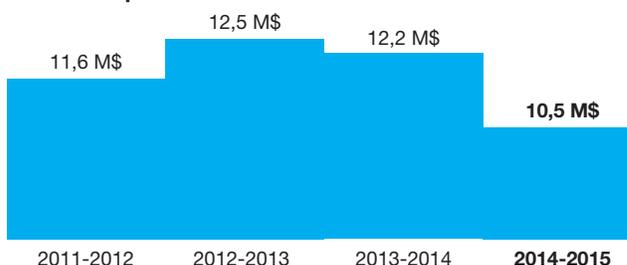
Crédit parlementaire



Les revenus d'investissements et récupérations découlant de l'exploitation des productions cinématographiques sont aussi une composante importante de notre financement :

- Cette source de fonds de 10,5 millions de dollars est caractérisée par la volatilité des revenus provenant des auditoires inhérents à chaque film.
- La baisse de 1,7 million de dollars (13 %) par rapport à l'exercice 2013-2014 démontre cette précarité, où les recettes d'un seul film à succès peuvent influencer significativement nos résultats. À cet égard, l'exercice précédent était particulièrement bonifié des remises du lucratif film *Goon* comptant pour 1,6 million de dollars.

Revenus d'investissements et récupérations

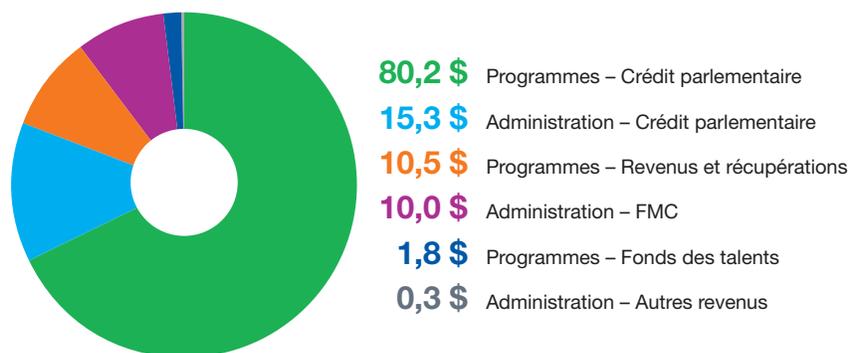


La Société s'efforce également de diversifier ses sources de financement, notamment par le biais des revenus du Fonds des talents qui ont augmenté significativement au cours de l'exercice (1,7 million de dollars). Cette augmentation provient majoritairement d'ententes de financement à long terme avec Bell Média et Corus Entertainment.

Finalement, notre poste des autres revenus présente une augmentation de 0,2 million de dollars qui découle d'une remise monétaire associée au renouvellement du bail de notre siège social.

Le tableau suivant présente la répartition de nos sources de financement :

Répartition du financement gouvernemental et des revenus – 118,1 millions de dollars



Rapprochement du coût de l'exploitation et du crédit parlementaire

La Société reçoit la plus grande partie de son financement au moyen d'un crédit parlementaire annuel.

Les éléments comptabilisés dans l'état des résultats et dans l'état de la situation financière peuvent avoir été financés au moyen d'un crédit parlementaire qui a été approuvé lors d'un exercice précédent ou lors de l'exercice en cours. Le rapprochement fait appel à un calcul qui fait en sorte que certains éléments ne peuvent être reliés directement aux états financiers, le crédit parlementaire étant calculé selon une méthode de comptabilité de caisse modifiée.

<i>En millions de dollars canadiens</i>	2014-2015	2013-2014
Coût de l'exploitation	113,2	118,0
Ajustement affectant l'utilisation du crédit parlementaire :		
Dépenses de support financées par nos revenus d'investissements et récupérations accumulés	(10,8)	(7,9)
Ajustement pour les dépenses de support qui rencontrent les critères d'admissibilité au crédit parlementaire	3,4	(2,2)
Dépenses de support financées par le Fonds des talents	(1,9)	–
Charges payées d'avance	(0,3)	0,4
Prêt	0,7	–
Frais de fonctionnement et d'administration financés par le FMC	(10,0)	(9,8)
Acquisitions d'immobilisations	1,3	1,0
Transition à un régime de paie en arrérages	0,6	–
Amortissement	(0,5)	(0,7)
Frais de fonctionnement et d'administration financés par les revenus d'intérêts et autres revenus	(0,3)	(0,1)
Avantages sociaux futurs	0,1	1,3
Crédit parlementaire autorisé	95,5	100,0

SITUATION FINANCIÈRE AU 31 MARS 2015

<i>En millions de dollars</i>	Notes aux états financiers	2014-2015	2013-2014	Écart
Actifs financiers				
Montant à recevoir du Trésor	6	47,6	49,1	(3) %
Trésorerie – Fonds des talents	4	0,5	0,2	225 %
Débiteurs	5 et 6	4,2	3,1	37 %
À recevoir – Fonds des médias du Canada		3,3	2,7	23 %
Prêt	7	0,7	–	–
Passifs				
Créditeurs et charges à payer	6	2,3	2,0	13 %
Revenus reportés – Fonds des talents	4	0,2	–	–
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	8	32,3	35,8	(10) %
Passif au titre des avantages sociaux futurs	9	0,8	1,0	(17) %
Actifs financiers nets		20,7	16,3	27 %
Actifs non financiers				
Immobilisations corporelles	10	2,6	1,8	42 %
Charges payées d'avance		1,9	2,2	(12) %
Excédent accumulé		25,2	20,3	24 %

La situation financière de la Société s'est appréciée au cours de l'exercice, tel que démontré par la hausse de 27 % des actifs financiers nets. Le principal actif de la Société demeure le montant à recevoir du Trésor avec 47,6 millions de dollars qui tient lieu d'encaisse pour la Société. Cet actif sert notamment à acquitter les engagements contractuels relatifs à nos programmes de financement.

Nos autres actifs financiers sont tous en hausse par rapport à l'exercice précédent :

- L'encaisse du Fonds des talents a augmenté de 0,3 million de dollars par rapport à la même période l'an dernier, cette somme étant constituée majoritairement des montants reportés des ententes avec Bell Média et Corus Entertainment.
- Les débiteurs ont augmenté de 1,1 million de dollars en conséquence du report à l'actif d'un montant de 0,6 million de dollars attribuable au passage à un régime de paie en arrérages conformément aux directives de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) et d'un montant significatif relatif à nos récupérations dont le remboursement est anticipé en avril 2015.
- Le montant à recevoir du FMC est principalement attribuable à la dernière facturation trimestrielle de l'exercice effectuée pour la gestion de ses programmes de financement. La hausse de 0,6 million de dollars provient, entre autres, du recouvrement de coûts liés au développement du nouveau logiciel de gestion des processus d'affaires.
- Finalement, la société a octroyé au cours de l'exercice un prêt d'un montant de 0,7 million de dollars à une société de production pour un projet de film.

Les passifs présentent également des fluctuations :

- Les créiteurs et charges à payer sont en hausse de 0,3 million de dollars, en raison principalement des salaires et charges sociales courus.
- Le poste des obligations relatives aux programmes d'aide financière affiche pour sa part une baisse marquée de 3,5 millions de dollars, soit 10 %. Il s'agit d'une conséquence directe de la diminution du niveau de nos engagements contractuels de l'exercice qui découle de la réduction du financement de nos programmes.

En dernier lieu, la hausse des actifs immobilisés provient de la capitalisation dans les travaux en cours des coûts associés au développement du nouveau logiciel de gestion des processus d'affaires qui remplacera notre système opérationnel utilisé dans l'exécution des programmes de financement. Et finalement, la baisse des charges payées d'avance s'explique par des frais relatifs à un événement international qui seront payés au cours du prochain exercice.

FLUX DE TRÉSORERIE

<i>En millions de dollars</i>	2014-2015	2013-2014	Écart \$
Activités de fonctionnement	0,8	4,7	(3,9)
Activités d'investissement en immobilisations	(1,3)	(1,0)	(0,3)
Activités de placement	(0,7)	–	(0,7)
Trésorerie au début	49,3	45,6	3,7
Trésorerie à la fin	48,1	49,3	(1,2)

La direction utilise la méthode indirecte pour présenter ses flux de trésorerie. Téléfilm gère sa trésorerie par le biais du receveur général du Canada et possède aussi un compte bancaire distinct pour les activités du Fonds des talents. Notre position d'encaisse est solide et a globalement peu fluctué en regard de l'exercice antérieur. Parmi les éléments qui ont grevé la position de la trésorerie de nos activités de fonctionnement, notons une augmentation des débiteurs et une diminution significative des obligations relatives aux programmes d'aide financière.

De plus, la somme de 1,3 million de dollars de développement informatique a été investie dans nos immobilisations corporelles. Ces actifs s'inscrivent dans le cadre du plan de modernisation de l'infrastructure technologique de la Société. Finalement, un prêt d'un montant de 0,7 million de dollars a été octroyé aux fins du financement d'un film à une société de production.

SOMMAIRE DES DERNIERS EXERCICES

<i>En millions de dollars</i>	Perspective 2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	2010-2011
RÉSULTATS						
Dépenses de support						
Production	61,5	60,8	65,1	65,5	65,3	69,0
Développement	7,6	7,8	9,2	9,2	7,7	9,6
Formation	–	–	–	–	–	0,5
Mise en marché	11,3	11,3	9,1	13,2	13,6	14,7
Promotion	7,3	6,4	6,3	6,4	6,7	6,7
Événements internationaux	2,2	2,8	2,5	2,6	2,5	2,7
	89,9	89,1	92,2	96,9	95,8	103,2
Frais de fonctionnement et d'administration						
	25,7	24,1	25,8	27,0	28,5	28,5
Financement gouvernemental et revenus						
Crédit parlementaire	95,5	95,5	100,0	103,0	105,7	105,7
Revenus d'investissements et récupérations	10,0	10,5	12,2	12,5	11,6	9,5
Honoraires de gestion provenant du FMC	10,0	10,0	9,8	10,1	10,0	9,6
Fonds des talents	1,9	1,8	0,1	–	–	–
Intérêts et autres revenus	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,3
	117,5	118,1	122,2	125,8	127,4	125,1
Excédent / (Déficit)	1,9	4,9	4,2	1,9	3,1	(6,6)
SITUATION FINANCIÈRE						
Actifs financiers						
Montant à recevoir du Trésor		47,6	49,1	45,6	41,1	37,2
Trésorerie – Fonds des talents		0,5	0,2	–	–	–
Débiteurs		4,2	3,1	2,6	4,0	3,8
À recevoir – Fonds des médias du Canada		3,3	2,7	3,0	2,6	3,0
Prêt		0,7	–	–	–	–
Passifs						
Créditeurs et charges à payer		2,3	2,0	2,1	1,6	1,8
Revenus reportés – Fonds des talents		0,2	–	–	–	–
Prestation de cessation d'emploi		–	–	0,3	0,1	–
Obligations relatives aux programmes d'aide financière		32,3	35,8	33,7	33,9	34,1
Passif au titre des avantages sociaux futurs		0,8	1,0	2,3	2,0	2,1
Actifs financiers nets		20,7	16,3	12,8	10,1	6,0
Actifs non financiers						
Immobilisations corporelles		2,6	1,8	1,6	2,2	3,3
Charges payées d'avance		1,9	2,2	1,7	1,9	1,8
Excédent cumulé		25,2	20,3	16,1	14,2	11,1

GESTION DES RISQUES

Téléfilm utilise une méthode de gestion des risques intégrée pour s'assurer que les risques sont pris en compte à toutes les étapes du cycle d'activités, du processus de planification stratégique jusqu'aux opérations courantes, et ce, à tous les paliers et dans tous les services de l'organisation. Le comité de gestion de risques est responsable de l'identification, de l'évaluation et de la hiérarchisation des risques, et veille à ce que des mesures d'atténuation appropriées soient en place. Le comité, qui revoit les risques organisationnels deux fois durant l'exercice financier, est présidé par la directrice générale et se compose de tous les membres du comité de direction. La directrice générale doit rendre compte au comité d'audit et des finances et lui faire rapport concernant toute question en matière de risques.



IDENTIFICATION DES RISQUES

Les risques sont identifiés et évalués en fonction des priorités du plan stratégique. Les scénarios, les incidences et les répercussions, les mesures d'atténuation et la volatilité des risques sont évalués de façon continue afin de mesurer l'exposition aux risques résiduels. Le comité de gestion de risques surveille actuellement 17 risques divisés en quatre grandes catégories :

- **Risques stratégiques** – définis comme ceux qui peuvent entraver l'atteinte des objectifs de la Société;
- **Risques opérationnels** – définis comme ceux qui découlent d'une défaillance des processus ou des systèmes, ou de questions touchant les ressources humaines;
- **Risques financiers** – définis comme ceux qui sont associés aux pertes résultant d'une mauvaise gestion des finances de la Société; et
- **Risques de conformité** – définis comme ceux qui découlent du non-respect des lois, des règlements et des politiques.

L'organisation a mis en évidence trois risques importants qui doivent être suivis de près afin de réduire les répercussions négatives possibles.

RISQUE LIÉ À LA CAPACITÉ DE RÉALISER LES PRIORITÉS DU PLAN STRATÉGIQUE

Téléfilm a établi six priorités stratégiques dans son nouveau plan stratégique 2015-2018 : promouvoir la reconnaissance de l'industrie; encourager les pratiques de mise en marché novatrices; fournir de l'information commerciale; diversifier les sources de financement de l'industrie; renforcer l'écosystème de l'industrie; et viser l'excellence organisationnelle dans l'exécution de nos programmes.

Scénarios	Mesures d'atténuation
<ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs sont ambitieux et requièrent des changements sur le plan organisationnel ainsi qu'une capacité d'adaptation de l'industrie audiovisuelle. Il s'agit d'un défi puisque Téléfilm n'a pas le contrôle sur tous les paramètres nécessaires à l'atteinte du succès. - Ces changements s'inscrivent dans un environnement où l'industrie audiovisuelle est en profonde mutation. - Il faut réaliser les priorités stratégiques dans un délai relativement court. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation élaborera des plans d'action assortis d'objectifs mesurables à mettre en œuvre sur un échéancier de trois ans. - Des priorités stratégiques seront attribuées aux directeurs qui devront soumettre régulièrement des comptes rendus au comité de direction.

RISQUE QUE LES CONSOMMATEURS NE REJOignent PAS LE CONTENU ET LES TALENTS CANADIENS

Les films canadiens sont lancés dans un environnement extrêmement compétitif où les conditions du marché évoluent rapidement. La capacité de nos films à rejoindre et à intéresser les auditoires rapidement, et sur les bonnes plateformes, pose des défis importants. De plus, la capacité (ou l'incapacité) des spectateurs à identifier le contenu canadien en tant que tel constitue un problème supplémentaire.

Scénarios	Mesures d'atténuation
<ul style="list-style-type: none"> - Les consommateurs n'ont pas accès aux films canadiens sur les principales plateformes. - Les spectateurs ne savent pas qu'ils regardent un film canadien. - Les Canadiens ne développent pas d'intérêt pour du contenu produit au pays. - Il y a un manque d'information concernant le comportement des auditoires. 	<p>Les programmes de financement ont été améliorés pour mieux rejoindre les auditoires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Programme de mise en marché a été modifié et soutient maintenant un plus large éventail de requérants et de dépenses admissibles, et inclut les plateformes numériques; - Une stratégie de mise en marché fait désormais partie des critères du Programme d'aide à la production pour l'octroi de financement. <p>Téléfilm fera équipe avec des partenaires de l'industrie pour maximiser l'impact des efforts promotionnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> - En recueillant et en communiquant de l'information commerciale axée sur les consommateurs et en faisant connaître les meilleures pratiques de promotion des films; - En développant des mesures pertinentes axées sur les niveaux de visionnements des films canadiens. <p>Téléfilm consacrera des ressources au développement et au déploiement d'une stratégie de promotion nationale ciblant les auditoires canadiens, dans le but de les sensibiliser davantage au cinéma canadien.</p>

RISQUE D'UN FINANCEMENT DISPONIBLE INADÉQUAT POUR LES PROGRAMMES ET L'ADMINISTRATION

Le maintien du financement pour les programmes et les frais d'administration représente toujours un défi et nécessite des gains d'efficacité constants.

Scénarios	Mesures d'atténuation
<ul style="list-style-type: none">– Les principales sources de financement pour la production cinématographique et les dépenses d'administration restent au même niveau ou sont en baisse.– La hausse des coûts relatifs à la production et à l'administration attribuable à l'inflation augmente la pression sur le financement.– La baisse du dollar canadien réduit la capacité de mener des activités à l'international.	<ul style="list-style-type: none">– Le Fonds des talents a été créé pour diversifier les sources de financement de nos programmes. L'objectif du Fonds est d'amasser 25 millions de dollars sur cinq ans.– Les sociétés de production gèrent efficacement les fluctuations de coûts.– La refonte de nos programmes de financement engendre des économies administratives et favorise un investissement accru du marché dans les budgets de production des films.– Le recours aux partenariats permet d'obtenir du financement supplémentaire, et ainsi de renforcer l'impact des efforts promotionnels et de réaliser des économies de coûts.– Des mesures d'efficacité appliquées de manière continue dans la mise en œuvre des programmes et au sein d'autres services internes contribuent au maintien d'un ratio de frais de gestion peu élevé.

FONDS DES TALENTS

TALENT FUND

Le Fonds des talents a été créé en 2012 pour aider l'industrie à diversifier ses sources de financement et pour assurer sa croissance et sa viabilité. Le Fonds permet à des sociétés et à des particuliers de soutenir l'industrie cinématographique canadienne grâce à des dons et des partenariats.

Vision

Le Fonds des talents veille à ce que les talents canadiens émergents bénéficient d'une visibilité de plus en plus grande aux quatre coins du monde. Il offre en outre aux cinéastes canadiens l'accès à des sources de financement stables, fiables et permanentes.

Mission

Le Fonds des talents favorise avant tout la découverte des talents canadiens émergents et l'avancement de leur carrière au sein de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Objectif

Amasser 25 millions de dollars sur cinq ans.

Reconnaissance du Fonds des talents

Depuis son lancement, le Fonds des talents a reçu un appui important d'organisations et de sociétés canadiennes réputées, notamment :

- Bell Média et Corus Entertainment;
- Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC);
- La Chambre de commerce du Canada; et
- Des fondations et des donateurs individuels.

COMMENT LE FONDS VIENT EN AIDE AUX TALENTS

Le Fonds favorise la découverte des talents et l'avancement de leur carrière de trois façons :

– Soutien à la réalisation d'un premier long métrage

Le Fonds contribue au financement du Programme de production à micro-budget de Téléfilm, qui a été conçu pour permettre aux talents de la relève de produire et de distribuer un premier long métrage. Le programme se compose de trois volets : une composante principale, une composante autochtone et une composante pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM). Les principaux objectifs de l'initiative sont les suivants :

- Encourager l'innovation;
- Renforcer l'utilisation des plateformes numériques et des outils d'engagement des auditoires en ligne;
- Aider les talents émergents à développer leur portefeuille; et
- Soutenir les cinéastes Canadiens d'origine autochtone, les membres des CLOSM et les groupes minoritaires.

– Soutien à la réalisation de projets de qualité

Des projets de longs métrages de qualité qui sont parfaitement en phase avec la vision fondamentale de Téléfilm – « Du talent. À portée de vue. » – sont sélectionnés dans l'ensemble du pays. Cet appui permet à Téléfilm d'assurer la reconnaissance de l'industrie et de promouvoir l'excellence du contenu canadien directement auprès des consommateurs.

– Soutien à la promotion du contenu et des talents canadiens

Le Fonds des talents fait la promotion du contenu et des talents canadiens en favorisant des stratégies de mise en marché novatrices, une promotion plus efficace des talents émergents au pays et sur la scène internationale, ainsi que des stratégies de distribution multiplateformes. L'investissement du Fonds permettra de créer de nouvelles initiatives pour accroître la notoriété des talents canadiens tout en maximisant les répercussions des activités de promotion existantes. Les plateformes de médias sociaux de Téléfilm seront mises à profit pour renforcer ces efforts.

REVUE FINANCIÈRE DU FONDS DES TALENTS

Au cours du dernier exercice financier¹³, le Fonds des talents a enregistré des revenus totalisant 1 863 700 \$¹⁴.

- Le Fonds a reçu 1 142 900 \$ de Bell Média et 807 500 \$ de Corus Entertainment.
- Ces montants sont assujettis à des ententes de financement à long terme et la somme de 205 700 \$ a été comptabilisée à titre de revenus reportés à utiliser au cours du prochain exercice financier.
- De plus, le Fonds a reçu 119 000 \$ de 28 donateurs privés.

En 2014-2015, le Fonds des talents a soutenu l'industrie audiovisuelle à hauteur de 1 898 000 \$. Le financement a été accordé comme suit :

Dépenses de support¹⁵

En milliers de dollars

Total : 1 898 \$



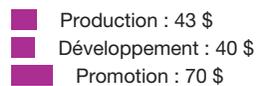
Bell Média : 1 101 \$



Corus Entertainment : 644 \$

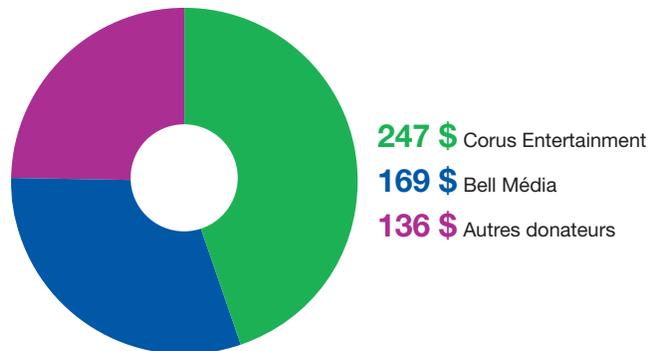


Autres donateurs : 153 \$



Finalement, le solde du compte bancaire du Fonds des talents s'élève à 552 200 \$ et se répartit comme suit :

En milliers de dollars



13. Tous les chiffres sont arrondis.

14. Vous trouverez une ventilation complète à la Note 4 des états financiers : Fonds des talents.

15. Les dépenses de promotion englobent les programmes suivants : aide à la distribution et mise en marché, promotion et participation aux événements internationaux.

GOUVERNANCE

Le Fonds des talents :

- est dirigé par un comité consultatif;
- fait partie intégrante des programmes administrés par Téléfilm;
- est assujéti à des frais de gestion de 5 %;
- fait rapport de ses activités aux Canadiens, aux principaux donateurs et autres intervenants par le biais du rapport annuel de Téléfilm.

Comité consultatif du Fonds des talents

Le Fonds est dirigé par un comité consultatif composé de sept chefs d'entreprise et leaders communautaires de l'ensemble du Canada. Il est présidé par Hartley T. Richardson. Les membres du comité ont fait preuve d'un profond dévouement pour le succès du Fonds, ce pour quoi Téléfilm et ses intervenants leur sont extrêmement reconnaissants. Voici les membres du comité :



Hartley T. Richardson,
C.M., O.M., LL.D.
Président, comité consultatif
du Fonds des talents
Président et chef de la
direction, James Richardson
& Fils, Limitée (Manitoba)



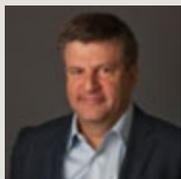
Margaret Anne Fountain
Philanthrope et mécène
(Nouvelle-Écosse)



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)



John Bitove
Chef de la direction,
Obelisk Inc.
(Ontario)



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)

PARTENAIRES ET DONATEURS DU FONDS DES TALENTS

Principaux partenaires

Bell Média
Corus Entertainment

Donateurs

Bancor Inc.
Jim Banister
John Dielwart
Douglas D. Everett
Tony et Daniela Franceschini
Dawn Frail et Tim Margolian
Steven Funk
Heather et Fred Gallagher
Ronald L. et C. Jane Graham
Ross Grieve et Kathy Grieve
Brian Hastings

Elizabeth Ruth Hastings
Louie Lawen
Orion Capital Incorporated
Herb Pinder
Jeffrey et Jackie Polovick
Myrna D. Porter
RGG Management Ltd.
Richardson Foundation Inc.
Sanford Riley
D^r Kenneth Rockwood
et Susan E. Howlett
Kathleen Sendall
Jeannie Senft
Rod Senft
Grant et Elsie Smith
The Jeffrey and Marilyn McCaig
Family Foundation

Michael J. Tims
Rosalee J. Tithof

Donateurs en 2013-2014

Entertainment One Films
Canada Inc.
Frederick Gallagher
Brian Hastings
Elisabeth Ruth Hastings
Carolyn Hursh et Lawrence Hursh
Kivuto Solutions Inc.
Kathleen Sendall
The Virmani Family
Charitable Foundation

FILMS (ÉTAPES DE LA PRODUCTION, DU DÉVELOPPEMENT ET DE LA PROMOTION) ET

ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS FINANCÉS PAR LE FONDS DES TALENTS

Production et développement

2 acteurs et la mort
Ego trip
La guerre des tuques 3D
Guibord s'en va-t-en guerre
Mafia inc.
Mile End, Les héritiers
Mission Yéti
Les nombrils
Route 66
Le train du nord

Le trésor de Morgäa
Y meurt à fin
The Breadwinner
Butterfly Tale
Embargo Collective II
Hunters of the Star
Hyde'n'Zeke
Magic Veil
Remember
Space Cadet
Todd & The Book of Pure Evil:
The End of The End

Promotion

Mommy – campagne en vue
des Oscars
La passion d'Augustine
Canada Stars in Awards Season
Eye on TIFF (Toronto International
Film Festival)
Palm Springs International
Film Festival
Projet pilote en ligne de l'IPEDA
Soirées cinéma au Canada

GOVERNANCE

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 développement. De plus, conformément à la LGFP, le président de Téléfilm présente à la 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, de sorte que les réunions sont 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 les dossiers nécessitant une analyse plus approfondie.

De façon générale, les réunions sont tenues au siège social à Montréal. Dans la majorité des cas, une 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, certains dont les comités se sont enquis au préalable. À cet égard, le conseil a approuvé un nouveau plan stratégique de trois ans (2015-2018), lequel devra lui permettre d'accomplir sa mission dans un environnement où les nouvelles technologies modifient au quotidien l'accès aux œuvres audiovisuelles.

BIOGRAPHIES¹⁶



Michel Roy
Président du conseil d'administration

Date de nomination
Octobre 2007

Durée du mandat
Renouvelé pour 5 ans, se terminant en octobre 2017

Expérience
Administrateur public

- Sous-ministre au ministère québécois du Tourisme et à celui des Communications
- Consultant en gestion des affaires
- Monteur de films pour la télévision, créateur de contenu, auteur, musicien et compositeur ayant produit des albums



Elise Orenstein, LL.B.
Vice-présidente du conseil d'administration et présidente du comité d'audit et des finances

Date de nomination
Décembre 2006

Durée du mandat
Renouvelé pour 5 ans, se terminant en décembre 2016

Expérience
Avocate

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



G. Grant Machum, LL.B.
Président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Date de nomination
Mai 2008

Durée du mandat
Renouvelé pour 5 ans, se terminant en février 2020

Expérience
Avocat, associé

- Droit du travail et gouvernance d'entreprise
- Président de l'université Nova Scotia College of Art & Design
- Membre de divers conseils d'administration
- Collecteur de fonds pour des organismes communautaires

16. Des biographies plus complètes sont publiées dans la section sur le [Conseil d'administration](#) du site Internet de Téléfilm. Les membres présentés sont ceux en fonction au 31 mars 2015.

BIOGRAPHIES



Ram Raju

Président du comité de planification stratégique et des communications

Date de nomination

Mai 2010

Durée du mandat

5 ans, se terminant en mai 2015¹⁷

Expérience

Entrepreneur Internet

- Entrepreneur Internet spécialisé dans les médias numériques et la gestion
- Vice-président, Canadian Association of Campus Computer Stores
- Professeur de systèmes d'information, Université Dalhousie



Corey Anne Bloom, CPA, CA, CA-EJC, CFF, CFE

Membre

Date de nomination

Octobre 2013

Durée du mandat

5 ans, se terminant en septembre 2018

Expérience

Comptable agréée spécialiste en juricomptabilité et examinatrice agréée en matière de fraude

- Expérimentée en enquêtes sur les fraudes, en juricomptabilité, en règlement de différends, en soutien aux litiges, en analyse technico-légale informatique ainsi qu'en vérification
- A présidé le conseil d'administration international de l'Association of Certified Fraud Examiners et a dirigé les services consultatifs en matière de fraude ainsi que l'unité des TI judiciaires d'un important cabinet de comptables agréés et d'experts-conseils



Claude Joli-Cœur, L.L.L.

Membre d'office

Date de nomination

Janvier 2014

Durée du mandat

Intérim pour une période de 10 mois. Nomination officielle à titre de commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada en novembre 2014, pour une période de 5 ans, jusqu'en novembre 2019.

Expérience

Avocat

- Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada par intérim
- Cadre de direction responsable des relations d'affaires et des services juridiques, de la planification stratégique, des relations avec les gouvernements et des communications institutionnelles de l'Office national du film du Canada
- Spécialiste en droit du divertissement et des coproductions internationales
- Membre du conseil d'administration de la Société collective de retransmission du Canada

17. Le mandat de monsieur Ram Raju a depuis été prolongé jusqu'en mai 2020.

L'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 soumettre annuellement 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.

LES NOMINATIONS

Depuis novembre 2014, monsieur Claude Joli-Cœur est officiellement nommé commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film. De même, madame Elise Orenstein est devenue officiellement la présidente du comité d'audit et des finances en juin 2014. Enfin, en février 2015, monsieur G. Grant Machum a vu son mandat renouvelé pour 5 ans et, en mars 2015, a été à nouveau nommé au comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance. À l'exception du commissaire du gouvernement à la cinématographie, 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. Finalement, les nominations et renouvellements sont effectués suivant la recommandation du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles au gouverneur en conseil.

LE CONSEIL ET SES COMITÉS

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 sur 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.

Comité d'audit 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 et madame Elise Orenstein a agi à titre de présidente. Les représentants du Bureau du vérificateur général du Canada, l'auditeur 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. Le comité traite sur une base trimestrielle de sujets d'intérêt tels que les budgets et les résultats financiers et de vérification. Le comité s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice.

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 notamment travaillé à la préparation du plan stratégique 2015-2018. Le comité a été présidé par monsieur Ram Raju et s'est réuni à trois reprises.

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'intérêt en la matière tels que l'évaluation de la performance, la politique de rémunération et la politique sur les programmes de bonification. Au cours de l'exercice, le comité s'est assuré de la conformité du processus d'évaluation de la performance de Téléfilm. Le comité est présidé par monsieur G. Grant Machum, et une réunion a eu lieu au cours de l'exercice.

LES FRAIS ET LES PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Les membres¹⁸ 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. 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 en milliers de dollars les niveaux de dépenses encourues par le conseil et ses comités, notamment pour la tenue des réunions, de l'assemblée publique annuelle et les travaux de vérification interne.

Le conseil d'administration a réduit ses dépenses de 25 % depuis 2011-2012



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

	Conseil d'administration 7 membres 6 réunions	Comité d'audit et des finances 3 membres 5 réunions	Comité de planification stratégique et des communications 3 membres 3 réunions	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance 3 membres 1 réunion
Michel Roy	6	5	3	1
Elise Orenstein	6	5	3	1
G. Grant Machum	5	–	–	1
Ram Raju	5	–	3	–
Corey Anne Bloom	4	3	–	–
Claude Joli-Cœur	5	–	–	–

18. 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 de ce comité qui 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.

Membres ¹⁹	Responsabilités
Directrice générale Carolle Brabant , FCPA, FCA, MBA	Responsable de la gestion et des résultats de la Société, se rapportant au conseil d'administration. Définit, en collaboration avec le conseil, les orientations stratégiques du plan d'entreprise et les rend opérationnelles par l'entremise du comité de direction. Veille à développer et à maintenir une culture du succès au sein de la Société et dans l'industrie. Assure la prestation de services destinés au développement et à la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne, tant sur la scène nationale qu'internationale.
Directrice, Promotion nationale et communications Francesca Accinelli ²⁰	Responsable des communications internes et externes et des initiatives marketing sur le plan national, du Web et des médias sociaux. S'assure du renforcement et de la valorisation de l'image de marque de Téléfilm sur la scène nationale et internationale. Veille à accroître la notoriété et la promotion des talents et des œuvres du Canada auprès du grand public, par l'entremise de la presse écrite, des médias sociaux et des événements nationaux.
Directrice, Promotion internationale Sheila de La Varende	Responsable de la stratégie de promotion visant à augmenter la visibilité et le rayonnement des talents, des entreprises et des contenus canadiens pour écrans sur la scène internationale. Responsable de l'élaboration des initiatives visant à positionner les contenus dans les festivals internationaux, à stimuler les ventes et les coproductions internationales. Veille à développer, à coordonner et à maintenir les relations et partenariats internationaux.
Directrice par intérim, Relations d'affaires et coproduction Roxane Girard ²¹ , CPA, CA, MBA	Responsable de l'administration des ententes de financement, de la mise en œuvre des événements régionaux et nationaux et de la prestation de services liés à l'entente avec le Fonds des médias du Canada. Responsable des recommandations de coproductions audiovisuelles régies par des traités. Assume la fonction de présidente du comité opérationnel.
Directeur, Affaires publiques et gouvernementales Jean-Claude Mahé	Responsable de la liaison stratégique avec le ministère du Patrimoine canadien, les autres ministères et les organismes fédéraux et provinciaux. Agit à titre d'interlocuteur pour toutes les questions relatives aux politiques gouvernementales. Élabore et met en œuvre des activités de promotion et de réseautage permettant un maillage entre l'industrie audiovisuelle canadienne, les sphères publiques et le milieu des affaires. Responsable du Fonds des talents.
Directeur, Services juridiques et accès à l'information Stéphane Odesse LL.B.	Élabore et met en œuvre des stratégies d'ordre juridique au sujet d'une variété de questions relatives à la Société. Interprète la loi régissant Téléfilm Canada, les règlements et les questions touchant la gouvernance et les ententes de financement. Agit en tant que personne clé de la pratique juridique dans l'établissement de normes et de politiques juridiques. À titre de secrétaire du conseil d'administration, voit à la bonne gouvernance du conseil d'administration et de ses comités.
Directeur, Administration et services d'entreprise Denis Pion	Responsable des fonctions administratives relatives aux finances, aux ressources humaines, aux technologies de l'information, aux ressources matérielles ainsi qu'à la gestion des risques. Responsable de l'administration de l'entente de services auprès du Fonds des médias du Canada. Agit à titre de président du comité des ressources humaines et participe à l'ensemble des réunions du comité d'audit et des finances.
Directeur, Financement des projets Michel Pradier	Dirige l'équipe responsable des décisions relatives au financement des projets. S'assure que les décisions de financement procurent un portefeuille de projets qui répond aux objectifs de performance de la Société. Agit à titre de représentant de la Société lors de séances d'information et de consultation auprès de l'industrie et des différentes associations.
Stratégie et recherche Équipe autogérée	Participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie organisationnelle, gère certaines initiatives qui en découlent et fournit l'encadrement et le suivi liés au plan d'entreprise. Responsable de la mise en place des plans de recherche, de leur exécution et de leur communication interne et externe, en appui au plan d'entreprise.

19 Les membres présentés sont ceux en fonction au 31 mars 2015.

20. Entrée en fonction le 12 mai 2014

21. Entrée en fonction le 2 février 2015

LE COMITÉ DE DIRECTION ET SES SOUS-COMITÉS

La directrice générale dispose 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.

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. Ce comité peut prendre des décisions sur un large éventail de sujets, notamment sur toute question portant sur l'application et l'interprétation des principes directeurs des programmes de financement de la Société. Au cours du dernier exercice financier, le comité s'est réuni 13 fois et monsieur Dave Forget, directeur, Relations d'affaires et coproduction, a agi comme président jusqu'en janvier 2015. Madame Roxane Girard, directrice, Relations d'affaires et coproduction, a par la suite agi à titre de présidente par intérim.

Comité des ressources humaines

Le comité des ressources humaines assiste la directrice générale en apportant son soutien au service des Ressources humaines dans l'élaboration, la mise à jour, l'application et l'interprétation des politiques en la matière, et en répondant à toute situation qui déroge aux pratiques habituelles. Un représentant du service des Ressources humaines est invité à participer aux réunions du comité en tout temps. Les réunions du comité sont généralement mensuelles. Le comité s'est réuni à 13 reprises au cours de l'exercice et a été présidé par monsieur Denis Pion, directeur, Administration et services d'entreprise.

Comité de gestion de risques

Le comité de gestion de 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. En outre, il est responsable de la mise en place du processus de gestion de risques. Le comité s'est réuni à deux reprises au cours de l'exercice et a été présidé par madame Carolle Brabant, directrice générale.

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. Il n'y a eu aucun appel ni réunion du comité au cours de l'exercice. Ce comité est présidé par la directrice générale, madame Carolle Brabant.

Comité des communications

Le comité des communications a été aboli avec l'entrée en fonction de la directrice, Promotion nationale et communications, madame Francesca Accinelli.

LA RÉMUNÉRATION ET LES PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Tous les membres du comité de direction travaillent à temps plein pour la Société. La rémunération de la directrice générale est établie par le Conseil privé du Canada. L'échelle salariale des autres membres du comité varie de 110 800 \$ à 201 400 \$, et le salaire moyen est de 144 400 \$.

Le tableau suivant indique la participation des membres du comité de direction aux différentes réunions :

	Comité de direction 9 membres 33 réunions	Comité opérationnel 5 membres 13 réunions	Comité des ressources humaines 3 membres 13 réunions	Comité de gestion de risques 9 membres 2 réunions
Directrice générale	33	–	2	2
Directrice, Promotion nationale et communications	26	1	7	2
Directrice, Promotion internationale	28	7	3	2
Directrice, Relations d'affaires et coproduction par intérim ²²	30	12	6	2
Directeur, Affaires publiques et gouvernementales	31	7	–	2
Directeur, Services juridiques et accès à l'information	30	5	4	2
Directeur, Administration et services d'entreprise	31	10	13	2
Directeur, Financement des projets	26	12	5	2
Rotation d'employés, Stratégie et recherche ²³	30	2	2	1

VÉRIFICATION

Les comptes et les transactions financières de la Société font l'objet d'une vérification annuelle effectuée par le Bureau du 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 de cet examen 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 d'audit et des finances.

ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'évaluation du rendement est un processus essentiel qui permet à la fois de reconnaître les bonnes performances et de favoriser une culture d'amélioration continue. À cet effet, les membres du conseil d'administration, la directrice générale et l'ensemble du personnel 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, ses responsabilités et son fonctionnement. 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.

22. Cumul des présences de madame Roxane Girard et de monsieur Dave Forget, directeur, Relations d'affaires et coproduction (ce dernier a quitté l'organisation en janvier 2015).

23. Cumul des présences d'employés et de madame Sylvie L'Écuyer, directrice, Stratégie et recherche (cette dernière a quitté l'organisation en mai 2014).

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. La Société s'attend aussi au développement des compétences de ses employés et maintient pour ce faire un plan d'apprentissage visant à pourvoir les effectifs des compétences requises pour la réalisation du plan d'entreprise. À cet égard, la Société a répondu aux besoins de formation recensés de la plupart des employés. De surcroît, deux cohortes de codéveloppement ont été constituées afin de permettre aux gestionnaires de perfectionner leurs compétences en gestion par des études de cas réels. Finalement, la majorité des employés a participé à un atelier de formation visant la cohésion, la collaboration et la communication au sein de leurs équipes.

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 Canada*, ainsi que de la *Politique sur les conflits d'intérêts et l'après-mandat*. Le respect du *Code de conduite de Téléfilm Canada* est une condition d'emploi 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. Ce Code est disponible sur demande pour le grand public.

PLAINTES OFFICIELLES

Téléfilm dispose d'une procédure de plainte officielle, pour ses clients, qui complète les mécanismes prévus dans sa [Charte de services aux clients](#). Au cours de l'exercice 2014-2015, un nouveau dossier de plainte a été déposé en vertu de cette procédure. 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 au 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.

COMMUNICATION

Liaison avec le gouvernement du Canada

La Société dispose d'une structure qui favorise une liaison stratégique efficace autant avec le ministère du Patrimoine canadien qu'avec les autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux. À cet effet, le secteur des Affaires publiques et gouvernementales agit à titre d'interlocuteur privilégié pour toutes les questions relatives aux politiques gouvernementales.

Assemblée publique annuelle

Conformément à la LGFP, la Société a tenu en décembre 2014 à Ottawa son assemblée publique annuelle et présenté les réalisations de l'exercice 2013-2014. Le public, les membres de l'industrie et les médias ont notamment eu la possibilité d'interagir avec monsieur Michel Roy, président du conseil d'administration, madame Elise Orenstein, vice-présidente du conseil d'administration et présidente du comité d'audit et des finances, et messieurs Ram Raju, président du comité de planification stratégique et des communications, G. Grant Machum, président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance et Claude Joli-Cœur, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada. Madame Carolle Brabant, directrice générale, ainsi que certains membres du comité de direction étaient aussi sur place. Les détails de nos réalisations figurent sur notre site Web, par l'entremise d'une [présentation vidéo](#) et du [rapport annuel complet](#) qui peut être consulté.

ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2015

55	RAPPORT DE LA DIRECTION
56	RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT
58	ÉTAT DES RÉSULTATS
59	ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE
60	ÉTAT DE LA VARIATION DES ACTIFS FINANCIERS NETS
61	ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE
62	NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS
74	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^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi, aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le conseil assume cette charge par l'entremise du comité d'audit 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 à la ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles.

Montréal, Canada

Le 18 juin 2015



Carolle Brabant, FCPA, FCA, MBA
Directrice générale



Denis Pion
Directeur – Administration et services d'entreprise



Auditor General of Canada
Vérificateur général du Canada

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

À la 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 2015, 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 2015, 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,

A handwritten signature in black ink, reading "René Béliveau". The signature is fluid and cursive, with the first name and last name clearly distinguishable.

René Béliveau, CPA auditeur, CA
directeur principal

Le 18 juin 2015
Montréal, Canada

ÉTAT DES RÉSULTATS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Annexes	2015 Budget	2015	2014
Dépenses de support				
Développement de l'industrie audiovisuelle canadienne				
Aide à la production		59 800	60 831	65 121
Aide au développement		7 825	7 773	9 157
		67 625	68 604	74 278
Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger				
Aide à la distribution et mise en marché		11 280	11 241	9 093
Promotion		6 850	6 364	6 296
Participation aux événements internationaux		2 235	2 847	2 519
		20 365	20 452	17 908
		87 990	89 056	92 186
Frais de fonctionnement et d'administration	A	25 885	24 148	25 793
Coût de l'exploitation		113 875	113 204	117 979
Revenus				
Revenus d'investissements et récupérations				
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada	B	10 000	10 527	12 157
Fonds des talents		–	1 864	134
Intérêts et autres revenus		85	302	91
		20 088	22 667	22 191
Coût net de l'exploitation avant le financement gouvernemental		93 787	90 537	95 788
Financement gouvernemental				
Crédit parlementaire		95 454	95 454	99 975
Excédent de l'exercice		1 667	4 917	4 187
Excédent accumulé au début de l'exercice		20 256	20 256	16 069
Excédent accumulé à la fin de l'exercice		21 923	25 173	20 256

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	2015	2014
Actifs financiers			
Montant à recevoir du Trésor	6	47 596	49 137
Trésorerie – Fonds des talents	4	552	170
Débiteurs	5 et 6	4 196	3 054
À recevoir du Fonds des médias du Canada		3 348	2 720
Prêt	7	655	–
		56 347	55 081
Passifs			
Créditeurs et charges à payer	6	2 297	2 025
Revenus reportés – Fonds des talents	4	206	–
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	8	32 316	35 779
Passif au titre des avantages sociaux futurs	9	829	1 000
		35 648	38 804
Actifs financiers nets		20 699	16 277
Actifs non financiers			
Immobilisations corporelles	10	2 581	1 817
Charges payées d'avance		1 893	2 162
		4 474	3 979
Excédent accumulé		25 173	20 256

Engagements (note 12) et éventualités (note 13)

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>	2015 Budget	2015	2014
Excédent de l'exercice	1 667	4 917	4 187
Opérations liées aux immobilisations corporelles			
Amortissement	510	553	737
Acquisitions	(2 525)	(1 317)	(969)
Autres opérations			
Acquisitions des charges payées d'avance	(750)	(1 893)	(2 162)
Utilisation des charges payées d'avance	1 900	2 162	1 724
Augmentation des actifs financiers nets	802	4 422	3 517
Actifs financiers nets au début de l'exercice	16 277	16 277	12 760
Actifs financiers nets à la fin de l'exercice	17 079	20 699	16 277

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>	2015	2014
Activités de fonctionnement		
Excédent de l'exercice	4 917	4 187
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Diminution du passif au titre des avantages sociaux futurs	(171)	(1 250)
Amortissement des immobilisations corporelles	553	737
	5 299	3 674
Variations des éléments financiers hors caisse :		
Augmentation des débiteurs	(1 142)	(482)
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada	(628)	253
Augmentation (diminution) des créditeurs et charges à payer	272	(41)
Augmentation des revenus reportés – Fonds des talents	206	–
Diminution des prestations spéciales de cessation d'emploi à payer	–	(336)
Augmentation (diminution) des obligations relatives aux programmes d'aide financière	(3 463)	2 049
Diminution (augmentation) des charges payées d'avance	269	(438)
	813	4 679
Activités d'investissement en immobilisations		
Acquisitions	(1 317)	(969)
Activités de placement		
Octroi d'un prêt	(655)	–
Augmentation (diminution) du montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents	(1 159)	3 710
Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents au début de l'exercice	49 307	45 597
Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents à la fin de l'exercice	48 148	49 307
Information supplémentaire présentée dans les activités de fonctionnement		
Intérêts reçus	73	91

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

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2015

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^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi. La Société est également assujettie à certaines dispositions de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

La Société n'est pas assujettie aux 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'investissements et récupérations

Les revenus d'investissements 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 d'individus et d'entreprises. Ces revenus sont déposés dans un compte de trésorerie distinct présenté sous la rubrique Trésorerie – Fonds des talents à l'état de la situation financière. Les revenus peuvent être ou non grevés d'affectations d'origine externe eu égard à la langue, au genre et au programme. Les revenus qui ne sont pas grevés d'affectations d'origine externe sont constatés à l'état des résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont encaissés alors que ceux grevés d'affectations d'origine externe sont constatés à l'état des résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont utilisés aux fins prescrites. Les revenus affectés par une origine externe non utilisés sont présentés à titre de revenus reportés à l'état de la situation financière. 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 revenus. Cette trésorerie sert au financement des projets et activités soutenues par le Fonds.

H. PRÊT

La Société a effectué un prêt à une compagnie de production. Le prêt est comptabilisé au moindre du coût amorti et de la valeur de recouvrement nette. Les intérêts créditeurs sont constatés lorsqu'ils sont gagnés, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

I. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les instruments financiers de la Société sont tous comptabilisés au coût ou au coût amorti 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. La Société effectue une analyse individuelle des actifs financiers 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. Si de telles indications existent, la valeur comptable de l'instrument financier est réduite ainsi que la provision afférente à ce dernier pour tenir compte de cette moins-value.

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

- Trésorerie – Fonds des talents;
- Débiteurs;
- Montant à recevoir du Fonds des médias du Canada;
- Prêt.

Les passifs financiers sont constitués de :

- Créditeurs et charges à payer;
- Revenus reportés – Fonds des talents;
- Obligations relatives aux programmes d'aide financière.

J. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

i. Régime de retraite

Les employés admissibles de la Société sont couverts par le Régime de retraite de la fonction publique, un régime de pension à prestations déterminées contributives, constitué en vertu d'une loi et parrainé par le gouvernement du Canada. Autant les employés que la Société doivent verser des cotisations. 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 avaient droit à des indemnités de départ tel que le prévoyaient leurs conditions d'emploi et le coût de ces indemnités était constaté aux résultats de l'exercice au cours duquel elles étaient gagnées. L'obligation au titre des indemnités de départ était calculée selon les meilleures estimations et hypothèses de la direction, quant à l'évolution des salaires, de l'âge des employés, des années de service et de la probabilité de départ pour raison de démission ou de retraite. Conformément à la demande du Secrétariat du Conseil du Trésor, la Société a pris la décision en septembre 2013 de mettre fin à ces indemnités. Ainsi, les indemnités de départ ont cessé de s'accumuler en date du 31 mars 2014 et ont été versées à la plupart des employés. L'obligation est ajustée en fin d'exercice pour refléter le salaire actuel des employés qui ont décidé de reporter le paiement au moment de la cessation d'emploi ou de la retraite.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

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.

K. 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 ou périodes suivants :

Actifs	Taux/période
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
Logiciels	entre 14 % et 25 %

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

ÉVOLUTION NORMATIVE

En mars 2015, le Conseil sur la comptabilité dans le secteur public (CCSP) a publié le chapitre SP2200 – *Information relative aux apparentés*. Le chapitre précise la définition et les critères d'identification d'un apparenté, les circonstances dans lesquelles des informations sur les opérations conclues avec des apparentés doivent être fournies et les obligations quant aux informations à fournir. Cette nouvelle norme entrera en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} avril 2017 et son adoption anticipée est permise. Les impacts de cette adoption n'ont pas encore été déterminés.

4

FONDS DES TALENTS

Les tableaux suivants présentent les transactions inhérentes au Fonds des talents :

<i>Exercice clos le 31 mars</i>	Autres donateurs	Bell Média	Corus Entertainment	Total 2015	Total 2014
REVENUS					
Dons	119	–	–	119	134
Contributions	–	1 143	808	1 951	–
Revenus reportés	–	(42)	(164)	(206)	–
	119	1 101	644	1 864	134
DÉPENSES DE SUPPORT					
Aide à la production	43	714	184	941	–
Aide au développement	40	–	460	500	–
Aide à la distribution et mise en marché	70	280	–	350	–
Promotion	–	62	–	62	–
Participation aux événements internationaux	–	45	–	45	–
	153	1 101	644	1 898	–
Excédent (déficit)	(34)	–	–	(34)	134

Par ailleurs, la Société a assumé pour 207 700 \$ de dépenses inhérentes au démarchage et à la promotion du Fonds (182 700 \$ pour l'exercice précédent). Les contributions de Bell Média et de Corus Entertainment sont grevées d'affectations d'origine externe.

<i>Exercice clos le 31 mars</i>	Autres donateurs	Bell Média	Corus Entertainment	Total 2015	Total 2014
REVENUS REPORTÉS					
Solde au début de l'exercice	–	–	–	–	–
Contributions encaissées	–	1 143	808	1 951	–
Engagements contractuels comptabilisés aux revenus	–	(1 101)	(644)	(1 745)	–
Solde à la fin de l'exercice	–	42	164	206	–
TRÉSORERIE – FONDS DES TALENTS					
Solde au début de l'exercice	170	–	–	170	36
Encaissements	119	1 143	808	2 070	134
Paiements contractuels relatifs au programme d'aide financière	(153)	(974)	(561)	(1 688)	–
Solde à la fin de l'exercice	136	169	247	552	170

5

DÉBITEURS

	31 mars 2015	31 mars 2014
Débiteurs liés aux revenus d'investissements et récupérations	1 737	1 325
Taxes à récupérer	1 474	1 302
Autres débiteurs	985	427
	4 196	3 054

6

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. La dernière entente avec le ministère du Patrimoine canadien s'est clôturée le 31 mars 2010. Ces actifs et passifs sont ainsi grevés d'une affectation d'origine externe.

	31 mars 2015	31 mars 2014
Montant à recevoir du Trésor	11	–
Débiteurs	260	391
Créditeurs et charges à payer	271	391

7

PRÊT

Au cours de l'exercice, la Société a octroyé un prêt à une compagnie de production d'une valeur de 650 000 \$. Le prêt n'a aucune garantie et porte intérêt au taux préférentiel de la Banque Royale du Canada plus une prime de 2 %, calculé sur une base journalière. Le prêt est remboursable en sept versements trimestriels égaux à compter de février 2017. Le remboursement des intérêts est trimestriel et a débuté en novembre 2014. Le prêt est remboursable par anticipation, à tout moment, sans avantage ou pénalité.

8

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 :

	2016	2017	2018	Total 31 mars 2015	Total 31 mars 2014
Exercices de signature des contrats					
2011 et antérieurs	348	–	–	348	907
2012	329	–	–	329	942
2013	4 711	–	–	4 711	9 175
2014	6 291	1 064	25	7 380	24 755
2015	18 579	969	–	19 548	–
	30 258	2 033	25	32 316	35 779

Le solde au 31 mars 2015 inclus un montant de 210 500 \$ pour des projets financés par l'entremise du Fonds des talents.

9

PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

	Indemnités de départ	Congés maladie	Congés parentaux	Total
Solde au 31 mars 2013	1 610	546	94	2 250
Coût des services rendus au cours de l'exercice	1 160	97	105	1 362
Indemnités versées au cours de l'exercice	(2 417)	(90)	(105)	(2 612)
Solde au 31 mars 2014	353	553	94	1 000
Coût des services rendus au cours de l'exercice	5	75	90	170
Indemnités versées au cours de l'exercice	(174)	(80)	(87)	(341)
Solde au 31 mars 2015	184	548	97	829

9. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

A. OBLIGATION AU TITRE DES INDEMNITÉS DE DÉPART

La Société payait 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 détenait aucun actif et présentait un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées. Ces indemnités ont cessé de s'accumuler au 31 mars 2014 suite à la décision de la Société de mettre fin à celles-ci. Au cours de l'exercice, l'obligation a été ajustée afin de refléter le salaire actuel des employés qui ont décidé de reporter le paiement au moment de la cessation d'emploi ou de la retraite. Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs.

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 292 \$ (291 \$ en 2014), un taux d'augmentation des salaires de 2,50 % (2,50 % en 2014), un taux d'utilisation annuel moyen de 3,00 % (3,00 % en 2014), un taux d'actualisation de 1,50 % (2,75 % en 2014) et un taux de départ de 10,00 % (10,00 % en 2014). Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement.

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

Le président du Conseil du Trésor fixe les cotisations exigées des employeurs, lesquelles sont un multiple de celles exigées des employés. Le taux de cotisation exigé des employeurs pour 2015 est fonction de la date de début d'emploi de l'employé. Pour les dates de début d'emploi antérieures au 1^{er} janvier 2013, le taux de cotisation de la Société est de 1,28 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,45 fois en 2014); et pour les dates de début d'emploi postérieures au 31 décembre 2012, le taux de cotisation de la Société est de 1,28 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,43 fois en 2014). Le total des cotisations de 1 851 000 \$ est comptabilisé en charge en 2015 dans les salaires et avantages sociaux (1 921 000 \$ en 2014).

10

IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Améliorations locatives	Équipements technologiques et mobiliers	Logiciels	Travaux en cours	Total
COÛT					
Solde au 31 mars 2013	4 595	1 143	14 700	312	20 750
Acquisitions	674	98	134	63	969
Cessions	(553)	(139)	–	–	(692)
Transferts	19	–	293	(312)	–
Solde au 31 mars 2014	4 735	1 102	15 127	63	21 027
Acquisitions	3	3	43	1 274	1 323
Cessions	(5)	(1)	–	–	(6)
Transferts	31	–	32	(63)	–
Solde au 31 mars 2015	4 764	1 104	15 202	1 274	22 344
AMORTISSEMENT					
Solde au 31 mars 2013	(3 910)	(863)	(14 392)	–	(19 165)
Amortissement	(482)	(82)	(173)	–	(737)
Cessions	553	139	–	–	692
Solde au 31 mars 2014	(3 839)	(806)	(14 565)	–	(19 210)
Amortissement	(301)	(82)	(170)	–	(553)
Cessions	–	–	–	–	–
Solde au 31 mars 2015	(4 140)	(888)	(14 735)	–	(19 763)
Valeur comptable nette au 31 mars 2014	896	296	562	63	1 817
Valeur comptable nette au 31 mars 2015	624	216	467	1 274	2 851

11

INSTRUMENTS FINANCIERS

A. JUSTE VALEUR

La trésorerie – Fonds des talents, les débiteurs, le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada, le prêt, les crédateurs et charges à payer, les revenus reportés – Fonds des talents 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. 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.

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 à 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 passifs financiers: crédateurs et charges à payer, revenus reportés – Fonds des talents et obligations relatives aux programmes d'aide financière (note 8). Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des crédateurs et charges à payer :

	31 mars 2015	31 mars 2014
1-30 jours	2 082	1 845
31-90 jours	–	–
91 jours à 1 an	215	180
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuels	2 297	2 025

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, du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada et du prêt.

11. 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 2015, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux débiteurs correspond à leur valeur comptable. 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 2015	31 mars 2014
Courant – 30 jours	1 308	1 843
31-90 jours	1 468	377
91 jours et plus	1 953	1 349
Débiteurs – Bruts	4 729	3 569
Provision pour créances irrécouvrables		
Solde au début de l'exercice	515	847
Dépense pour créances irrécouvrables	43	69
Débiteurs radiés et recouvrements	(25)	(401)
Solde à la fin de l'exercice	533	515
Débiteurs – Nets	4 196	3 054

MONTANT À RECEVOIR DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

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. Les honoraires sont facturés trimestriellement et le montant est exigible 30 jours suivant la date de la facture.

PRÊT

Rien ne porte à croire que le prêt présente un risque de crédit particulier puisque les remboursements prévus au contrat ont tous été effectués selon les délais impartis.

12

ENGAGEMENTS

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipements dans le cadre de ses activités. Les paiements futurs sont payables comme suit :

	Total
2016	1 302
2017	1 661
2018	1 667
2019	1 667
2020 et suivantes	8 836
	15 133

13

ÉVENTUALITÉS

Dans le cours normal des affaires, diverses poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que le règlement final des poursuites ne devrait pas avoir d'effet important sur les états financiers. Conséquemment, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société.

14

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.

15

DONNÉES BUDGÉTAIRES

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

ANNEXES A ET B

AUTRES RENSEIGNEMENTS

A. FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

	2015 Budget	2015	2014
Salaires et avantages sociaux	18 645	17 356	19 065
Location, taxes, chauffage et électricité	1 751	1 748	1 873
Honoraires professionnels	2 075	1 588	1 545
Technologies de l'information	1 414	1 453	1 159
Frais de bureau	627	657	637
Voyages et accueil	606	576	525
Amortissement d'immobilisations corporelles	510	553	737
Publicité et publications	257	217	252
	25 885	24 148	25 793

B. COÛTS DES PROGRAMMES DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

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

	2015 Budget	2015	2014
Salaires et avantages sociaux			
Gestion, administration et livraison	6 029	5 654	5 829
Secteurs à services partagés	1 215	1 302	1 169
Secteurs en support aux opérations	2 639	2 639	2 707
Autres coûts	120	379	104
	10 003	9 974	9 809

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 programmes, 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 comprennent les 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 et les coûts d'acquisition de certaines immobilisations corporelles.

SECTEURS EN SUPPORT AUX OPÉRATIONS

Ces coûts présentent les frais encourus pour supporter l'ensemble des employés attitrés à la gestion, à l'administration et à la livraison des programmes ainsi que les employés offrant les services partagés. Ils correspondent aux 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 et les coûts d'acquisition de certaines immobilisations corporelles.

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES DE PRODUCTION

- | | | | |
|---|---|---|--|
| 1. All The Time In The World | 24. Fatima | 45. Les 3 singes | 67. The Grand Unified Theory of Everything |
| 2. Aurélie Laflamme – Les pieds sur terre | 25. Faultlines | 46. Let There Be Light | 68. The Hollow Ones |
| 3. Away From Everywhere | 26. Fièvre | 47. Maudie | 69. The Legend of Barney Thomson |
| 4. Beeba Boys | 27. Finding AI – A Documentary | 48. Montréal la blanche | 70. The Lockpicker |
| 5. Bienvenue à FL | 28. Fire Song | 49. Natasha | 71. The People Garden |
| 6. Borealis | 29. Glace noire, la dernière Chasse-galerie | 50. North Mountain | 72. The Sabbatical |
| 7. Born To Be Blue | 30. God and Country | 51. Numb | 73. The Saver |
| 8. Brooklyn | 31. Guibord s'en va-t-en guerre | 52. O, Brazen Age | 74. The Second Time Around |
| 9. Burn Out | 32. Hôtel la Louisiane | 53. October Gale | 75. The Skyjacker's Tale |
| 10. Ceci n'est pas un polar | 33. How to Plan an Orgy in a Small Town | 54. Paul à Québec | 76. The Steps |
| 11. Chameau lion enfant | 34. Into the Forest | 55. People Hold On | 77. The Waiting Room |
| 12. Chokeslam | 35. King Dave | 56. Peggoland | 78. Todd & The Book of Pure Evil: The End of The End |
| 13. Closet Monster | 36. Kuperman | 57. Prisoner X | 79. Two Lovers and a Bear |
| 14. Coconut Hero | 37. Le bruit des arbres | 58. Remember | 80. Undone |
| 15. Corner Gas: The Movie | 38. Le Dep | 59. Road of Iniquity | 81. Unless |
| 16. Darwin | 39. Le mirage | 60. Room | 82. Unseen |
| 17. Déserts | 40. Le paradoxe de la faim | 61. Sodom | 83. Ville-Marie |
| 18. Destroyer | 41. Le profil Amina | 62. Songs She Wrote About People She Knows | 84. Wait Till Helen Comes |
| 19. Diamond Tongues | 42. Le scaphandrier | 63. The Cocksure Lads Movie | 85. Window Horses |
| 20. Ego trip | 43. Les êtres chers | 64. The Colossal Failure of the Modern Relationship | 86. Your Money or Your Wife |
| 21. Embargo Collective II | 44. Les mauvaises herbes | 65. The Devout | 87. Yzkor |
| 22. En attendant maman | | 66. The Games Maker | |
| 23. End of Days, Inc. | | | |

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES DE MISE EN MARCHÉ

- | | | | |
|---|--|--|---------------------------------|
| 1. A Christmas Horror Story | 23. Hector and the Search for Happiness | 45. Le vrai du faux | 67. Standstill |
| 2. Afflicted | 24. Hellions | 46. Les loups | 68. Stress Position |
| 3. After the Ball | 25. Henri Henri | 47. Les maîtres du suspense | 69. Super Duper Alice Cooper |
| 4. Algonquin | 26. Hit by Lightning | 48. Love Project | 70. Takedown: The DNA of GSP |
| 5. Altman | 27. Hole | 49. Maps to the Stars | 71. The Animal Project |
| 6. Anticosti : la chasse au pétrole extrême | 28. It Was You Charlie | 50. Mommy | 72. The Captive |
| 7. Autrui | 29. J'espère que tu vas bien 2 | 51. Monsoon | 73. The Forbidden Room |
| 8. Bidonville | 30. La gang des hors-la-loi | 52. Mountain Men | 74. The F Word |
| 9. Big News from Grand Rock | 31. La garde | 53. N.O.I.R. | 75. The Games Maker |
| 10. Cast No Shadow | 32. La passion d'Augustine | 54. No Men Beyond this Point | 76. The Grand Seduction |
| 11. Ceci n'est pas un polar | 33. La petite reine | 55. Our Man in Tehran | 77. The Privileged |
| 12. Chorus | 34. L'amour au temps de la guerre civile | 56. Patch Town | 78. The Scarehouse |
| 13. Citizen Marc | 35. L'ange gardien | 57. Paul Sharits | 79. Tokyo Fiancée |
| 14. Corbo | 36. L'autre maison | 58. Petit frère | 80. Transatlantique |
| 15. Corner Gas: The Movie | 37. Lawrence & Holloman | 59. Primary | 81. Tu dors Nicole |
| 16. Cruel & Unusual | 38. Le bruit des arbres | 60. Qu'est-ce qu'on fait ici? | 82. Turbo Kid |
| 17. Dr. Cabbie | 39. Le coq de St-Victor | 61. Relative Happiness | 83. Un film de chasse de filles |
| 18. Fall | 40. Le journal d'un vieil homme | 62. Rhymes for Young Ghouls | 84. Uvanga |
| 19. Félix et Meira | 41. Le mystère Macpherson | 63. Sarah préfère la course | 85. Watermark |
| 20. Gerontophilia | 42. Le nez | 64. Shekinah: The Intimate Life of Hasidic Women | 86. With Child |
| 21. Gurov and Anna | 43. Le règne de la beauté | 65. Sitting on the Edge of Marlene | 87. WolfCop |
| 22. Hard Drive | 44. Le Semeur | 66. Solo | |

FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANÇÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

1. Atlantic Film Festival
2. Available Light Film Festival and Media Industry Forum
3. Calgary International Film Festival
4. CaribbeanTales Youth Film Festival
5. Cinéfest Sudbury International Film Festival
6. Cinéfranco – Festival international du film francophone
7. Cinémental
8. DOXA Documentary Film Festival
9. Dreamspeakers Film Festival
10. Edmonton International Film Festival
11. Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue
12. Festival du film de l'Outaouais
13. Festival du film et de la vidéo autochtone de Montréal
14. Festival du nouveau cinéma de Montréal
15. Festival international de cinéma jeunesse de Rimouski
16. Festival international de cinéma Vues d'Afrique
17. Festival international de films Fantasia
18. Festival international du cinéma francophone en Acadie
19. Festival international du film pour enfants de Montréal
20. Festival international du film sur l'art
21. Freeze Frame : International Film Festival for Kids of All Ages
22. Gimli Film Festival
23. Hot Docs – Canadian International Documentary Festival
24. Images Festival
25. imagineNATIVE Film + Media Arts Festival
26. Kingston Canadian Film Festival
27. Ottawa International Animation Festival
28. Percéides – Festival international de cinéma et d'art de Percé
29. Reel 2 Real International Film Festival for Youth
30. ReelWorld Film Festival
31. Regard sur le court métrage au Saguenay
32. Rencontres internationales du documentaire de Montréal
33. Rendez-vous du cinéma québécois
34. Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver
35. St. John's International Women's Film Festival
36. Toronto International Film Festival
37. Toronto Reel Asian International Film Festival
38. Vancouver International Film Festival
39. Victoria Film Festival
40. Whistler Film Festival
41. Windsor International Film Festival
42. Yorkton Short Film & Video Festival

PRÉSENCE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DANS DES FESTIVALS DE FILMS, DES MARCHÉS ET DES ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

1. Academy Awards – campagne du Meilleur film en langue étrangère
2. ACE – Ateliers du Cinéma Européen
3. Art House Convergence
4. Beijing International Film Festival
5. Berlinale / European Film Market
6. Bogota Audiovisual Market
7. Busan International Film Festival
8. Canada Stars in Awards Season
9. Cinéma du Québec à Paris
10. Clermont-Ferrand International Short Film Festival
11. Festival de Cannes
12. Festival du film international de Venise
13. Festival international du film francophone de Namur
14. Festival Tous Ecrans
15. FILMART – Hong Kong International Film & TV Market
16. Galway Film Fleadh
17. Game Developers Conference
18. Goa Film Bazaar
19. Human Rights Watch Film Festival in New York
20. IFP (Independent Filmmaker Project)
21. International Film Festival Rotterdam
22. Karlovy Vary International Film Festival
23. Locarno International Film Festival
24. Los Cabos International Film Festival
25. Miami International Film Festival
26. MIPCOM
27. MIPTV
28. MyFrenchFilmFestival
29. NATPE (National Association of Television Program Executives)
30. Palm Springs International Film Festival
31. Power to the Pixel
32. San Sebastian Festival
33. Shanghai International Film Festival
34. Sundance Film Festival
35. Tokyo International Film Festival
36. Toronto International Film Festival

BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

Siège social – Région du Québec

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

Région de l'Atlantique

1660, rue Hollis
Bureau 401
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 1V7
Téléphone : (902) 426-8425
Sans frais : 1-800-565-1773
Télécopieur : (902) 426-4445

Région de l'Ontario et du Nunavut

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

Région de l'Ouest

210, rue Georgia Ouest
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 0L9
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 : CC370F-PDF

© ministère du Patrimoine canadien, 2015

TELEFILM
C A N A D A



TELEFILM.CA

Canada