

Office national du film du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2006

Rapport ministériel sur le rendement

Ministère du Patrimoine canadien

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Message de la ministre..... | 5 |
| Message du commissaire | 6 |
| Être à l'avant-garde : une tradition de l'ONF | 6 |
| Déclaration de la direction | 8 |
| Raison d'être de l'Office national du film | 9 |
| <i>SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE</i> | <i>23</i> |
| Résultat stratégique | 24 |
| Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles | 24 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme :..... | 25 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 25 |
| Les priorités | 25 |
| Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles | 36 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 37 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 37 |
| Les priorités | 37 |
| Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux | 40 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 41 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 41 |
| Les priorités | 42 |

| | |
|---|-----------|
| Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil | 46 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 47 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 47 |
| Les priorités | 47 |
| <i>SECTION III – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES.....</i> | <i>49</i> |
| Renseignements sur l'organisation..... | 50 |
| Structure organisationnelle | 50 |
| Gestion, administration et imputabilité | 51 |
| Priorités..... | 51 |

SECTION I – Survol

Ministre du Patrimoine canadien
et de la Condition féminine



Minister of Canadian Heritage
and Status of Women

Ottawa, Canada K1A 0M5



À titre de ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine, je présente au Parlement et à la population canadienne le *Rapport sur le rendement* de l'Office national du film du Canada (ONF) pour l'exercice 2005-2006. Ce rapport brosse un portrait détaillé des activités et des réalisations de l'organisme. Il témoigne du travail que l'ONF a accompli afin de réaliser son mandat.

L'exercice 2005-2006 a été important pour l'ONF puisqu'il lui a permis d'atteindre les objectifs de son plan stratégique de 2002-2006 et d'entreprendre un nouveau cycle de planification pour aborder les défis que présente un environnement multiplateforme. Au cours de la dernière année, l'ONF a été en mesure de conclure des partenariats stratégiques et de continuer à travailler avec de nouveaux cinéastes et les membres de l'industrie pour créer des produits novateurs. Ces produits ont tiré profit des nouvelles technologies en vue d'améliorer l'accès des Canadiens à la collection nationale de l'ONF, qui est constituée de plus de 12 000 œuvres.

Le *Rapport sur le rendement* de 2005-2006 présente les réussites de l'ONF. Il met aussi en valeur le rôle que jouent l'ONF et les autres organismes du portefeuille de Patrimoine canadien en vue de promouvoir notre culture et notre patrimoine et de permettre à tous les Canadiens de prendre part à la vie de notre société.

Beverley J. Oda

Canada

Message du commissaire

Être à l'avant-garde : une tradition de l'ONF

Il y a déjà quatre ans, en 2002, l'ONF se dotait d'un Plan stratégique ambitieux, qui visait à lui donner les moyens de faire face aux défis technologiques de l'ère numérique et à la compétition grandissante au niveau plan national et international. Au terme de cette année 2005-2006, j'ai bien envie de proclamer : Mission accomplie!

Sur les plans technologique et de l'innovation, l'ONF est bien de son temps. D'ici un an, 65 à 70 % de la production se fera en haute définition (HD). Ainsi, nous restons compétitifs et même, au devant des tendances dans l'industrie canadienne. Nous avons également pris des risques et exploré de nouvelles avenues. C'est notamment le cas pour la distribution multiplateforme, soit offrir un produit qui peut à la fois être diffusé à la télévision, sur Internet et sur téléphone cellulaire. À cela s'ajoute cette année nos 109 productions et coproductions de documentaires et de films d'animation, une cuvée de grande qualité qui aborde les questions de l'heure. Bref, l'ensemble de la production de l'année qui vient de se terminer témoigne de notre désir de rester à l'avant-garde.

Dans le monde de la création, aujourd'hui, il y a bien entendu Internet, un média en constante mutation. Là encore, l'ONF fait preuve de créativité. Que ce soit pour stimuler les jeunes dans les écoles, en encourageant le débat social chez les citoyens, ou simplement en présentant des œuvres originales, l'ONF réalise une expérience cinématographique unique sur le Web, qui fait réfléchir, divertir et informe les Canadiens et les Canadiennes. Une fois de plus, les résultats sont probants : cette année, notre site a reçu 4,7 millions de visites.

Pour ce qui est de notre place dans l'industrie, l'ONF est devenu un partenaire essentiel. Nous travaillons en symbiose avec l'industrie, et c'est plus de 45 % de nos films qui sont faits en coproduction avec des producteurs privés d'ici et d'ailleurs dans le monde. De plus, nos revenus ont augmenté : notre chiffre d'affaires s'élève à 8,8 M\$. Ce succès bénéficie à l'industrie pour qui l'ONF a généré environ 1 M\$ en revenus.

Pour conquérir cette place et la maintenir dans le futur, l'ONF déploie des efforts renouvelés pour trouver et développer les nouveaux talents et tout particulièrement ceux des communautés culturelles et autochtones. En 2005-2006, les œuvres réalisées par la relève représentent environ 50 % de notre production. Après ces quatre années de travail constant, l'ONF est bien inscrit au sein de l'industrie et reflète la diversité de notre pays.

De plus, l'histoire de l'ONF est d'une richesse inouïe et recèle de trésors; sa collection de plus 12 000 titres en est un exemple éloquent. Au terme de ces quatre années, l'accessibilité à ce patrimoine audiovisuel exceptionnel, qui a marqué l'histoire du cinéma, est plus que jamais à la portée des Canadiens et des Canadiennes. En effet, grâce à la numérisation des titres de notre collection et à sa restauration constante, le public peut visionner un nombre grandissant de nos

œuvres sur Internet. En plus des télédiffusions régulières de nos films sur les différentes chaînes de télévision, le public a accès à plus de 650 films via le Web. Les amateurs peuvent aussi se procurer les documentaires, les films d'animation et de fiction dans nos boutiques en ligne et avoir un service personnalisé de grande qualité grâce à notre service de DVD à la demande.

À cela s'ajoute la conclusion d'ententes internationales en vue de créer des consortiums favorisant les coproductions internationales, les projets de mise en valeur du matériel d'archives et l'offre aux producteurs canadiens de nouvelles occasions d'affaires sur la scène internationale. À titre d'exemple, l'ONF a signé une entente avec la New Israeli Foundation for Cinema and Television (NFCT) et a aussi signé un programme de coopération avec le ministère de la Culture du Brésil en matière de cinéma électronique, de coproduction, de distribution, de diffusion, de formation et de recherche.

Avec l'année 2005-2006, nous approchons de la dernière année de mise en œuvre de notre Plan stratégique de quatre ans. Le chemin parcouru est considérable et la population canadienne peut, encore plus que jamais être fière de son ONF qui fait rayonner au Canada et dans le monde la créativité et le savoir des artistes et artisans de notre pays.

A handwritten signature in black ink, reading "Jacques Bensimon". The signature is fluid and cursive, with a large initial "J" and a long, sweeping tail.

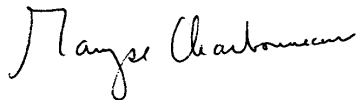
Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

Déclaration de la direction

Je sou mets, aux fins de dépôt au Parlement, le Rapport ministériel sur le rendement (RMR) de 2005-2006 de l'Office national du film du Canada.

Le présent document a été préparé conformément aux principes de préparation des rapports énoncés dans le *Guide de préparation de la Partie III du Budget des dépenses 2005-2006 : Rapports sur les plans et les priorités et Rapports ministériels sur le rendement*:

- Il est conforme aux exigences précises de déclaration figurant dans les lignes directrices du SCT.
- Il repose sur l'architecture des activités de programme approuvée du ministère figurant dans la SGRR.
- Il présente une information cohérente, complète, équilibrée et fiable.
- Il fournit une base pour la reddition de comptes à l'égard des résultats obtenus avec les ressources et les autorisations qui lui sont confiées.
- Il rend compte de la situation financière en fonction des montants approuvés des budgets des dépenses et des Comptes publics du Canada dans le RMR.



Nom : Maryse Charbonneau

Titre : Directrice, Administration

Renseignements sommaires

Raison d'être de l'Office national du film

Mandat – L'Office national du film du Canada a pour mandat de « *susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner ».*

Mission – La mission de l'ONF, conformément au Plan stratégique 2002-2006, consiste à *produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes, qui reflètent la diversité culturelle du pays et qui présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien.*

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui détient une imposante collection de films, un laboratoire de conservation, ainsi que des installations de postproduction et de recherche et développement à son bureau central, à Montréal. Le service des Relations gouvernementales exerce ses activités à partir d'Ottawa, tandis que les directions Marketing et communications, Distribution, Relations d'affaires et Services juridiques, Planification, évaluation et vérification, Ressources humaines et Administration sont majoritairement situées à Montréal.

L'ONF est un centre de création d'œuvres audiovisuelles unique en son genre. Ses œuvres sont produites dans les deux langues officielles. L'Office national du film du Canada possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, un bureau de production à Québec et deux centres de consultation, dont un à Montréal et l'autre à Toronto.

Avantages pour la population canadienne et pour le monde

L'ONF joue un rôle aussi nécessaire aujourd'hui qu'au moment de sa création en 1939. Aujourd'hui encore, il contribue à faire réfléchir et informer la population canadienne. Il est aussi un outil d'innovation sociale et de rapprochement citoyen. En intégrant la production et la distribution de films dans l'intérêt national, il favorise l'acquisition continue du savoir; il transmet les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger; il innove sur le plan du contenu, de la forme et de la technologie; il aide les nouveaux talents de diverses cultures et donne aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre. Bref, l'ONF est un partenaire complémentaire unique pour l'industrie du cinéma et de la télévision au Canada et à l'étranger.

Total des ressources financières du ministère (en milliers de \$)

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 62 948 | 68 222 | 65 111 |

Total des ressources humaines du ministère

| Prévues | Total des autorisations | Réelles |
|----------------|--------------------------------|----------------|
| 500 | 500 | 498 |

Priorités de l'Office national du film du Canada

| | | 2005-2006 | | |
|--|--|--|---|---------------|
| | | Dépenses prévues (en milliers de \$) | Dépenses réelles (en milliers de \$) | |
| <p>Résultat stratégique : Produire et rendre accessibles des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension du Canada et du monde.</p> | | | | |
| <p>Alignement aux priorités du gouvernement du Canada :</p> <p><i>Bâtir un Canada plus fort</i> « Le Canada puise sa force dans la diversité exceptionnelle de sa population et de ses régions. » « ... notre pays est aujourd'hui à l'avant-garde dans les domaines des sciences, des affaires, des arts et du sport. »</p> <p><i>Un Canada qui sert les intérêts de tous les Canadiens</i> « ...bâtir une fédération meilleure, dans laquelle les gouvernements uniront leurs efforts pour aider les Canadiens à réaliser leur potentiel. »</p> <p><i>Le Canada – fort, uni, indépendant et libre</i> « ... il établira des relations multilatérales et bilatérales plus solides, notamment avec les États-Unis... » « ... le gouvernement est résolu à promouvoir et à défendre à l'étranger les valeurs qui sont fondamentales pour le Canada : liberté, démocratie, primauté du droit et des droits de la personne. »</p> | | | | |
| <p>Priorités</p> <p>a) Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.</p> <p>b) Rejoindre davantage les communautés dans tout le Canada.</p> <p>c) Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits, etc.).</p> <p>d) Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la</p> | <p>Activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles</p> <p><i>Résultats prévus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ au moins 85 p. 100 de la programmation sur des enjeux sociaux; ▪ programmation consistant en la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias; ▪ projets innovateurs et expérimentaux; | <p>Sommaire du rendement</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Continu</p> | <p>48 707</p> | <p>47 337</p> |

| | | | | |
|---|---|---|--------|--------|
| <p>télévision et dans les circuits d'apprentissage.</p> <p>e) Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ nombre important de coproductions; ▪ développement et perfectionnement de nouveaux talents. | <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> | | |
| <p>Priorités</p> <p>a) Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.</p> <p>b) Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.</p> | <p>Activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles</p> <p>Résultats prévus</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ marchés diversifiés et revenus importants; ▪ commerce électronique dans les boutiques en ligne; ▪ ventes nombreuses représentant des sommes importantes auprès des diffuseurs; ▪ forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution. | <p>Sommaire du rendement</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Continu</p> <p>Continu</p> | 440 | 1 171 |
| <p>Priorités</p> <p>a) Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.</p> <p>b) Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada.</p> <p>c) Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le</p> | <p>Activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et au développement des réseaux</p> <p><i>Résultats prévus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ croissance de l'accès à la collection et, de ce fait, la population canadienne s'appropriera davantage l'ONF, sa collection, sa Médiathèque, sa CinéRobothèque et ses autres ressources; | <p>Sommaire du rendement</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> <p>Satisfait à toutes</p> | 11 172 | 12 660 |

| | | | | |
|--|---|--|--------------|--------------|
| <p>contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits).</p> <p>d) Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage.</p> <p>e) Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ solide programme de participation citoyenne par des projections publiques, des ateliers de maître ou autres, etc.; ▪ présence de qualité de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral; ▪ meilleure connaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions et reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs; ▪ image de marque réputée et prisée; ▪ numérisation accrue de la collection de l'ONF; ▪ forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution; ▪ excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias. | <p>les attentes</p> <p>Continu</p> <p>Continu</p> <p>Satisfait à toute les attentes</p> <p>Continu</p> <p>Continu</p> <p>Continu</p> | | |
| <p>Priorités</p> <p>a) Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire.</p> | <p>Activité de programme : services de recherche et de conseil</p> <p><i>Résultats prévus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ travail appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie dans le domaine de l'audiovisuel; | <p>Sommaire du rendement</p> <p>Satisfait à toutes les attentes</p> | <p>2 629</p> | <p>3 943</p> |

| | | | | |
|---|--|---------|--|--|
| b) Collaborer davantage avec le gouvernement et avec d'autres organismes. | ▪ l'ONF point de référence en cinématographie. | Continu | | |
|---|--|---------|--|--|

Contexte de l'Office national du film du Canada

Description des activités de l'ONF

L'Office national du film est une agence gouvernementale active dans le champ d'activités culturelles et il se rapporte au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien.

Le mandat de l'ONF lui confère l'autorité d'agir dans les champs d'activité suivants : la production, la distribution, la mise en valeur de sa collection et diffusion, le développement de réseaux et la recherche-conseil.

Activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles

Production : bâtir un capital social en encourageant l'engagement citoyen

Le mandat principal de l'ONF consiste à élaborer, développer, produire et diffuser des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'ONF utilisent des technologies innovatrices, dont la HD, l'animation 3D et des formats de production variés, tels que le court, moyen et long métrage. Elles sont des outils d'accroissement des connaissances, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen. De plus, l'ONF joue un rôle important dans la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des nouveaux talents.

Marketing : engager le citoyen canadien

Par le marketing de ses œuvres, l'ONF cherche à susciter l'engagement des citoyens et à faire connaître au plus grand nombre ses produits. Le marketing consiste à rejoindre les collectivités canadiennes et à les inviter à participer à des lancements où elles peuvent voir des films et en débattre.

Appui aux cinéastes : encourager le talent actuel et prometteur

En mettant en œuvre de nombreux programmes et projets de perfectionnement, l'ONF découvre et encourage le talent, consolide le cinéma canadien et favorise l'expérimentation. Son soutien aux cinéastes canadiens se traduit par tout un éventail d'activités offertes à l'échelle du pays.

La technologie et l'innovation : un savoir-faire reconnu et une recherche constante de l'excellence

L'ONF, depuis sa création, contribue au développement de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel. Le savoir-faire de son personnel technique est reconnu par tous et fait l'envie de nos partenaires d'ici et d'ailleurs. L'excellence de ce secteur nous permet d'accompagner nos nombreux collaborateurs dans leur recherche cinématographique, que ce soit en production, en distribution ou pour l'accessibilité à notre collection. De plus, il nous permet d'aider les nouveaux talents à acquérir une expertise durable et essentielle à leur développement.

Par ailleurs, nous collaborons avec des établissements de recherche afin de développer l'art et la science du cinéma.

Le marché international : s'ouvrir au monde

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ici et d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire nationaux et internationaux. Ces collaborations nous permettent d'élargir nos auditoires. L'Office national du film du Canada distribue également ses productions et ses acquisitions dans plusieurs marchés et territoires. Afin d'optimiser ses occasions d'affaires, l'Office national du film du Canada développe des partenariats avec, notamment, des bibliothèques propriétaires de grandes collections d'archives. Ces partenariats profitent à la fois à l'ONF et à ses collaborateurs pour leur plus grand bénéfice mutuel. Enfin, l'ONF s'associe à certains festivals internationaux de grande envergure pour que ses productions profitent des meilleures vitrines ici et ailleurs.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles

Distribution : une collection grandissante accessible à tous les Canadiens et les Canadiennes

Forte de plus de 12 000 titres, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution incluent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe, de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

Communications et réseaux : un rayonnement accru, une image de marque reconnue et une collection inscrite dans le temps

Les activités d'accès et de rayonnement rendent accessibles aux Canadiens des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Certaines activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la mettre à la portée des générations futures. De même, l'ONF prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et de Toronto et par sa cinémathèque en ligne. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes. Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et énergie dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils d'étude.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le

prototypage, collabore aux essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

Évolution du contexte documentaire

Au Canada comme ailleurs dans le monde, la production documentaire, et particulièrement son financement et sa distribution, sont l'objet de pressions importantes, et ce, malgré le regain de popularité dont jouit ce genre cinématographique, particulièrement en salle. À ce titre, selon *Profil 2005*¹, le genre documentaire représente 17 % des productions télévisuelles canadiennes portant visa (293 millions de dollars) et il est en baisse de 13 % sur l'année précédente.

Les documentaires d'opinion abordent des enjeux de société essentiels. Malheureusement, ce genre ne reçoit pas l'attention qu'il devrait auprès des télédiffuseurs. Le nombre d'heures à la télévision du documentaire à la télévision a diminué de 11 % comparativement à l'année précédente². Par ailleurs, les producteurs recourent de plus en plus et en plus grande proportion à l'aide du financement public, particulièrement dans le genre documentaire, et la moyenne de celui-ci oscille autour de 34 %³.

Devant les difficultés de financer de tels projets, les producteurs privés les délaissent ou s'associent à l'ONF. Dans un environnement d'affaires semblable, l'ONF joue un rôle stabilisateur important. Rappelons d'ailleurs la seconde réponse du gouvernement du Canada au rapport du comité permanent du Patrimoine canadien, dans laquelle on peut lire : « L'ONF est un organisme-clé pour la production et la distribution de films et autres œuvres audiovisuelles, qui reflètent la réalité culturelle et sociale du Canada⁴. »

L'ONF fait des documentaires d'opinion une de ses priorités, car la population veut voir des films qui l'aident à mieux comprendre les enjeux présentés sous divers points de vue⁵.

Se faire voir et entendre de nos publics dans le format de leur choix : un défi constant

La multiplication des choix offerts à nos différents publics rend le travail de l'ONF plus difficile. Nous sommes en compétition directe avec une variété importante de produits culturels et éducatifs. Cela est particulièrement vrai pour le marché télévisuel canadien. Nous observons depuis quelques années une fragmentation des auditoires et un marché encombré par une offre vaste et séduisante pour des diffuseurs avides de cotes d'écoute. Cette situation affecte l'ensemble de l'industrie, soit les producteurs, les distributeurs et les télédiffuseurs.

En revanche, l'intensification des visionnages publics partout au Canada, la fréquentation de notre site Internet, le développement de nouveaux canaux de diffusion, comme le téléphone cellulaire, permettent à l'ONF de rejoindre son public.

¹ Groupe Nordicité, *Profil 2005 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, Ottawa, février 2005, p.21.

² Ibid, p.22

³ Ibid., p. 22. Nous excluons la part des télédiffuseurs publics. Lorsqu'elle est incluse, le financement public direct et indirect représente 43 % du budget de production des documentaires en 2004-2005.

⁴ Patrimoine canadien, *Renforcer notre souveraineté culturelle – fixer les priorités du système canadien de radiodiffusion*, Ottawa, 2005, p. 18.

⁵ Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

Principaux partenaires

Partenaire et collaborateur sur tous les plans : synergie, créativité et optimisation

L'ONF a continué à forger des partenariats stratégiques avec des maisons de production et de distribution du secteur privé canadien et avec des diffuseurs publics afin de coproduire, diffuser et distribuer nos films. À l'échelle internationale, l'ONF s'est assuré de former des alliances en vue de maximiser les synergies potentielles et d'accroître les ventes et les revenus. Il fait de même sur le plan national en signant des ententes, c'est notamment le cas de l'entente avec la Canadian Film and Television Production Association (CFTPA) et celle avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ). Ces ententes décrivent les pratiques d'affaires entre l'ONF et ses deux associations pour le développement, la coproduction et la distribution d'œuvres audiovisuelles.

L'ONF participe également à plusieurs festivals, non seulement en soumettant des films, mais également en collaborant à la réussite de ces événements.

Nous reviendrons plus en détail sur les différents partenariats, ententes et collaborations qui ont jalonné l'année 2005-2006 dans les pages subséquentes. Notons au passage que l'ONF a signé des ententes entre autres avec NHK au Japon, Film Australia, Discovery Canada de même qu'avec la New Israeli for Cinema and Television (NFCT).

Le monde de l'éducation

De plus, dans le milieu de l'éducation, l'ONF favorise l'établissement de liens étroits avec les chaînes éducatives, le personnel enseignant, les établissements de recherche et d'enseignement ainsi que les bibliothèques. À ce chapitre, il a mis l'accent sur le resserrement des liens avec les systèmes scolaires. L'ONF fournit aussi des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de nombreux congrès annuels du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités.

Ensemble avec le gouvernement canadien

L'ONF compte sur la collaboration du ministère du Patrimoine canadien et des organismes de son portefeuille pour coordonner les activités patrimoniales et respecter les priorités pan-gouvernementales. Avec d'autres organismes et sociétés d'État, membres du portefeuille, l'ONF siège à plusieurs comités et groupes de travail, comme le Comité parallèle du portefeuille, une tribune où se discutent les enjeux communs aux autres organismes du portefeuille.

L'ONF s'associe fréquemment à des organismes culturels fédéraux afin de discuter de politiques publiques comme celles de Téléfilm Canada (TFC) et du Conseil des Arts du Canada, tout en cherchant des moyens d'accroître les possibilités de production avec Radio-Canada ou la CBC, et de diffusion sur ces chaînes. De plus, l'ONF a produit des mémoires dans le cadre des commissions parlementaires, il a notamment présenté son mémoire *L'ONF à l'heure du numérique et de la haute définition : perspectives et défis* au Comité permanent de la Chambre des communes en avril 2005.

À cela s'ajoute, l'initiative DÉCLIC, dans le cadre de laquelle on offre des stages et des apprentissages à des cinéastes et artisans issus de différentes communautés culturelles ou autochtones et le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). Ce dernier vise à aider les communautés de langue officielle en situation minoritaire à s'épanouir en renforçant l'appui des organismes fédéraux œuvrant dans le milieu culturel.

Enfin, l'ONF bénéficie du Fonds Mémoire canadienne dont l'objectif est de mettre tous les Canadiens en contact avec la richesse du patrimoine du Canada en leur faisant accéder gratuitement, au moyen d'Internet, aux grandes collections du patrimoine culturel canadien.

Facteurs internes et externes

Le Plan stratégique 2002-2006 arrivera à son terme en 2007. L'ONF a donc consolidé les nombreux changements apportés à l'institution ces quatre dernières années afin de concrétiser les objectifs suivants :

- définir le rôle essentiel que joue l'ONF dans le paysage audiovisuel canadien et le positionner dans le nouveau contexte de la mondialisation;
- favoriser le rapprochement entre le public canadien, l'ONF d'aujourd'hui et son patrimoine audiovisuel;
- refléter davantage et de manière plus pertinente la société canadienne;
- confirmer le rôle de l'ONF à titre d'incubateur d'excellence et d'innovation créatrice;
- maintenir et développer le capital humain de l'ONF;
- augmenter de façon significative le rendement du capital investi.

Les risques, défis et possibilités que supposent ces facteurs, ainsi que leurs répercussions sur l'ONF

Risques

Les risques externes englobent le fait que l'ONF n'a pas un accès direct aux canaux de diffusion et de distribution de ses productions. Par exemple, compte tenu de l'espace restreint pour le documentaire et l'animation dans les grilles horaire des télédiffuseurs, la population canadienne n'a pas toujours accès aux films de l'ONF. De plus, lorsque les films sont programmés à la télévision, la population sait rarement qu'il s'agit de productions de l'Office, à moins de lire attentivement le générique.

Heureusement, les changements chez les habitudes du public, entre autres, l'augmentation du temps passé sur Internet, surtout chez les jeunes, et l'engouement sans cesse grandissant pour les documentaires présentés en salle offrent de nouvelles occasions à l'ONF de rejoindre les Canadiens et de dialoguer avec eux.

Défis

Financement

Au cours de cette période, l'un des défis importants de l'ONF demeure la diminution de ses ressources financières. L'ONF pourrait faire face aux nombreux défis de l'ère numérique avec des ressources financières supplémentaires. Depuis plusieurs années, l'ONF souhaite une injection de fonds plus importante pour être en mesure de continuer à jouer les rôles aussi multiples qu'essentiels de production, de diffusion et de conservation.

Maximiser les revenus dans une industrie en pleine mutation

L'ONF est propriétaire de l'un des plus riches catalogues audiovisuels au monde et d'une cinémathèque de plans d'archives. Il peut accroître ses revenus en multipliant les licences de diffusion, en réalisant de nouvelles compilations pour des marchés précis et en offrant des produits sur mesure pour le système d'éducation. Il œuvre toutefois au sein d'une industrie en pleine mutation, ce qui rend difficile l'établissement de prévisions exactes. Il faut réitérer le fait que l'ONF ne doit en aucun cas compromettre ses valeurs fondamentales et qu'il doit peser l'objectif de maximiser les revenus en regard de ses objectifs en matière de culture et d'accessibilité, lesquels ne sont pas de prime abord de nature commerciale.

Question de droits

De plus, l'ONF ne peut acquérir de droits à court terme pour une seule utilisation comme dans le cas de redevances à des fins de télédiffusion. Il doit aussi racheter les droits sur des films à valeur historique afin que la population canadienne y ait accès. Il s'agit là d'une responsabilité qui incombe à l'ONF, en sa qualité de producteur public. L'augmentation du coût d'achat des droits se répercute directement sur le coût des productions et représente un défi croissant pour l'ONF.

Restructuration

L'ONF poursuit la mise en œuvre de sa restructuration des activités de marketing - lesquelles étaient auparavant décentralisées dans les différentes directions de l'Office - au sein d'une seule direction : Marketing et communications. De plus, la gestion de l'information et les affaires gouvernementales ont également été centralisées au sein de la direction de la Planification.

Possibilités

Distribution de documentaires

Quelques rares distributeurs du secteur privé demeurent des intervenants-clés dans la distribution de documentaires, mais ils concentrent le plus souvent leurs efforts sur les séries ou documentaires de divertissement. Dans un pareil contexte, l'ONF joue un rôle unique et essentiel dans la distribution de documentaires, entre autres, en distribuant les films qu'il produit, coproduit et acquiert des producteurs privés.

Appliquer les nouvelles technologies de distribution numérique

Le rythme de l'évolution technologique et l'intérêt croissant que manifeste la population canadienne pour des films de plus en plus variés offrent des débouchés intéressants non seulement à l'ONF, mais au film canadien en général. À titre d'exemple, le cinéma électronique, la haute définition et la production multiplateforme constituent des avenues prometteuses pour l'avenir.

Ces nouvelles opportunités comportent également des risques importants d'obsolescence. En effet, il importe pour l'ONF d'adopter rapidement ces nouvelles technologies sous peine de voir ses capacités de production, de distribution et d'accessibilité devenir de moins en moins pertinentes pour ses partenaires et pour la population canadienne en général. L'ONF a déjà amorcé la transition de ses activités vers une utilisation plus grande des nouvelles technologies. Toutefois, les besoins en capital sont substantiels et l'ONF pourrait devoir faire des choix difficiles sans un financement adéquat en relation aux nouvelles réalités technologiques.

Afin d'atténuer les risques d'offrir des formats en perte de vitesse auprès des Canadiens et des Canadiennes, nous avons déjà converti en fichiers numériques plus de 25 % de notre collection. Ceux-ci nous permettent d'offrir une variété importante de formats, que ce soit MPEG 4, Quick time, Realplayer, Windows, ou Flash. Nous entendons bien sûr continuer la numérisation de notre collection, avec le support, notamment, du Fonds Mémoire du gouvernement canadien.

La contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités du gouvernement fédéral. Ces priorités, en plus des alignements avec les priorités du gouvernement présentés dans le tableau de la page 10, sont énoncées dans le discours du Trône d'avril 2006, touchent plus particulièrement l'ONF.

- a. S'attaquer au crime : le gouvernement s'est engagé à faire la prévention du comportement criminel et à travailler avec les gouvernements des provinces et des territoires pour aider les collectivités à offrir des perspectives d'avenir aux jeunes et à mettre fin au cycle de violence qui détruit tant de vies et de collectivités. L'ONF produit, dans les deux langues officielles, un contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays, qui s'intéressent, entre autres, aux sources de la violence dans nos sociétés. De plus, des initiatives comme Wapikoni Mobile et Vidéo Paradiso encouragent avec succès la participation des jeunes et leur fournissent un moyen d'expression.
- b. Le Canada – fort, uni, indépendant et libre : le gouvernement s'est engagé à travailler en collaboration avec nos amis et nos alliés afin de promouvoir les valeurs et les intérêts que nous partageons. De manière plus générale, le gouvernement s'est engagé à promouvoir et à défendre à l'étranger les valeurs qui sont fondamentales pour le Canada : la liberté, la démocratie, la primauté du droit et les droits de la personne. L'ONF produit, dans les deux langues officielles, un contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays, qui véhiculent les valeurs canadiennes ici et dans le monde.

- c. Les immigrants et les Autochtones : le gouvernement canadien s'est engagé à améliorer les possibilités pour tous les Canadiens, notamment les Autochtones et les nouveaux immigrants. L'ONF joue un rôle unique dans la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles réalisées par les membres de ces communautés culturelles et autochtones.
- d. La gestion de l'environnement : le gouvernement s'est engagé à prendre des mesures concrètes pour protéger notre environnement, notamment pour réduire la pollution et les émissions de gaz à effet de serre. L'ONF produit des œuvres audiovisuelles qui alimentent la réflexion et la discussion sur ce sujet.

Le rendement du Canada en 2005

Dans le document *Le rendement du Canada : rapport annuel au Parlement, 2005*, on rapporte que l'ONF contribue au dynamisme d'une culture et d'un patrimoine canadien. Le document résume la contribution des organismes culturels ainsi :

« La participation aux activités culturelles et patrimoniales enrichit l'expérience des citoyens en les exposant à divers aspects sociaux, historiques et culturels de leurs collectivités, en leur présentant des idées nouvelles et différentes et en favorisant une meilleure compréhension entre les divers groupes sociaux et culturels. L'expression culturelle reflète le sentiment d'être canadien et concrétise les valeurs communes qui distinguent le Canada des autres pays. »

**SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME
PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE**

Résultat stratégique

Le résultat stratégique de l'ONF consiste à produire et à rendre accessibles des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices, qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension de leur pays et du monde.

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles

Le mandat principal de l'ONF consiste à produire des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays, et ce, pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'ONF utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement de connaissance, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen.

| RMR 2005-2006 (selon l'AAP) | |
|---|---|
| Activités | Priorités |
| Production : Une programmation d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. | <ol style="list-style-type: none">1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.2. Consolider la capacité de l'ONF à détecter et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers.3. Favoriser les partenariats par les coproductions.4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie.5. Maintenir le développement de coproductions internationales. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 48 707 | 52 738 | 47 337 |

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 275 | 275 | 265 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- au moins 85 % de la programmation sur des enjeux sociaux;
- programmation consistant en la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;
- projets innovateurs et expérimentaux;
- nombre important de coproductions;
- développement et perfectionnement de nouveaux talents.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

Pour évaluer ses activités de programme, l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
- degré d'atteinte des auditoires (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision, incluant l'utilisation d'Internet, les visionnages communautaires en salle);
- reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals au Canada et à l'étranger;
- nombre d'applications innovatrices;
- participation de la population canadienne;
- diversité à l'écran et en coulisses;
- progression du nombre de coproductions.

Les priorités

- 1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes**

Indicateurs

- **Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF**

En tant que producteur public, l'ONF s'assure d'une programmation diversifiée sur les plans des genres et des sujets traités. La curiosité des Canadiens, leur soif de connaître le monde qui les

entoure, la grande qualité de nos cinéastes qui viennent de partout au Canada, permettent à l'Office de produire des œuvres audiovisuelles d'une grande variété.

En 2005-2006, l'ONF a produit et coproduit 73 films documentaires, 22 films d'animation et, plus modestement, 2 films de fiction. L'ONF encourage la production de films documentaires et d'animation pour la télévision, de longs métrages pour la salle, mais également les courts métrages, qui, par leur grande créativité, permettent d'explorer les possibilités de la production multiplateforme et de la téléphonie. Nous détaillerons, dans les sections suivantes, les initiatives liées aux longs et courts métrages.

La cuvée de films de cette année est d'une grande variété de sujets et se distingue par l'originalité du traitement. Plus de 85 % des films produits abordent divers enjeux sociaux : nos cinéastes se sont notamment intéressés à la violence faite aux enfants, aux jeunes de la rue, à la situation des femmes dans les mosquées canadiennes, à l'agriculture au Canada, à l'identité autochtone, à la culture populaire, à la chasse aux phoques et à la situation d'autres pays, comme celle de la violence en Colombie.

Afin de rendre compte de la diversité des genres et des sujets traités, voici quelques exemples des films documentaires et d'animation qui ont fait réfléchir les Canadiens et ont encouragé l'engagement citoyen.

Qui n'a pas entendu parler de la chasse aux phoques au Canada? *My Ancestores Were Rogues and Murderers*, un documentaire de Anne Troake, jette un regard nouveau sur la chasse aux phoques et son histoire. Ce film va au-delà des manchettes et du battage médiatique souvent dominés par les environnementalistes et les célébrités. La cinéaste présente l'envers de la médaille en donnant la parole aux chasseurs de phoques et en célébrant la culture unique des ports isolés de Terre-Neuve.

Réalisé et scénarisé par la réalisatrice montréalaise Karen Cho, *In the Shadow of Gold Mountain* donne la parole aux dernières personnes d'origine chinoise ayant vécu sous la Loi de l'immigration chinoise, en vigueur de 1885 à 1947. Pendant plus de 62 ans, cette loi a imposé des conditions injustes à la communauté chinoise canadienne. Ce film s'appuie sur plusieurs témoignages touchants et fait la lumière sur une période qui a marqué l'identité de plusieurs générations de Canadiens d'origine chinoise.

Pour ce qui est de la coproduction avec Argus Films du documentaire *Qui a tiré sur mon frère?*, réalisé par Germán Gutiérrez, il enquête sur la tentative d'assassinat de son frère, un député militant de gauche en Colombie. Il part d'un drame individuel pour dépeindre la réalité de ce pays où la guerre civile, la corruption, le trafic de drogue, la guérilla et les prises d'otages se conjuguent pour faire de la Colombie un des états les plus violents de la planète.

Un autre exemple, est le film *Country* qui nous fait connaître la culture country dans les festivals du Québec. Ce film nous fait découvrir une culture unique remplie de chaleur humaine et des passionnés qui se déplacent de ville en village. Enfin, le documentaire *Les enfants de la Couronne* raconte l'histoire bouleversante de jeunes qui ont grandi tant bien que mal au sein du système d'aide à l'enfance.

Enfin, rappelons que l'ONF offre aussi les programmes d'Aide au cinéma indépendant du Canada (ACIC) et le Filmmakers Assistance Program (FAP). Ces programmes sont destinés tant aux cinéastes d'expérience qu'à des artistes en début de carrière et soutiennent la production de documentaires, de films d'animation et de fiction. Ce support peut prendre la forme de prêts d'équipement et de services techniques se rattachant à la production ou à la postproduction. Cette année, ces programmes ont supporté 183 projets, soit 53 projets pour l'ACIC et 130 projets du côté de FAP.

- **Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films**
- **Participation de la population canadienne**

L'ONF rejoint les Canadiens de tout âge et toute origine à travers divers canaux de distribution et diffusion. La télévision demeure un moyen privilégié pour atteindre le public, mais Internet devient de plus en plus crucial, surtout en ce qui concerne les jeunes. Nos films sont également vus par le public dans les cinémas, lors des festivals et de visionnages publics, mais aussi grâce à la vente de nos films par la vidéo sur demande aux consommateurs, aux écoles et aux divers organismes culturels et sociaux.

Auditoire à la télévision

Les films de l'ONF sont une source unique de contenu canadien distinctif et pertinent accessible au système de radiodiffusion canadien; ces films sont présentés sur diverses chaînes télévisuelles, soit généralistes, spécialisées ou numériques. D'ailleurs, l'ONF est partenaire d'une chaîne numérique Documentary Channel (avec la CBC, maintenant actionnaire majoritaire) depuis sa création en 2001.

Cette année, la majorité des films de l'ONF se retrouve sur Documentary Channel, soit environ 50% des 1 484 télédiffusions. Ensuite viennent les chaînes comme Independent Film Channel, Aboriginal Peoples Television Network, Knowledge Network et CBC Newsworld (Notez que les cotes d'écoute de ces chaînes ne sont pas disponibles chez Nielsen, source habituelle de l'ONF). Cette année, l'auditoire rejoint a diminué, elle se situe à 5,9 millions comparativement à 8,5 millions d'auditeurs. Rappelons que les résultats d'auditoire varient beaucoup d'une année à l'autre, car ils dépendent des achats et de la grille de programmation des diffuseurs. Cette baisse s'explique aussi par la fragmentation continue de l'auditoire, conséquence du nombre grandissant de chaînes spécialisées. Comme nous le mentionnons dans les pages précédentes, la multiplication des choix offerts à nos différents publics rend le travail de l'ONF plus difficile. Nous sommes en compétition directe avec une variété importante de produits culturels et éducatifs. Cela est particulièrement vrai pour le marché télévisuel canadien. Cette situation affecte l'ensemble de l'industrie, soit les producteurs, les distributeurs et les télédiffuseurs.

En revanche, l'ONF a développé une stratégie de projections publiques partout au Canada, de fréquentation de notre site Internet et de développement de nouveaux canaux de diffusion, comme le téléphone cellulaire qui nous permet de rejoindre le public.

Malgré cette diminution, les films de l'ONF ont eu beaucoup de succès à heure de grande écoute sur plusieurs chaînes généralistes, comme la Société Radio-Canada (SRC), CBC et CTV. Voici

quelques exemples qui montrent l'intérêt du public pour le documentaire. À la SRC, diffusé lors de l'émission *Enjeux*, le documentaire *Histoire d'être humain* a attiré un auditoire de grande envergure, soit 803 000 téléspectateurs! À la CBC, le film *When the Hockey Came to Belfast* a attiré 323 000 téléspectateurs. Le documentaire *Being Caribou* diffusé à l'émission *The Nature of Things* à CBC a attiré 168 000 téléspectateurs et 144 000 téléspectateurs lors d'une deuxième télédiffusion à CBC. À CTV cette fois, le documentaire *Men of the Deeps* a attiré 160 000 téléspectateurs. Les titres français sont également très populaires et suscitent beaucoup d'intérêt. Enfin, l'ONF a également du succès sur les chaînes spécialisées comme Discovery Canada. En effet, lors de la diffusion du premier épisode de *Miracle Planet*, l'auditoire rejoint était de 162 000 téléspectateurs.

Développement et achalandage du site Internet

L'auditoire sur Internet devient de plus en plus important et permet, entre autres, de rejoindre les jeunes qui passent de plus en plus de temps devant leurs ordinateurs. Le site Web de l'ONF, <www.onf.ca>, a été visité par près de cinq millions d'internautes. À titre d'exemple, les sites Web Parole citoyenne et CitizenShift ont connu une croissance remarquable : plus de 300 000 visiteurs ont franchi les portes de ces webmagazines. Notons que l'ONF procède présentement à une refonte de son site Web, ce qui rend difficile la comptabilisation des visites et la comparaison avec l'année précédente.

Auditoire lors des visionnages publics

Encore cette année, l'ONF a intensifié ses activités de projection publique aux quatre coins du pays. En 2005-2006, l'ONF a tenu 2 500 projections publiques, auxquelles ont assisté 154 653 personnes. Cela constitue une augmentation importante et montre l'intérêt grandissant pour le documentaire. En effet, l'année passée, l'ONF en avait organisé environ 1 000, c'est maintenant plus du double de projections qui ont été faites car la demande est grandissante. Pour ce qui est de l'auditoire atteint, les résultats sont probants : il s'agit d'une augmentation de 180 % par rapport à l'année précédente, où 55 116 personnes s'étaient déplacées.

Les gens se déplacent également dans les deux centres de consultation de l'ONF : la CinéRobothèque de Montréal et la Médiathèque de Toronto. Au cours de l'année, la Médiathèque a accueilli plus de 100 000 visiteurs et plus de 200 groupes de jeunes élèves, soit environ 5 000 jeunes. Pour ce qui est de la CinéRobothèque, c'est également plus de 100 000 visiteurs et environ 3 000 jeunes en ont aussi profité pour se divertir. Cette année, il y a une diminution des groupes scolaires, car les syndicats d'enseignants au Québec avaient organisé un boycottage des activités parascolaires dans le cadre de pressions exercées auprès du gouvernement québécois.

Augmentation des ventes sur les marchés consommateur et institutionnel

Nos succès retentissants sur les divers marchés montrent l'engouement pour les produits de l'ONF. Notre chiffre d'affaires a totalisé 8,105 millions de dollars ce qui constitue une augmentation substantielle par rapport à l'année précédente, dont le chiffre d'affaires s'élevait à

6,945 millions de dollars. Nous décrirons plus en détails le succès des ventes de l'ONF dans la section relative à l'activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles.

▪ **Reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, au Canada et à l'étranger**

La reconnaissance que témoigne l'industrie canadienne et étrangère à l'égard de l'excellence des films de l'ONF est une mesure du caractère concurrentiel – donc de la qualité, de la pertinence et de l'innovation – de ses productions. On trouvera dans le tableau ci-dessous le nombre de prix remportés par l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année, par rapport à l'année précédente.

Prix remportés

| | 2004-2005 | 2005-2006 |
|--------------|------------|------------|
| Total | 204 | 143 |

En 2005-2006, les œuvres des cinéastes et artisans de l'ONF se sont distingués sur la scène nationale et internationale. Pour la seconde année de suite, une production de l'ONF a été honorée par le Prix Canada, remis dans le cadre des prix Gemini : il s'agit du film *Two Worlds Colliding*, un premier film de Tasha Hubbard. Ce documentaire raconte l'histoire tragique d'Autochtones abandonnés par des policiers dans un champ désert en banlieue de Saskatoon, à une température de moins 20°C. Au cours de la même cérémonie, le prix de la meilleure photographie a été remis au film *ShipBreakers*, réalisé par Derek Rogers. Notons aussi, que le film *Scared Sacred*, de Velcrow Ripper, a obtenu le prix Génie du meilleur documentaire, alors que *cNote*, un film de Christopher Hinton, remportait le Génie du meilleur court métrage d'animation. De plus, le film *Ryan*, lauréat d'un Oscar au début de 2005, continue de récolter les honneurs partout dans le monde.

Enfin, pour ce qui est de notre site Web, il a remporté le Grand Prix, catégorie site Internet, du meilleur site traditionnel dans le cadre des prix Boomerang des Éditions Infopresse. De plus, le site *CitizenShift* s'est vu salué d'une mention honorifique au prestigieux Webby Awards, à New York.

2. **Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux, assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones et culturels divers.**

Indicateur

- **Diversité à l'écran et en coulisses**

Pendant les quatre années de son Plan stratégique 2002-2006, l'ONF a mis au cœur de ses actions la diversité culturelle canadienne et sa promotion sur la scène internationale. Il a aussi fait du développement et du soutien de la relève un axe central de son Plan stratégique. Nous poursuivons nos efforts dans ces domaines en maintenant des programmes et créant de nouvelles initiatives. En 2005-2006, environ 50 % des films ont été réalisés par de nouveaux talents. Notons, entre autres, *Mohawk Girls*, un documentaire de Tracey Deer, qui dresse un portrait étonnant de la culture des jeunes autochtones en s'intéressant à trois jeunes filles aux prises avec un questionnement identitaire. Ce film a d'ailleurs rapporté un prix lors du Festival Imagine Native 2005. Un autre exemple éloquent est le court métrage *Smudge* de Gail Maurice, qui a été sélectionné au prestigieux Festival Sundance aux États-Unis. Ce film, produit dans le cadre de Momentum, un programme pour la relève, raconte comment un petit groupe de femmes autochtones exercent et célèbrent leur droit de culte dans les villes canadiennes.

Afin d'illustrer davantage notre propos, voici les nouvelles initiatives en matière de diversité culturelle. En novembre 2005, l'ONF et la Yukon Film and Sound Commission lançaient le concours Northern Sights. Ce concours vise à multiplier les occasions de perfectionnement professionnel pour les cinéastes du Nord, en organisant un camp d'entraînement intensif. Le projet de Marten Beckman, Adrenaline Bach, est le grand gagnant du concours et passera donc à l'étape de la production.

En plus de son Aboriginal Film Programme, un programme pour les cinéastes autochtones existant depuis plusieurs années, l'ONF a développé First Stories qui permet aux Autochtones d'avoir accès à des ateliers sur le documentaire donnés par une équipe de professionnels et de produire leur film. Le programme a été lancé en mars 2005 et a permis à quatorze cinéastes autochtones de participer. Il s'agit d'une collaboration entre l'ONF, CBC Manitoba, Manitoba Film and Sound et Téléfilm Canada. Au terme des ateliers, cinq cinéastes ont été choisis pour faire leur projet avec un producteur de l'ONF.

Pour la quatrième année de suite, l'ONF a organisé son concours Reel Diversity à l'échelle nationale. Cette compétition s'adresse aux cinéastes de la relève issus des minorités visibles et permet à trois cinéastes d'avoir la chance de produire leur documentaire à l'ONF qui sera, par la suite, diffusé sur les ondes de CBC Newsworld. Depuis les débuts de ce concours, plus d'une vingtaine de films ont été produits et plusieurs ont gagné des prix.

Cette année encore, en collaboration avec l'équipe de l'ONF et les Productions Les Beaux Jours, le Wapikoni Mobile sillonne les communautés autochtones afin d'initier les jeunes au cinéma et à la production d'œuvres cinématographiques et à la musique. Déjà plus de quinze films ont été réalisés par des jeunes créateurs autochtones et plus d'une trentaine d'œuvres musicales

originales ont été enregistrées. C'est plus de 350 jeunes issus des communautés autochtones qui y ont participé. D'ailleurs, il importe de noter que le film *La lettre* de l'équipe du Wapikoni, dont le caméraman est Shanouk Newashish, a raflé plusieurs honneurs. Enfin, cette année marquait le lancement du premier studio permanent issu du projet.

Se préoccupant de l'équité, l'ONF a également développé, en partenariat avec le Festival Picture this... de Calgary, un projet pour les personnes handicapées afin qu'elles puissent produire un court métrage documentaire. Days to Minutes a permis à huit personnes handicapées du Calgary et de sud de l'Alberta de bénéficier des conseils et de l'aide d'une équipe de professionnels pour choisir une idée de court métrage, le produire durant le festival et le présenter à la clôture de ce dernier.

Passons maintenant, aux programmes destinés plus spécifiquement à la relève. Cette année, TV Ontario (TVO) et l'ONF ont lancé le programme Carte de visite permettant à une équipe de la relève de l'Ontario, composée d'un réalisateur et d'un producteur, de créer leur premier documentaire d'une demi-heure pour la télévision. Les deux équipes sélectionnées cette année ont reçu un prix d'une valeur de 45 000 \$ (30 000 \$ venant de l'entente de coproduction avec l'ONF et 15 000 \$ venant des droits de diffusion de TVO).

Un autre projet a été *Voices from the Hood* qui visait à donner la parole aux jeunes des minorités anglophones de Montréal. Dans ce cadre, des jeunes de 15 à 29 ans ont réalisé des courts métrages vidéo célébrant la vie au sein de leur communauté. Il s'agit d'une collaboration entre l'ONF et e-Mage Jeunesse, un organisme à but non lucratif dont la mission est de favoriser l'autonomie des jeunes par le multimédia.

L'ONF a continué d'encourager la relève avec ces deux programmes qui remportent chaque année beaucoup de succès, soit *Hothouse*, qui vise le film d'animation et *Momentum*, qui s'adresse aux documentaristes. Ces programmes d'incubation de talents aident les cinéastes de la relève à produire de courts métrages documentaires et d'animation.

Enfin l'ONF continue à participer aux deux projets gouvernementaux : *Déclic* et *PICLO*. *Déclic* est une initiative du ministère du Patrimoine canadien, en partenariat avec Téléfilm Canada et le Conseil des Arts du Canada, destinée à aider les cinéastes et les producteurs de la diversité culturelle à s'intégrer dans l'industrie audiovisuelle. L'ONF y participe, depuis trois ans, en offrant des possibilités de perfectionnement en production et réalisation aux cinéastes de la diversité tout en facilitant leur accès au public canadien. Pour ce qui est du programme *PICLO*, il est le résultat d'un partenariat interministériel des communautés de langues officielles du ministère du Patrimoine canadien conçu pour offrir aux producteurs, aux auteurs et aux réalisateurs francophones œuvrant à l'extérieur du Québec la possibilité de développer leurs compétences.

3. Favoriser les partenariats par les coproductions

Indicateur

- **Progression du nombre de coproductions**

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ici et d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire canadiens et internationaux. Ces partenariats nous permettent également d'augmenter nos occasions d'affaires pour le bénéfice mutuel à la fois de l'ONF et de ses collaborateurs. Cette année l'ONF a coproduit 51 films avec l'industrie.

Récemment, l'ONF annonçait une coproduction d'une série documentaire avec Galafilm sur Paris, en 1919, d'après le livre de Margaret MacMillan, récompensé par le prix de la Gouverneure générale. Cette coproduction, qui sera réalisée par Paul Cowan (primé à l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences), s'intéressera aux six mois suivant la Première guerre mondiale, qui ont façonné le monde d'aujourd'hui et dont les conséquences sont encore observables aujourd'hui.

Enfin, rappelons que l'ONF est un acteur important dans le long métrage documentaire et a renouvelé son engagement envers ce genre en créant avec son partenaire Documentary Channel un fonds de 800 000 \$ pour la coproduction de longs métrages documentaires destinés aux salles de cinéma.

4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie

Indicateur

- **Nombre d'applications innovatrices**

L'ONF maintient le cap sur la créativité, l'innovation et l'expérimentation des formes et des contenus. À cet égard, les diverses initiatives de l'ONF dans le domaine du court métrage encouragent la créativité et l'expérimentation dans la forme et le contenu. Déjà, dans les sections précédentes, nous avons évoqué certaines initiatives liées aux courts métrages, dont Momentum et Hothouse.

Nous aimerions mettre ici en relief certaines d'entre elles qui ont produit des œuvres d'une grande originalité ou mettent l'innovation à l'avant-plan. C'est notamment le cas de Shorts in Motion, un projet novateur de films courts métrages pour le téléphone cellulaire, la télévision et Internet. Cette initiative est le résultat d'efforts conjoints entre plusieurs partenaires, soit : Marblemedia, coproducteur avec l'ONF, Bravo!Fact, de Chum Television, et la compagnie de téléphone mobile Ericsson, le Fonds des nouveaux médias de Téléfilm Canada, le programme des médias interactifs de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario et Sundance Channel. Il est à noter que les deux seuls courts métrages canadiens en nomination dans le cadre du concours Mobile TV Awards 2005 du Marché international des contenus

audiovisuels, qui se déroule à Cannes (MIPCOM), sont issus de cette initiative. Il s'agissait des courts métrages, *I'm Sorry* et *Phone Call from Imaginary Girlfriends* qui étaient en nomination dans la catégorie Meilleur contenu ou création pour téléphone cellulaire. Maintenant, les films de Shorts in Motion sont offerts sur téléphone cellulaire partout au Canada.

Dans la même veine, l'ONF, en tant que producteur d'œuvres d'animation de renommée mondiale, assure le volet consacré à l'animation, *Content 360*, du Marché international des contenus audiovisuels et numériques (MIPTV/MILIA) qui se tient à Cannes en avril 2006. Ce programme vise à exploiter de façon créative le potentiel des nouvelles plateformes numériques et à favoriser les interactions entre les auditeurs et les chaînes de télévision. Le producteur lauréat se verra offrir un accord de coproduction avec l'ONF pour le développement d'un projet. Les autres partenaires associés au projet sont la British Broadcasting Corporation et la Korean Broadcasting Commission.

Les deux programmes décrits précédemment montrent comment l'appui et la promotion que l'ONF offre aux courts métrages de documentaires et d'animation constituent une stratégie importante en matière d'innovation. En effet, le court métrage offre un créneau unique à l'ONF pour explorer le potentiel de la création multiplateforme.

En plus de la production multiplateforme, l'Office et ses créateurs innove sur le Web. Depuis presque deux ans, l'ONF a lancé un cybermagazine dans les deux langues officielles Parole citoyenne et son pendant anglophone *CitizenShift*, un lieu de rencontre entre le cinéma et l'engagement social. Il s'agit d'un outil novateur de transformation sociale qui permet aux cinéastes, artistes, penseurs et aux citoyens d'échanger de l'information et de débattre de divers enjeux sociaux. Parole citoyenne et *CitizenShift* sont à l'avant-garde des contenus et de la forme et propose des blogues, des extraits audio et des dossiers thématiques sur divers enjeux sociaux. À titre d'exemple, lors de la Semaine d'action contre le racisme et dans le cadre du Festival des films sur les droits de la personne à Montréal, un concours de court métrage, dont le thème était Libérons-nous du racisme, était lancé.

Encore cette année, l'ONF a déployé des efforts pour développer et promouvoir un réseau indépendant de cinéma numérique avec ses partenaires, entre autres, Téléfilm Canada et la SODEC (Société de développement des entreprises culturelles du gouvernement du Québec). Il s'agit d'un procédé de distribution révolutionnaire pour créer un réseau de distribution indépendant permettant aux films canadiens d'être vus par le public, et ce, dans les grands centres urbains comme dans les régions.

5. Maintenir le développement de coproductions internationales

Indicateur

- **Progression du nombre de coproductions internationales**

L'ONF jouit d'une excellente réputation internationale et souhaite s'appuyer sur cette notoriété pour développer de nouvelles alliances qui profitent à l'ensemble de l'industrie canadienne. Depuis 2002, première année du Plan stratégique, l'ONF a constamment renforcé sa présence sur la scène internationale. L'année 2005-2006 a été particulièrement fructueuse tant au plan de sa participation à des marchés prestigieux comme le MIPCOM que sur le développement d'ententes de coproduction.

Cette année, l'ONF a créé douze coproductions internationales. Il s'agit là d'une augmentation par rapport à l'année dernière de 71 % (sept coproductions internationales). Les coproductions internationales ouvrent souvent la porte à de nouveaux partenariats. À titre d'exemple, le succès retentissant de la coproduction internationale avec NHK du film *Miracle Planet*, une série documentaire en haute définition (HD), a ouvert la porte à un accord entre l'ONF et Discovery Channel Canada, un prestigieux diffuseur de documentaire. Cet accord permettra à l'ONF et Discovery Channel de contribuer à de nouvelles coproductions notamment en HD et à la mise en commun de leurs archives respectives.

Rappelons que ces dernières années, l'ONF a élaboré et conclu des ententes avec des organismes comme NHK au Japon, ARTE ou Film Australia en vue de créer des consortiums favorisant les coproductions internationales, les projets de mise en valeur du matériel d'archives et d'offrir aux producteurs canadiens de nouvelles occasions d'affaires sur la scène internationale. Cette année, l'ONF a signé une entente avec New Israeli Foundation for Cinema and Television (NFCT) pour offrir des fonds pour le développement de cinq propositions de longs métrages documentaires. Il s'agit d'un projet pilote d'une valeur de 60 000 \$. De plus, l'ONF a signé une entente avec NHK, Discovery Canada, Film Australia afin de développer des films à partir de leurs archives respectives. Cette nouvelle entente permettra d'exploiter le potentiel des nouvelles plateformes (cellulaire, iPod) pour le marché de l'éducation.

L'ONF a aussi signé un programme de coopération avec le ministère de la Culture du Brésil en matière de cinéma électronique, de coproduction, de distribution, de diffusion, de formation et de recherche. Ce programme permettra d'explorer des occasions de coproduction dans les domaines du documentaire, de l'animation et du cinéma expérimental de même que des échanges d'expertise en distribution et en formation.

Là ne s'arrêtent pas nos efforts. En vue de poursuivre le développement de coproductions internationales, l'ONF a nommé Maurice Paleau au poste de chef des Relations internationales. M. Paleau était précédemment vice-président du développement créatif chez Discovery Networks International. Il sera, entre autres, responsable de la prévention des projets de l'ONF auprès des diffuseurs internationaux, en plus de chercher des possibilités de production pour l'ONF.

Il importe également de rappeler que la présence de l'ONF sur la scène internationale ne profite pas qu'à l'Office, mais également à ses coproducteurs et aux producteurs indépendants. D'ailleurs, afin d'aider les producteurs indépendants à peaufiner la présentation de leur projet, l'ONF a créé un prix pour la meilleure présentation dans le cadre de la 2^e édition du Co-production Challenge MIPDOC, un prix assorti d'une bourse de 2000 €.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles

Impressionnante par sa taille et sa diversité, la collection de films de l'ONF est distribuée dans tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution comprennent, notamment, la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe; de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'ONF vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution, l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

| RMR 2005-2006 (selon l'AAP) | |
|--------------------------------------|--|
| Activité de programme 2 | Priorités |
| Distribution d'œuvres audiovisuelles | <ol style="list-style-type: none"> 1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public. |

Ressources financières (en milliers de dollars)

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 440 | 498 | 1 171 |

L'écart entre le total des dépenses réelles nettes et les dépenses nettes prévues pour l'année financière s'explique par un accroissement des investissements en droits de distribution. L'écart entre les dépenses réelles et les dépenses prévues est aussi imputable à une diminution des revenus. Les revenus prévus (qui réduisent les dépenses prévues) avaient été budgétés à 7 519 000 \$ alors que les revenus réels ont atteint 7 173 000 \$.

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|----------------|----------------------|----------------|
| 45 | 45 | 47 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- marchés diversifiés et revenus importants;
- commerce électronique dans les boutiques en ligne;
- ventes nombreuses auprès des diffuseurs représentant des sommes importantes;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- développement et diversification des marchés (marchés canadiens et étrangers);
- suivi des revenus et des ventes.

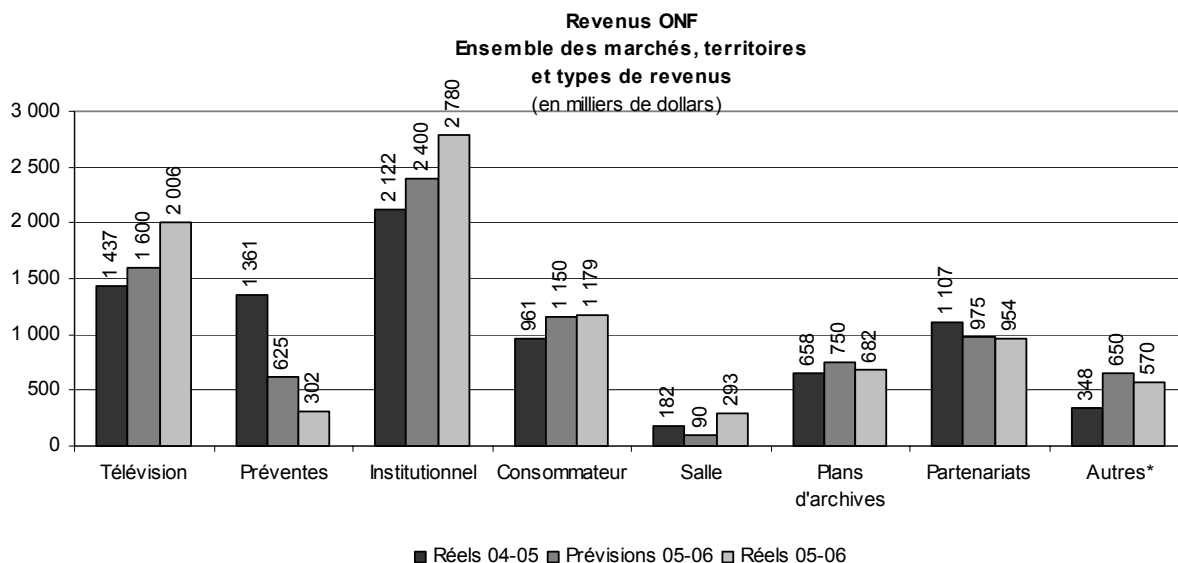
Les priorités

- 1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes**

Indicateurs

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers)
- Suivi des revenus et des ventes

Cette année, les revenus de la distribution à l'ONF totalisent 7 246 000 \$. L'ONF réussit à augmenter chaque année ces revenus en diversifiant ses marchés et son activité sur différents territoires. Cette année il s'agit d'une augmentation de 9 %. Il importe de noter que le marché institutionnel (les écoles, le milieu professionnel, social, culturel et de la santé) est le marché le plus important de l'ONF : il représente, en 2005-2006, 44 % des revenus et provient en majorité des territoires canadien et américain (91 %). Pour ce qui est du marché consommateur, il représente 19 % des revenus de l'ONF, dont 84 % viennent du Canada et des États-Unis. Enfin le marché télévisuel représente 32 % des revenus et provient du Canada et des États-Unis dans une proportion de 54 %, le reste des revenus télévisuels viennent de l'Europe et de l'Asie. Voici un tableau qui résume les résultats de l'année en fonction des prévisions annuelles.



Cette année, l'ONF a encore conclu plusieurs ententes favorisant la diffusion de ses produits et ceux de ses partenaires. D'abord, l'Office a formé un consortium de grandes collections d'archives avec NHK, Film Australia et Discovery Canada. L'objectif de ce regroupement vise la création de matériel audiovisuel pour les nouvelles plateformes à même nos collections respectives.

Marchés institutionnel et consommateur canadiens

Le marché institutionnel canadien a terminé l'année avec des revenus de 1 880 M\$. En comparaison avec l'année dernière, pour laquelle ces derniers ont atteint 1 366 M\$, les résultats de l'année 2005-2006 représentent une augmentation de 38 % (514 000 \$). Une approche intégrée des activités de mise en marché et de vente a permis d'accroître nos revenus.

Le marché consommateur canadien a lui aussi connu une excellente année. Les revenus ont atteint 701 000 \$. L'année dernière, nous avons terminé l'année avec 529 000 \$. L'augmentation entre 2004-2005 et 2005-2006 représente 33 % (172 000 \$).

Le service de DVD à la demande contribue de manière importante à nos résultats dans les marchés consommateur et institutionnel au Canada. Afin de mieux desservir sa clientèle, l'ONF continue à innover avec son service de DVD à la demande en souhaitant, dans les années à venir, permettre à nos clients de créer des compilations DVD personnalisées avec les titres numérisés de notre collection.

Marchés institutionnel et consommateur américains

Nos efforts dans le marché institutionnel et consommateur américains ont porté fruit cette année. Pour l'institutionnel, nos revenus totalisent 647 000 \$, en comparaison de 535 000 \$ en 2004-2005. Cela représente une augmentation de 21 % (112 000 \$). Pour le marché consommateur, les

résultats sont tout aussi importants. Les revenus ont atteint 288 000 \$, grâce, entre autres, à notre entente avec Image Entertainment pour le coffret McLaren. Cela correspond à une augmentation de 33% (72 000 \$) par rapport à 2004-2005.

Marchés télévisuel au Canada et dans le monde

Pour l'année 2005-2006, les revenus de l'ONF pour le marché télévisuel sont en augmentation. En effet, nous avons généré des revenus de 2 006 M\$, ce qui constitue une augmentation de 40 % par rapport à 2004-2005, où les revenus atteignaient 1 437 M\$. Cependant, il faudra faire des efforts supplémentaires pour augmenter nos prévenues télévisuelles l'année prochaine.

Une entente importante cette année est celle signée avec l'éditeur de musique indépendant OLE, de Toronto, qui gèrera les droits musicaux de notre catalogue pour plus de 12 000 heures de productions.

2 Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public

Indicateur

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers)

Depuis deux ans déjà, l'ONF a mis en place diverses politiques pour pouvoir offrir ses compétences en distribution et en mise en marché aux secteurs public et privé d'ici et d'ailleurs. À ce chapitre, il importe de noter les efforts de l'ONF afin de compléter sa collection de films par des productions de nature plus commerciale. Au cours de l'année, l'ONF a acquis 55 productions d'autres producteurs pour en faire la distribution. Au total, les acquisitions et les commissions ont permis de générer des revenus de 1 070 M\$ en 2005-2006.

Les activités de l'ONF en distribution profitent également à l'industrie du cinéma. Grâce aux acquisitions et aux ententes de coproduction, pour l'année 2005-2006, les activités de distribution auront permis de générer des revenus pour nos partenaires de 1 070 M\$.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

Les activités d'accès et de rayonnement rendent accessibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Certaines activités de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre plus ouverte aux générations futures. De même, l'Office national du film du Canada prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection et la rendre accessible à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et Toronto, par ses ententes avec des bibliothèques publiques, par son programme d'adhésion, par sa cinémathèque en ligne et enfin, par des visionnages publics sur le territoire canadien. Ces activités servent à créer et à maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes. Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils éducatifs.

| RMR 2005-2006 (selon L'AAP) | |
|--|---|
| Activité de programme 3 | Priorités |
| Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux | <ol style="list-style-type: none">1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.2. Rejoindre davantage les communautés de tout le Canada.3. Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits).4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage.5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 11 172 | 12 146 | 12 660 |

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 110 | 110 | 114 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- croissance de l'accès à la collection, favorisant, de ce fait, l'appropriation par la population canadienne de l'ONF, de sa collection, de sa médiathèque, de sa CinéRobothèque et ses autres ressources;
- solide programme de participation citoyenne par des projections publiques, des ateliers de maître ou autres, etc.;
- présence de qualité de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, à l'occasion des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;
- meilleure connaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions et reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs;
- image de marque réputée et prisée;
- numérisation accrue de la collection de l'ONF;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;
- excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- accès au fonds audiovisuel de l'ONF (prêts de films par des bibliothèques partenaires et utilisation de la collection);
- répercussions sociales;
- programme d'adhésion;
- assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.

Les priorités

1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.

Dans son Plan stratégique 2002-2006, l'ONF s'était donné comme objectif de renouer avec les Canadiens et les Canadiennes. Pour y arriver, nous avons intensifié, chaque année, notre présence pancanadienne. Voici quelques exemples qui illustrent nos efforts pour rejoindre le public canadien dans toutes les provinces et les territoires. Dans ce contexte, l'Office utilise plusieurs moyens : le développement de partenariats et les nouvelles technologies.

Les partenariats avec les divers organismes culturels et le milieu de l'éducation permettent de rejoindre le public canadien tout en favorisant la diffusion de la collection de l'ONF. L'institution a également intensifié le nombre de projections publiques en proposant une programmation thématique de sa collection dans plusieurs bibliothèques publiques, tel qu'il est mentionné précédemment. De plus, afin d'assurer une présence pancanadienne, l'ONF organise plusieurs tournées de ses films dans les différents festivals canadiens, soit en présentant ses nouveautés ou en développant des rétrospectives. Rappelons que depuis huit ans déjà, l'ONF organise une tournée gratuite de ses productions récentes en présence de cinéastes, d'artisans et des spécialistes dans les diverses maisons de la culture au Québec.

L'utilisation des technologies et l'expérimentation de nouveaux procédés techniques sont essentielles pour favoriser et accroître l'accès à la collection de l'ONF. La numérisation des films est pour l'Office une voie privilégiée pour offrir sa collection à un grand nombre de Canadiens, tout particulièrement les jeunes. C'est pourquoi, l'ONF a investi beaucoup d'efforts pour développer des projets pertinents et originaux dans le cadre du Fonds Mémoire canadienne. Ce fonds est un programme issu de la stratégie de la Culture canadienne en ligne du ministère du Patrimoine canadien et a pour objectif de numériser et mettre en ligne les grandes collections canadiennes (films, photos, documents, archives). Cette année, l'ONF a été en mesure d'ajouter 150 nouveaux titres à CinéRoute, notre cinémathèque en ligne. CinéRoute est accessible gratuitement à tous les membres du Cinéclub ONF qui ont une connexion haute vitesse et en font la demande.

De plus, plusieurs autres films ont été numérisés en vue de projets qui seront lancés l'année prochaine, soit Visions autochtones, un nouveau chapitre du site éducatif Objectif Documentaire, et Objectif Animation. Rappelons qu'Objectif Documentaire est une ressource éducative sur le documentaire offerte gratuitement au milieu éducatif. Le site propose des projets d'apprentissage audiovisuels et contient 100 extraits en anglais et en français et 86 films. Le nouveau chapitre à Visions Autochtones cherche à faire mieux connaître le cinéma autochtone, à rendre hommage aux cinéastes autochtones et à permettre aux enseignants de présenter de manière dynamique les enjeux reliés aux premiers peuples. En ce qui concerne Objectif Animation, il s'agit d'un site qui offrira l'accès à 70 films d'animation et permettra de rejoindre les jeunes du primaire.

Cette année, l'ONF a mis en place un projet pilote de vidéodescription dans le cadre des divers projets du Fonds Mémoire. La vidéodescription est un procédé qui consiste à offrir une description orale des éléments visuels clés d'un film. Ainsi les personnes souffrant d'un handicap visuel peuvent en concevoir une image mentale et comprendre le déroulement du film. L'ONF

offre maintenant 86 titres en ligne sur son site Internet (ces films sont accessibles sur CinéRoute). Notons que le film d'animation *Voisins*, du célèbre cinéaste d'animation Norman McLaren est offert avec vidéodescription. Depuis plusieurs années, les personnes malentendantes ont accès aux films de l'ONF; dans les années à venir, celles vivant avec un handicap visuel pourront avoir accès à un nombre grandissant de films de l'ONF.

2. Rejoindre davantage les communautés partout au Canada

L'ONF est bien implanté au sein des communautés partout au Canada. Plusieurs moyens nous ont permis d'y arriver : les projections publiques, la présence aux festivals, dans les écoles et nos deux centres de consultation que sont les CinéRobothèque de Montréal et la Médiathèque de Toronto.

Cette année une grande tournée pancanadienne a été organisée dans le cadre des Rendez-vous de la Francophonie 2006. Du 10 au 26 mars 2006, l'ONF a présenté trois programmes de films conçus selon les besoins des diverses communautés, et ce, dans toutes les provinces et les territoires canadiens, leurs grands centres urbains et leurs plus petites villes. Cette première tournée a été un grand succès et, à l'avenir, sera un événement annuel organisé par l'Office.

De plus, nous conservons notre Cinéclub ONF afin de communiquer de manière régulière avec le public. Ce dernier compte maintenant 32 120 membres qui peuvent être informés sur une base régulière des activités et événements offerts par l'Office.

Enfin, au cours des années, l'ONF a établi des partenariats avec 50 bibliothèques publiques et universitaires au Canada. Celles-ci peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses et reçoivent gratuitement une copie de nos nouveautés; en échange, elles conservent un inventaire important de nos films dans les deux langues officielles, qu'elles prêtent ou louent à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

| 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 | 2005-2006 |
|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 222 827 | 207 246 | 197 248 | 149 665 |

3. Améliorer davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits)

Cette priorité s'articule autour de la gestion, la conservation, la restauration, l'indexation et le catalogage d'une collection de plus de 12 000 œuvres. Tel qu'il est mentionné précédemment, l'ONF a poursuivi la numérisation de sa collection en partie grâce aux sommes du Fonds Mémoire canadienne.

D'ailleurs, nos efforts de numérisation ne se limitent pas qu'à ce fonds. En effet, l'ONF fait de la recherche dans le domaine de la numérisation, numérise pour ses sites Web, dans le cadre de son procédé de DVD copie et pour ses centres de consultation (la CinéRobothèque et la Médiathèque). La forte croissance de ces divers projets a provoqué la réorganisation des opérations de numérisation, ce que nous appelons les *voûtes numériques*. Afin d'être plus efficaces, les voûtes numériques ont été regroupées en un seul endroit.

Enfin, il importe de souligner que l'ONF est, à l'échelle internationale, un chef de file du métabalissage, du traitement et de l'enrichissement des films au cours du transfert et de l'encodage numériques.

4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage

Pour consolider les alliances conclues avec les systèmes scolaires, l'ONF enrichit des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de congrès du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités en collaboration avec des spécialistes en éducation et des centres d'apprentissage.

En plus de ses divers sites Internet pour le milieu de l'éducation comme Objectif Documentaire (présenté précédemment), l'ONF a innové avec une campagne unique auprès des jeunes pour lutter contre l'obésité : *Le poids du monde*. En collaboration avec la CBC, la Fondation des maladies du cœur et l'Association canadienne pour la santé, l'éducation physique, le loisir et la danse (ACSEPLD), cette campagne s'articule autour d'un documentaire *Le poids du monde*, une coproduction de l'ONF et de CBC, qui présente les dangers de la malbouffe et incite à adopter de saines manières de vivre. Dans le cadre de cette campagne, un site Web interactif propose aux écoles, aux groupes communautaires, aux bibliothèques et aux familles une trousse destinée à sensibiliser les jeunes aux bienfaits d'une saine alimentation et de la bonne forme physique. Cette trousse, qui comprend le film, est offerte gratuitement. Cette campagne est un grand succès : plus de 3 700 écoles canadiennes participent et plus de 630 000 élèves relèvent le défi.

Un autre exemple de collaboration fructueuse avec les écoles est la série *Moi, je fais de l'art*, qui se compose de six courts métrages, déconstruisant les techniques de création d'artistes canadiens de grande renommée, dont Emily Carr, Marcelle Ferron et Ron Noganosh. Cette série, accueillie avec enthousiasme, s'adresse aux 9-12 ans et à leurs enseignants, de même qu'à leurs parents, qui peuvent consulter le site de l'ONF <www.onf.ca/webextension/icanmakeart/fr> pour développer des activités initiant les enfants aux techniques utilisées par ces artistes.

Nos collaborations ne se limitent pas au monde de l'éducation, l'ONF développe également des activités avec divers organismes sociaux. Par exemple, dans le cadre de la Journée de l'alphabétisation familiale 2006 d'ABC Canada, l'Office a distribué dans les bibliothèques sélectionnées partout au pays ses trousse de lecture *Lisons en chœur*, en français, et *Let's All Read Together*, en anglais. Ces trousse comprennent un DVD avec quatre films inspirés de livres pour enfants signés par des auteurs canadiens réputés et un guide d'activités. Il s'agissait d'une collaboration avec, entre autres, le Secrétariat national à l'alphabétisation de Ressources humaines et Développement des compétences Canada.

Autre exemple à noter, est l'association de l'ONF et l'Institut du Nouveau Monde à Montréal avec lequel nous organisons des projections de nos films qui sont suivies d'échanges avec les cinéastes ou des personnalités engagés dans la société civile.

5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger

L'ONF possède déjà une grande notoriété internationale en animation, en documentaire et en innovation technologique. De plus, les Canadiens sont fiers de l'Office et recherchent ses produits. Chaque année nous multiplions les occasions pour faire rayonner l'image de marque de l'ONF sur les scènes nationale et internationale, car nous sommes dans un monde très compétitif.

Cette année, l'ONF a lancé son documentaire le *Prix de la paix* à New York à l'ONU, en présence de M. Kofi Annan et du personnel du siège de l'ONU. Par la suite le documentaire a été présenté lors de l'événement Geneva International Model United Nations, en Suisse, devant les représentants de l'ONU.

De plus, dans le cadre de la Conférence des Nations unies sur les changements climatiques qui a eu lieu à Montréal, l'ONF a lancé son nouveau DVD ludo-éducatif *Mission Arctique – l'aventure interactive*, qui informe sur les conséquences du réchauffement de la planète dans le Grand-Nord.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, les essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

| RMR 2005-2006 (selon l'AAP) | |
|-------------------------------------|---|
| Activité de programme 4 | Priorités |
| Services de recherche et de conseil | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire. 2. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 2 629 | 2 840 | 3 943 |

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (dépenses prévues).
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (total des autorisations).
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (dépenses réelles).

Cette activité de programme a généré des revenus de l'ordre de 215 000 \$.

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|----------------|----------------------|----------------|
| 70 | 70 | 72 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- travail appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie dans le domaine de l'audiovisuel;
- l'ONF — point de référence en cinématographie.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

1. développement et mise en œuvre d'un plan de recherche;
2. diffusion et utilisation des résultats de ces recherches;
3. types d'efforts déployés en R et D et leurs répercussions;
4. types de demandes de collaboration avec l'ONF en tant que site-pilote et incubateur de R et D, et importance de ces demandes;
5. types de collaborations et leurs répercussions (par ex. : avec les organismes du portefeuille, les partenariats public-privé).

Les priorités

- 1. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire**

L'ONF innove constamment et il constitue souvent un banc d'essai pour les nouvelles technologies. Au plan de la création, l'ONF a travaillé à développer et à adapter un système de Stereoscopic Viewing Environment qui permet d'offrir une projection 3D de manière légère dans des petites salles et qui peut se déplacer facilement. Cette recherche vise à rendre les projections 3D plus accessibles par l'adaptation des projecteurs 3D.

Toujours au plan de la création, l'ONF explore le potentiel des nouvelles technologies. À titre d'exemple, l'Office a développé un procédé d'exploitation du potentiel de stockage sur DVD. C'est le cas du projet Alphabet, un projet pour l'alphabétisation des jeunes qui propose des exercices pour écrire chaque lettre de l'alphabet à l'aide de films d'animation. Un tel projet demande énormément d'espace de stockage et une programmation complexe.

De plus, nous poursuivons la recherche pour constamment améliorer la qualité du sous-titrage pour malentendants. Il s'agit du projet C3 Grid un projet de recherche qui vise à augmenter la qualité des sous-titrages automatiques.

En vue d'améliorer notre service à la clientèle, nous avons travaillé à perfectionner notre service de DVD à la demande. En effet, l'Office développe présentement une méthode unique pour offrir à ses clients un service de compilations DVD personnalisées. Un tel service sera offert à nos clients dans les prochaines années. De plus, toujours en vue d'offrir des produits à la fine pointe de la technologie, nous avons travaillé à mise en place des processus nécessaires pour offrir aux consommateurs les nouveaux DVD en haute définition, qui arriveront bientôt sur le marché, soit le Blu-ray et le HD DVD.

Enfin, en partenariat avec Algorith, et dans le cadre du Programme de soutien aux vitrines technologiques du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche du Québec, l'ONF a terminé les tests relatifs à l'utilisation d'algorithmes développés par notre partenaire pour optimiser et redimensionner les images vidéo, préserver la qualité des images ainsi que réduire l'utilisation de la bande passante. Ces tests ont été effectués sur du matériel vidéo de différentes sources et formats selon des techniques de travail en temps réel mises au point par l'ONF.

2. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes

En avril 2005, dans le cadre du festival Hot Docs, l'ONF, en partenariat avec Téléfilm Canada et le Fonds canadien pour la télévision, a organisé le deuxième Sommet annuel sur les politiques du documentaire. Cet événement a attiré plus de 110 documentaristes, responsables des politiques publiques, télédiffuseurs et distributeurs. Plusieurs consensus en sont ressortis, dont la création d'un fonds pour la production et la distribution de documentaires longs métrages pour les salles. De plus, un groupe aviseur, regroupant les représentants de l'industrie du documentaire, des diffuseurs, des organismes de financement, du CRTC et du ministère du Patrimoine canadien, a été mis en place afin de discuter d'un plan d'action en vue d'harmoniser les politiques publiques dans ce domaine. À noter également, que l'ONF, dans le cadre du Sommet, déposait une étude d'une grande importance sur l'impact social du documentaire et les moyens de mesurer cet impact.

De plus, l'ONF participe à plusieurs autres études avec l'industrie et présente ses positions en commission parlementaire. À titre d'exemple, l'Office prépare avec la CFTPA une étude sur la production pour les enfants. De plus, l'ONF dresse présentement un bilan de ses engagements et actions dans le domaine du court métrage au Canada et à l'étranger. Enfin, l'ONF a présenté, cette année, un mémoire sur le long métrage documentaire et le e-cinéma.

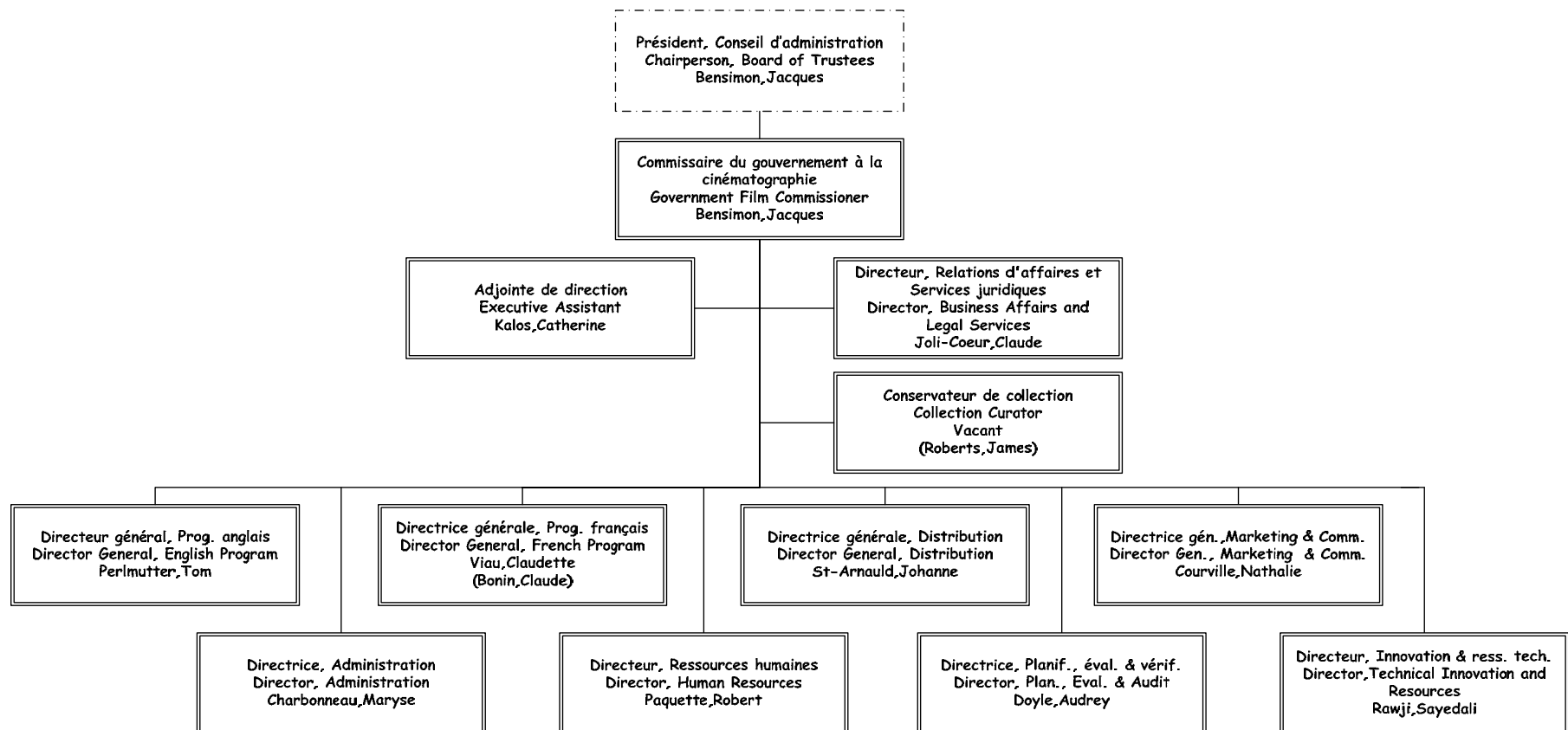
SECTION III – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Renseignements sur l'organisation

L'ONF se présente au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien.

Structure organisationnelle

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA / NATIONAL FILM BOARD OF CANADA



Gestion, administration et imputabilité

Priorités

L'ONF maintient des pratiques d'affaires qui favorisent la bonne gouvernance, l'imputabilité et assure le lien de confiance avec la population canadienne. Il s'est assuré que toutes ses activités respectent ou excèdent les plus hauts standards dans ces domaines. Pour y parvenir, L'ONF s'est donné les priorités suivantes :

- a) Gérer les ressources de manière efficace et efficiente en faisant les évaluations et vérifications pertinentes.
- b) Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information.

Pour y arriver, nous avons mis en place une culture d'entreprise moderne où la transparence, la bonne gouvernance, l'imputabilité et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation sont des éléments essentiels d'une gestion efficace et efficiente.

Producteur et distributeur d'un contenu culturel qui nécessite des droits d'auteur importants, l'ONF s'est doté d'un système électronique de gestion du droit d'auteur (SEGDA). Débuté en 2003-2004, le système est maintenant opérationnel. Nous enrichissons cet outil continuellement par l'intégration de nos bases de données historiques.

De plus, nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à remplir les objectifs de l'ONF, qui consistent à produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et à les rendre accessibles au plus large auditoire possible. Par exemple :

- L'ONF perfectionne constamment son système de gestion intégrée de l'information et du savoir Synchrone. Un poste de gestionnaire de l'information a été créé en 2005-2006 pour favoriser une meilleure collecte et une meilleure utilisation de l'information disponible à l'ONF.
- Afin de mesurer la performance de l'ensemble de ses activités, depuis deux ans, l'ONF a développé de nouveaux indicateurs de rendement. En 2005-2006, nous avons terminé le volet financier de ces indicateurs. Nous implanterons des indicateurs de performance pour les auditoires au cours de la prochaine année.
- L'ONF a également élaboré un nouveau Plan de vérification interne de même qu'un cadre de gestion intégrée des risques et de gestion des renseignements personnels. Par exemple, nous avons revu les procédures liées à la délégation d'autorisation, particulièrement pour la distribution. De plus, nous avons terminé une vérification sur les coproductions internationales.

- L'ONF a également fait des évaluations cette année, qui concernaient les partenariats et les activités de l'ONF en court métrage.

L'ONF s'efforce de maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible. Ces dernières années, il est parvenu à les maintenir à un niveau se situant aux environs de 10 % de son budget.

Cette année encore, l'ONF a utilisé les fonds publics consciencieusement en respectant les plus hauts standards de transparence, de bonne gouvernance et d'imputabilité. Nous nous sommes assurés de tirer le maximum de valeur de nos activités pour les Canadiens et les Canadiennes.

Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles (équivalents temps plein compris)

| (En milliers de dollars) | 2003-04 Dépenses réelles | 2004-05 Dépenses réelles | 2005-2006 | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| | | | Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
| 1. Production | 50 048 | 46 891 | 48 707 | 52 738 | 47 337 |
| 2. Distribution | 1 705 | 1 913 | 440 | 498 | 1 171 |
| 3. Accessibilité | 11 691 | 12 325 | 11 172 | 12 146 | 12 660 |
| 4. Recherche | 3 869 | 3 781 | 2 629 | 2 840 | 3 943 |
| Total | 67 313 | 64 910 | 62 948 | 68 222 | 65 111 |
| Moins : revenus non disponibles | - | - | - | - | - |
| Plus : coût des services reçus à titre gracieux | - | - | - | - | - |
| Total des dépenses ministérielles | 67 313 | 64 910 | 62 948 | 68 222 | 65 111 |
| Équivalents temps plein | 498 | 507 | 500 | 500 | 498 |

Tableau 2 : Ressources par activité de programme

| 2005–2006 | | | | |
|--------------------------------|----------------|--|-----------------------------|--------|
| En milliers de dollars | Fonctionnement | Contributions et autres paiements de transfert | Moins : Revenus disponibles | Total |
| 1. Production | | | | |
| <i>Dépenses prévues</i> | 49 561 | 152 | - 1 006 | 48 707 |
| <i>Total des autorisations</i> | 53 622 | 122 | - 1 006 | 52 738 |
| <i>Dépenses réelles</i> | 48 177 | 120 | - 960 | 47 337 |
| 2. Distribution | | | | |
| <i>Dépenses prévues</i> | 7 959 | - | - 7 519 | 440 |
| <i>Total des autorisations</i> | 8 012 | 5 | - 7 519 | 498 |
| <i>Dépenses réelles</i> | 8 339 | 5 | - 7 173 | 1 171 |
| 3. Accessibilité | | | | |
| <i>Dépenses prévues</i> | 11 349 | 98 | - 275 | 11 172 |
| <i>Total des autorisations</i> | 12 298 | 123 | - 275 | 12 146 |
| <i>Dépenses réelles</i> | 13 032 | 162 | - 534 | 12 660 |
| 4. Recherche | | | | |
| <i>Dépenses prévues</i> | 2 729 | - | - 100 | 2 629 |
| <i>Total des autorisations</i> | 2 940 | - | - 100 | 2 840 |
| <i>Dépenses réelles</i> | 4 158 | - | - 215 | 3 943 |
| Total | | | | |
| <i>Dépenses prévues</i> | 71 598 | 250 | - 8 900 | 62 948 |
| <i>Total des autorisations</i> | 76 872 | 250 | - 8 900 | 68 222 |
| <i>Dépenses réelles</i> | 73 706 | 287 | - 8 882 | 65 111 |

Tableau 3 : Postes votés et législatifs

| Poste voté ou législatif | Libellé tronqué du poste voté ou législatif (En milliers de dollars) | 2005-2006 | | |
|--------------------------|---|------------------|-------------------------|------------------|
| | | Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
| 75 | Fonds renouvelable- Office national du film | 62 948 | 68 222 | 65 111 |
| | | | | |
| | Total | 62 948 | 68 222 | 65 111 |

Tableau 6 : Sources des revenus disponibles**Revenus disponibles**

| (En milliers de dollars) | Dépenses réelles 2003-2004 | Dépenses réelles 2004-2005 | 2005-2006 | | |
|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| | | | Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
| Fonctionnement | | | | | |
| 1. Production | 1 540 | 2 467 | 1 006 | 1 006 | 960 |
| 2. Distribution | 6 278 | 5 260 | 7 519 | 7 519 | 7 173 |
| 3. Accessibilité | 675 | 321 | 275 | 275 | 534 |
| 4. Recherche | 248 | 189 | 100 | 100 | 215 |
| Total des revenus disponibles | 8 741 | 8 237 | 8 900 | 8 900 | 8 882 |

Tableau 7 : Fonds renouvelable – État des mouvements de trésorerie

| <i>(En milliers de dollars)</i> | Dépenses réelles 2003-2004 | Dépenses réelles 2004-2005 | 2005-2006 | | |
|---|-------------------------------|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | Dépenses prévues | Montant autorisé | Dépenses réelles |
| Revenus (Crédit parlementaire) | 67 313 | 64 910 | 62 948 | 68 222 | 65 111 |
| Dépenses nettes | - 67 313 | - 64 910 | - 62 948 | - 68 222 | - 65 111 |
| Excédent (déficit) | - | - | - | - | - |
| Ajouter les postes hors trésorerie : | | | | | |
| Dépréciation / amortissement | - 3 591 | - 3 541 | - 2 000 | - 2 000 | - 3 021 |
| Activités de placement | | | | | |
| Acquisition de biens amortissables | 3 794 | 1 856 | 2 000 | 2 000 | 2 018 |
| Excédent de trésorerie (besoin) | 203 | - 1 685 | | | - 1 003 |
| Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement) | 13 622 | 11 937 | 13 800 | 13 800 | 10 934 |

Tableau 13 : Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT)

| <i>(En milliers de dollars)</i> | Dépenses réelles 2003-2004 | Dépenses réelles 2004-2005 | 2005-2006 | | | |
|---|-------------------------------|-------------------------------|------------------|-------------------------|------------------|--------------------|
| | | | Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles | Prévues vs réelles |
| Contributions et autres paiements de transfert | | | | | | |
| 1. Production | 176 | 145 | 152 | 122 | 120 | 32 |
| 2. Distribution | - | - | - | 5 | 5 | - 5 |
| 3. Accessibilité | 118 | 149 | 98 | 123 | 162 | - 64 |
| 4. Recherche | 1 | 1 | - | - | - | - |
| Total | 295 | 295 | 250 | 250 | 287 | - 37 |

Tableau 17 : États financiers des ministères et agences du gouvernement du Canada (y compris les mandataires du Parlement)

L'ONF prépare un rapport annuel qui comprend leurs états financiers, qui est déposé au Parlement et des états financiers qui sont disponibles électroniquement au moment du dépôt des RMR à la Chambre des Communes : www.onf.ca/publications/fr/rapportannuel/rap2005-2006/ONF-RapportA_05-06.pdf