



Canada 

Rapport annuel 2009-2010

oser changer

6	Message du président du conseil
10	Message de la directrice générale
12	Réalisations : objectif 1, accroître les auditoires
36	Réalisations : objectif 2, développer le potentiel de l'industrie
50	Réalisations : objectif 3, un administrateur responsable
64	Revue et analyse de gestion
82	États financiers
117	Équipe et gouvernance

revoir



repenser



redéfinir



recentrer



C'EST ENSEMBLE QUE

TÉLÉFILM ET LES

MEMBRES DE

L'INDUSTRIE

TROUVERONT LEUR

VOIE DANS CE NOUVEL

UNIVERS. NOUS Y

PARVIENDRONS POUR

QUE L'INDUSTRIE

AUDIOVISUELLE

CANADIENNE DEMEURE

FORTE, VIVANTE ET UNE

SOURCE DE FIERTÉ.

Message du président du conseil

J'ai l'honneur et le réel plaisir d'animer un conseil d'administration qui exerce un devoir de surveillance des activités d'une société d'État qui, au cours de la dernière année, a reconnu son mandat parlementaire, réduit ses frais de gestion, réussi un examen spécial du vérificateur général, revitalisé sa structure d'organisation, accueilli une nouvelle directrice générale, provoqué l'achèvement d'une entente internationale de coproduction pour l'aide au développement cinématographique, soutenu des ventes et des ententes à l'étranger pour près de 152 millions de dollars, sans oublier les milliers de contacts qu'elle a maintenus dans l'une des industries les plus fascinantes au pays. Bienvenue chez Téléfilm Canada! Les lignes qui suivent font état des principaux dossiers qui ont occupé les membres du conseil au cours de l'année 2009-2010.

Téléfilm et sa mission

Même si l'exercice paraissait théorique au départ, les membres du conseil ont analysé le mandat parlementaire qui définit la raison d'être de Téléfilm Canada (Téléfilm). Cette revue leur a fait reconnaître, apprécier et partager toute l'étendue de la mission de Téléfilm qui est de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada, laquelle englobe le long métrage, la télévision et les médias numériques.

Dans cette visée, le conseil entend soutenir toutes les initiatives qui permettront à l'organisation d'assumer pleinement son mandat et de faire valoir sa pertinence auprès des partenaires politiques, économiques et culturels de l'industrie.

Téléfilm et ses budgets

Je me joins aux membres du conseil pour remercier l'honorable James Moore, le ministre responsable de Téléfilm, d'avoir préservé les budgets de l'organisation pour l'exercice 2010-2011. Dans le contexte économique actuel où plusieurs organismes publics sont soumis à des compressions, le fait mérite d'être souligné.

Téléfilm et son organisation

Les changements apportés à la fin du dernier exercice, de même que le mode de fonctionnement du tout nouveau comité de direction au cours de l'année 2009-2010, ont redynamisé la structure d'organisation de Téléfilm et lui ont rendu toute son efficacité. Le personnel d'encadrement et les employés participent davantage aujourd'hui aux prises de décision importantes de l'organisme. De cette manière, les besoins de l'industrie sont identifiés, communiqués, compris et, le cas échéant, satisfaits de manière plus efficace, plus rapide et plus directe.

Téléfilm et sa gouvernance

Téléfilm est à l'heure actuelle une organisation bien gouvernée, pourvue d'un conseil d'administration compétent et dévoué, d'une structure d'encadrement efficace, et d'employés qui démontrent un enthousiasme palpable au travail. Les commentaires de nos clients, au premier chef les artisans de l'industrie, confirment cette évaluation par des degrés élevés de satisfaction relativement à nos expertises et à nos services.

Mais il y a plus.

Chaque année, Téléfilm fait l'objet d'un examen du vérificateur général du Canada. Cependant, la *Loi sur la gestion des finances publiques* prévoit que les sociétés d'État du Canada doivent se soumettre à un examen spécial plus complet et plus rigoureux tous les dix ans. Au cours de 2009-2010, ce fut au tour de Téléfilm de subir le traitement et le patient s'en est fort bien tiré puisque l'examen n'a relevé aucune lacune importante dans sa gestion. Au dire même du représentant du vérificateur général, de tels résultats sont exceptionnels pour une société qui en était à son premier examen spécial.

Dans cet esprit de saine administration des finances de l'organisation, il n'est pas banal d'observer que le ratio des frais de gestion des programmes administrés par Téléfilm est passé de 7,2 % à 6,1 % au cours de l'année 2009-2010.

Téléfilm et sa direction

Il est rassurant de constater que la personne responsable au premier chef de ces excellents résultats, M^{me} Carolle Brabant, alors directrice de l'Administration et des Services d'entreprise, est maintenant directrice générale de Téléfilm. Cette nomination constitue d'ailleurs un autre événement marquant de l'année 2009-2010. Gestionnaire accomplie, M^{me} Brabant est une personne de vision et ouverte au changement. Elle est également la première femme à accéder à la direction générale de Téléfilm.

Téléfilm et le marché international

Ayant fait une priorité du développement international, le conseil s'est montré particulièrement attentif, au cours de l'année 2009-2010, aux efforts consentis par Téléfilm pour aider nos entreprises canadiennes à vendre leurs productions sur différents marchés ou entreprendre des projets de coproduction. À ce chapitre, notons que l'organisation octroie déjà le quart de l'argent du Fonds du long métrage du Canada à des coproductions.

Notre présence à plusieurs rendez-vous internationaux, comme ceux de Berlin ou de Cannes, a généré des ventes et préventes de près de 18 millions de dollars de films canadiens à des acheteurs étrangers, et plus de 134 millions de dollars d'ententes de coproduction et de projets de coentreprise. Chaque dollar investi par Téléfilm dans le cadre de ces marchés internationaux a permis aux entreprises canadiennes de réaliser 16 dollars de ventes.

Enfin, pour stimuler encore plus les coproductions, Téléfilm a suscité l'aboutissement d'une entente internationale d'aide au développement cinématographique et a entrepris, avec Patrimoine canadien, des pourparlers visant à alléger les lignes directrices en ce domaine et faire en sorte qu'elles reflètent plus fidèlement les grands principes énoncés dans les traités internationaux en vigueur.

Téléfilm et l'avenir

La thématique *Oser changer* du présent rapport fait foi d'une intention commune des membres du conseil et de la direction de Téléfilm, celle de faire face aux nombreux changements qui caractérisent l'industrie de l'audiovisuel, tant au Canada qu'ailleurs dans le monde.

Avec son plan d'entreprise 2006-2011, qui vient à terme le 31 mars prochain, Téléfilm poursuivait trois grands objectifs. D'abord, l'organisation faisait sienne une cible déjà inscrite dans la politique canadienne du long métrage : obtenir chaque année, pour les deux marchés linguistiques réunis, une part canadienne d'au moins 5 %, exprimée en termes de recettes-guichet. Ensuite, développer le potentiel de l'industrie en augmentant le pourcentage de financement privé et étranger. Enfin, revoir la gouvernance de Téléfilm, avec l'intention d'être plus efficaces, transparents et responsables, et de mieux servir nos clients.

Si ce troisième objectif, à mon humble avis, a été pleinement atteint, l'expérience démontre qu'il en a été autrement pour les deux premiers. À sa défense, il faut bien admettre que Téléfilm était loin d'en contrôler tous les paramètres.

Néanmoins, le cinéma d'un peuple est trop important pour que nous le laissions se développer en marge. Aussi, à l'aube d'un nouveau plan d'entreprise, nous devons oser changer nos façons de faire, pour que les quêtes d'auditoires, surtout du côté anglophone, rejoignent davantage de cinéphiles. Il ne faut pas perdre de vue que près des trois quarts des budgets des productions canadiennes de longs métrages proviennent de fonds publics.

Oser changer ensemble

Il est prématuré, dans le cadre de ce message, d'esquisser les scénarios de changements actuellement à l'étude en vue du prochain plan d'entreprise. Mais il n'est pas trop tôt pour affirmer que nous multiplierons les efforts pour donner au cinéma canadien la place qui lui revient.

Nous avons trop d'images à montrer, trop d'émotions à communiquer, trop de créateurs de premier ordre à faire connaître pour baisser les bras. L'industrie du cinéma au Canada est vivante, vibrante, dynamique. Ses artisans veulent réussir et nous voulons les appuyer.

Merci à une grande équipe

Je veux d'abord remercier l'honorable James Moore et le ministère du Patrimoine canadien pour leur soutien à la cause de l'industrie audiovisuelle canadienne et pour l'intérêt qu'ils lui manifestent.

Je remercie mes collègues du conseil d'administration de leur dévouement et de leurs précieux conseils : M^e Elise Orenstein, vice-présidente, M^{me} Marlie Oden, présidente du comité de la planification stratégique et des communications, M. Yvon Bélanger, président du comité de vérification et des finances, M^e Grant Machum qui préside le comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance, ainsi que M. Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada, qui est membre d'office du conseil. J'en profite pour souhaiter la bienvenue à M. Ram Krishna Raju. Avec cette récente nomination, le conseil affiche maintenant complet.

Je remercie les membres de la direction et les employés de Téléfilm que je salue pour leur engagement de tous les instants.

Je remercie également les groupes de travail du Fonds du long métrage du Canada de leur précieuse contribution. Ces groupes, constitués de représentants d'entreprises, de syndicats et de guildes, nous offrent un précieux forum de consultation. Je salue aussi tous les artisans de l'industrie que j'ai eu la chance de côtoyer au cours du présent exercice, lors de tables rondes de consultation ou de rencontres informelles d'un bout à l'autre du pays.

Qu'on me permette finalement un coup de chapeau aux nombreux créateurs canadiens qui se sont distingués en 2009-2010 dans des productions qui ont fait notre fierté, chez nous comme à l'étranger.



Michel Roy
Président

Message de la directrice générale

C'est

avec fierté que j'ai accepté en mars dernier ma nomination par le gouverneur en conseil, sur la recommandation du conseil d'administration de Téléfilm au poste de directrice générale. Je suis aussi très reconnaissante des témoignages de confiance que

m'ont présentés notre président, M. Michel Roy, et les membres du conseil d'administration.

J'ai la conviction qu'ensemble nous pourrons faire de Téléfilm un véritable levier de succès pour l'industrie canadienne de l'audiovisuel, de concert avec ses artisans ainsi qu'avec le personnel de Téléfilm, cette équipe passionnée que j'ai maintenant le plaisir et le privilège de diriger.

Nos enjeux

Nous devons relever de nombreux défis. Parmi ceux-ci, trois nous occuperont plus particulièrement au cours des prochains mois.

En premier lieu se trouve la profonde mutation que l'industrie audiovisuelle vit actuellement. Nous avons ainsi entamé une solide réflexion sur les orientations que nous devons adopter afin de répondre efficacement à cette mutation, vers un univers numérique. Nous prévoyons annoncer ces orientations au début de 2011.

Deuxièmement, nous devons améliorer notre aptitude à dépister de nouveaux talents et nous donner les moyens de mieux les soutenir et les mettre en valeur.

Troisième défi : nous devons nous pencher sur la question toujours présente du déséquilibre évident entre les marchés nationaux francophone et anglophone. Nous entendons contribuer à favoriser le développement de chacun d'eux, tant à l'étranger qu'au Canada, en nous mettant au diapason de leurs réalités propres et distinctives.

Nos principes directeurs

Nos décisions des prochains mois définiront le Téléfilm de demain. Il nous incombe donc de nous rapprocher de nos clients pour mieux répondre à leurs besoins.

Nous voudrions aussi garder à l'esprit les préoccupations des contribuables canadiens à qui nous promettons efficacité et transparence.

Nous désirons également raffermir notre présence et notre dynamisme dans les régions. Nous voudrions nous donner plus de moyens pour assurer une représentation fidèle de la spécificité canadienne dans toute sa diversité.

Nos objectifs

Notre mandat est clair : « favoriser et encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada ». Pour ce faire, nous entendons résolument faire de Téléfilm un instrument des plus efficaces de développement durable et structurant pour notre industrie. Nos actions se voudront rassembleuses. Nous chercherons à soutenir et stimuler la vivacité et le rayonnement de nos créations autant sur la scène nationale qu'internationale.

L'industrie audiovisuelle canadienne est composée de dizaines de milliers d'artistes, d'artisans, d'entreprises dévoués au succès de leur art. Nous sommes là pour eux. Ils sont l'objet de notre mission. Leur succès est la mesure du nôtre; il est aussi celui de toute la société canadienne. Aussi, nous nous sommes donné pour objectif de mieux faire connaître l'importance de notre industrie et tous les aspects de son impact dans notre société.

Je me réjouis que le tout récent rapport d'examen spécial de la vérificatrice générale, M^{me} Sheila Fraser, confirme que Téléfilm dispose de bonnes pratiques de gouvernance. Le rapport conclut en ces termes : « À la lumière de nos constatations, nous avons conclu que la Société, au cours de la période visée par notre examen, a mis en œuvre des moyens et des méthodes lui donnant l'assurance raisonnable que ses actifs ont été protégés et contrôlés, que la gestion de ses ressources a été économique et efficace, et que ses activités ont été menées efficacement¹. » Nous voyons cela comme une marque d'excellence. Nous allons continuer à travailler pour améliorer notre efficacité et consacrer un maximum de ressources à notre mission : l'appui aux créateurs et à nos clients.

Levier de succès

Il y aura toujours des gens pour raconter de bonnes histoires et il y en aura toujours pour les écouter. L'industrie est en train de réinventer la manière dont ces histoires seront diffusées. Les consommateurs, eux, devront apprivoiser de nouveaux moyens pour les écouter, les voir, les lire.

Téléfilm doit trouver sa voie dans ce nouvel univers. J'entends bien l'y mener avec toute la rigueur et l'efficacité qui nous caractérisent, pour que notre industrie demeure forte, vivante et une source de fierté.



Carole Brabant
Directrice générale

Réalisations

Objectif

Accroître
les
auditoires



Objectifs stratégiques	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats pour 2009-2010
<p>Longs métrages Un plus grand nombre de Canadiens ont le plaisir de voir des films canadiens</p>	<p>Part de marché des recettes-guichet canadiennes</p>	<p>Atteindre une part de marché d'au moins 5 % des recettes-guichet canadiennes</p>	<p>Les films canadiens ont atteint 3,3 % des recettes-guichet canadiennes². C'est une hausse par rapport à 2,9 % l'an dernier et un sommet depuis 2006.</p>
<p>Diversification des projets Financer un éventail diversifié de projets</p>	<p>Diversification selon le genre, l'ampleur du budget, la langue, la région et la diversité culturelle du contenu</p>	<p>Augmenter le nombre de genres représentés dans la production et mieux répartir les engagements parmi les genres</p>	<p>La diversité s'est accrue dans les productions anglaises, aucun genre ne recevant plus de 38 % des engagements. En français, deux nouveaux genres ont été ajoutés à l'éventail par rapport à l'an dernier.</p>
<p>Médias interactifs Un plus grand nombre de Canadiens vivent des expériences culturelles canadiennes sur Internet et sur des plateformes numériques hors ligne</p>	<p>Nombre de visionnements de page et de visiteurs uniques pour les produits en ligne; recettes des ventes des produits hors ligne</p>	<p>Établir des données de base pour les auditoires en ligne, déterminer l'approche et la méthodologie à suivre pour les mesurer et maintenir ou accroître les auditoires</p>	<p>Le nombre de visionnements de page et de visiteurs uniques est en hausse par rapport à 2009 à cause du nombre accru de projets en ligne. Par projet, le nombre de visionnements et de visiteurs est semblable à celui de l'an dernier.</p>
<p>Festivals et prix Les produits culturels canadiens font l'objet d'une promotion auprès des auditoires du Canada et à l'étranger</p>	<p>Prix remportés lors des principaux festivals canadiens et internationaux</p>	<p>Maintenir ou augmenter le nombre actuel de prix remportés</p>	<p>Les longs métrages soutenus par Téléfilm ont remporté 107 prix en 2009-2010, ce qui est comparable aux résultats de l'année dernière.</p>

2 Les recettes-guichet sont fournies par la Fédération des associations de propriétaires de cinéma du Canada (MPTAC) en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre. Si la période pendant laquelle les films ont été à l'affiche s'étire sur deux années différentes, les recettes sont comptabilisées dans l'année appropriée.

A

Le long métrage au Canada

En 2009, les recettes-guichet au Canada ont atteint un milliard de dollars au total, ce qui représente une augmentation de 9,5 % par rapport à 2008.

La part du Canada dans ces recettes-guichet est en hausse également. En 2009, le Canada a atteint une part de marché de 3,3 % de l'ensemble des recettes (comparativement à 2,9 % l'an dernier), et de près de 18 % pour ce qui est des recettes des longs métrages indépendants³. La dernière année, la part de marché du Canada a atteint un sommet depuis 2006 – une amélioration dans un marché plutôt difficile.

³ Films produits sans l'apport financier d'un grand studio américain.

Les recettes-guichet canadiennes en 2009

Le cinéma en salles a déjà survécu à l'apparition et à la croissance de la télévision, puis au phénomène du cinéma maison à l'arrivée des vidéos et des DVD. En cette ère numérique où le téléchargement, la diffusion en flux et la vidéo sur demande sont monnaie courante, l'expérience du cinéma en salles semblerait de nouveau menacée. Qui aurait cru que le Canada atteindrait pour la première fois un milliard de dollars de recettes-guichet dans ces conditions?

Part de marché des films canadiens

	Marché de langue française	Marché de langue anglaise	Total
Films canadiens – part des recettes totales	18,5 %	0,8 %	3,3 %
Films soutenus par le FLMC – part des recettes-guichet des films canadiens	89,2 %	92,7 %	89,9 %
Films canadiens – part des recettes des films indépendants	54,8 %	4,9 %	17,9 %

Source : MPTAC

Les films de langue française représentent environ 55 % du marché des films indépendants et plus de 18 % de l'ensemble du marché canadien (contre 13,8 % l'an dernier). Les films de langue anglaise comptent pour environ 5 % du marché des films indépendants et pour 0,8 % de l'ensemble du marché canadien (contre 1,1 % l'an dernier).

Les dix films canadiens les plus lucratifs ont généré 24 millions de dollars de recettes-guichet au total, contre 17 millions de dollars en 2008.

Les 10 films canadiens les plus lucratifs

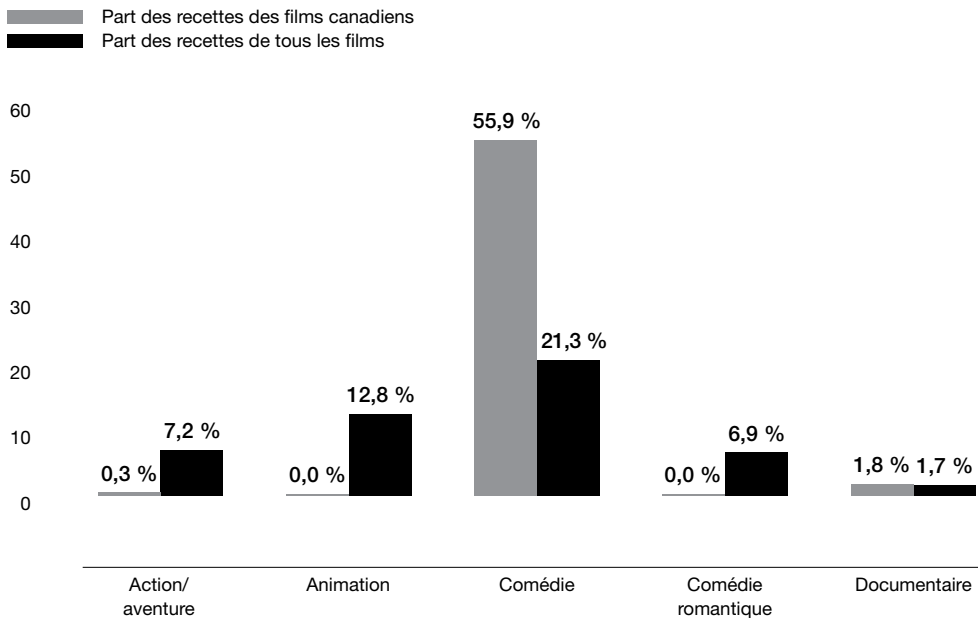
Film	Recettes en 2009 (en millions de dollars)
De père en flic	10,7
Trailer Park Boys 2: Countdown to Liquor Day	2,9
Les doigts croches	1,8
Dédé à travers les brumes	1,7
Polytechnique	1,7
À vos marques... Party! 2	1,4
One Week	1,2
Les pieds dans le vide	1,2
5150, rue des Ormes	1,1
J'ai tué ma mère	1,0

Source : MPTAC

Que regardent les gens?

Lorsqu'on analyse les recettes-guichet par genre, on constate que les cinéphiles canadiens ont soif de variété. Quand on isole les titres par contre, on voit que les comédies et les drames ressortent clairement du lot. Cela témoigne du gouffre qui existe entre les films d'action/aventure à gros budget produits par Hollywood et les films canadiens indépendants à petit budget. Malgré tout, le plus gros succès hors des catégories drame et comédie a vu le jour en 2009, grâce à la comédie d'action/aventure *De père en flic*.

Recettes-guichet par genre – films canadiens vs tous les films



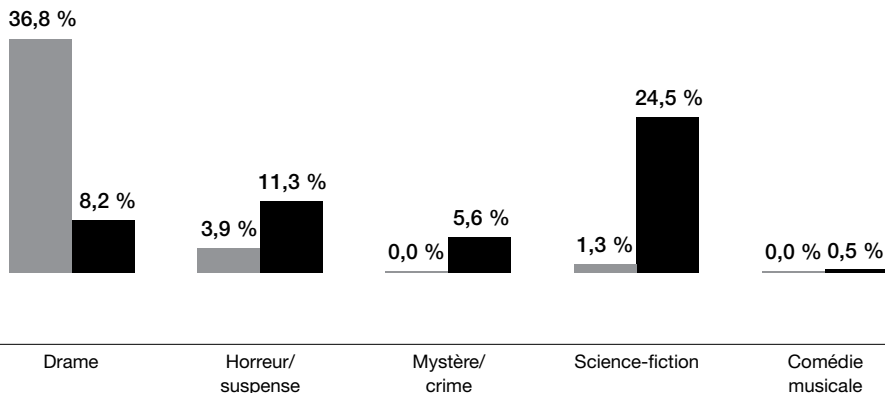
Source : MPTAC

Téléfilm souhaite diversifier l'éventail des projets

Certains genres connaissent constamment du succès auprès des auditoires canadiens; c'est le cas des comédies, des comédies romantiques, des films d'horreur et des films d'action/aventure. Pour satisfaire les goûts des auditoires, tout en les amenant à les développer, Téléfilm tente de diversifier les genres des productions canadiennes. Une plus grande variété de genres peut attirer de plus vastes tranches de la population – et peut-être même des personnes qui ne vont pas au cinéma généralement.

Aide aux documentaires

Le Programme pour le long métrage documentaire continue de soutenir les cinéastes canadiens en finançant des projets de long métrage documentaire. Pendant sa deuxième année d'existence (2009-2010), ce programme unique d'une durée de trois ans offert en partenariat public-privé par Téléfilm et le Groupe de fonds Rogers, a soutenu neuf nouveaux projets de documentaire. De plus, trois documentaires produits avec l'aide de ce programme sont sortis sur les écrans pendant l'année : *Inside Hana's Suitcase*, *L'affaire Coca-Cola* et *Les dames en bleu*.



L'expérience hors Hollywood – le cinéma indépendant

Les films d'action/aventure, les films de science-fiction et les autres genres de films à gros budget continuent de dominer le palmarès des films les plus lucratifs. Mais le cinéma indépendant – ces projets dont le budget est plus modeste – semble avoir plus de facilité à produire des scénarios de drame et de comédie. Compte tenu des sommes disponibles pour les films produits au Canada, et dans la plupart des autres pays, ce sont réellement les films indépendants qui peuvent nous permettre de mesurer notre réussite.

Malgré la pléthore de films à gros budget présentés en salles en 2009, les films indépendants ont réussi à accroître leurs recettes de plus de 40 %. Certains films canadiens indépendants ont fait plus avec moins, et ils ont réussi à sortir leur épingle du jeu au chapitre des recettes-guichet. Un coup d'œil aux vingt films indépendants les plus lucratifs de l'année suffit pour constater que la plupart des budgets se situaient entre 20 et 40 millions de dollars. Mais les films affichant les deuxième et troisième plus petits budgets, deux films canadiens, ont fini en quatrième et treizième place dans le palmarès. Ces deux films ont été produits avec des budgets de sept millions de dollars ou moins – soit un dixième du budget de certains de leurs concurrents – et pourtant ils ont réussi à générer des recettes comparables.

Les 20 films indépendants les plus lucratifs

Rang	Titre	Recettes totales au Canada en 2009 (en millions de dollars)	Budget estimé (en millions de dollars)*
1	District 9	15,6	30
2	Slumdog Millionaire	15,4	15
3	Taken	11,7	25
4	De père en flic	10,7	7
5	Law Abiding Citizen	10,2	53
6	17 Again	10,0	20
7	The Blind Side	8,3	29
8	Coraline	6,9	60
9	Planet 51	4,0	70
10	Earth	3,8	15
11	The Men who Stare at Goats	3,5	24
12	Ninja Assassin	3,1	40
13	Trailer Park Boys 2 : Countdown to Liquor Day	2,9	6,6
14	Fighting	2,8	Non disponible
15	Brothers	2,6	26
16	The Wrestler	2,5	6
17	Defiance	2,2	32
18	Astro Boy	2,2	65
19	500 Days of Summer	1,9	7,5
20	Milk	1,8	20

* Budgets estimés fournis par IMDb, Screen Daily et Playback Magazine

Source : MPTAC

Analyse du marché de langue anglaise

Dans le marché de langue anglaise, les films canadiens ont généré environ 0,8 % de la totalité des recettes-guichet, contre 1,1 % l'an dernier (une baisse de deux millions de dollars).

Le défi pour les films canadiens de langue anglaise demeure l'industrie de la distribution et la modestie des budgets de mise en marché. L'industrie de la distribution au Canada se restreint un peu plus chaque année, et ne compte plus que quelques joueurs. Les budgets de mise en marché ne représentent qu'une fraction des budgets dont disposent les films produits par les studios d'Hollywood, et pourtant ils doivent servir à couvrir un immense territoire. Téléfilm continue d'explorer de nouvelles stratégies pour surmonter ces obstacles.

Malgré tout, les entreprises canadiennes ont fait preuve de brio dans leurs stratégies de mise en marché à petit budget. Les médias sociaux, YouTube et les autres outils en ligne ont été utilisés de façon originale et efficace pendant la dernière année. Par exemple, la publicité du film à succès *One Week* s'est faite quasiment exclusivement en ligne. Les responsables de la mise en marché ont exploité le thème nationaliste du film en créant des liens solides dans les forums et les réseaux sociaux, y compris Facebook et Twitter. Dans le site Web interactif du film, l'équipe de la mise en marché invitait les visiteurs à afficher des vidéos personnelles qui témoignaient de la fibre patriotique du film.

Faits saillants du marché de langue anglaise

- *Trailer Park Boys 2: Countdown to Liquor Day* et *One Week* ont tous les deux franchi la barre du million de dollars aux guichets (près de 3 millions de dollars pour *Trailer Park Boys 2 : Countdown to Liquor Day* et 1,2 million de dollars pour *One Week*). *Trailer Park Boys 2 : Countdown to Liquor Day* a été le treizième film indépendant le plus lucratif de l'année, battant des films américains mieux connus comme *The Wrestler*, *Milk* et *Astro Boy*.
- La coproduction internationale *Imaginarium of Doctor Parnassus* est sortie en salles la dernière semaine de 2009. En une semaine seulement, le film a engrangé des recettes de près d'un demi-million de dollars. En plus d'attirer l'attention des médias internationaux, le film a obtenu deux nominations aux Oscars.
- Le film ontarien *One Week* est arrivé septième au chapitre des recettes-guichet, parmi tous les films canadiens, et il a obtenu une nomination aux Prix Génie.
- *Passenger Side* a connu un immense succès dans le circuit des festivals (il a été qualifié d'un des dix meilleurs films canadiens au Festival international du film de Toronto de 2009) et profité d'une entente de distribution aux États-Unis au début de 2010.

Analyse du marché de langue française

En 2008, le marché de langue française avait sorti moins de films financés par le FLMC (12) en salles que les autres années. Ce fut donc encourageant de voir une augmentation du nombre de films en salles en 2009 (17), ainsi qu'une hausse considérable des recettes-guichet. Sept des dix films canadiens de langue française les plus lucratifs ont franchi la barre du million de dollars de recettes.

Dans le marché de langue française, les films canadiens ont généré 18,5 % de la totalité des recettes-guichet et un étonnant 55 % des recettes des films indépendants – une hausse d'environ cinq points et la meilleure performance depuis le record de 2005. En dollars, cela représente près de 7,3 millions de dollars de plus que l'an dernier.

Téléfilm a poursuivi sa stratégie visant à aider l'industrie à trouver d'autres sources de financement – surtout sous forme de coopération internationale. En partenariat avec la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC) et le Centre du Cinéma et de l'audiovisuel de la Communauté française de Belgique, de la France, du Luxembourg et de la Suisse, Téléfilm a contribué à la création du Fonds multilatéral de développement de films francophones en 2009. Le Fonds facilite les alliances cinématographiques entre les pays francophones signataires dans un contexte international en pleine mutation, en se concentrant sur les projets susceptibles de plaire à un vaste public.

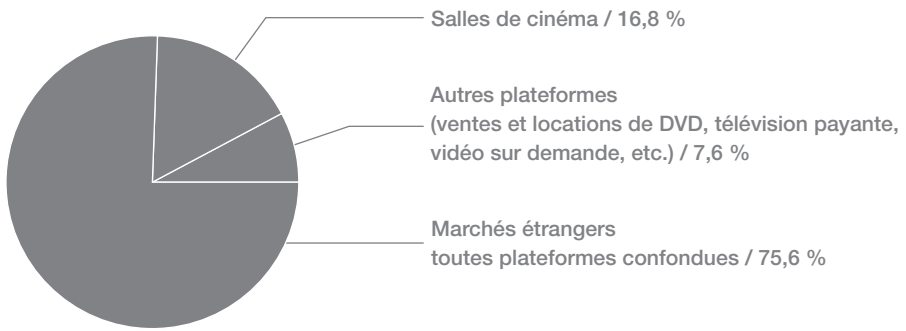
Faits saillants du marché de langue française

- *De père en flic* a réussi un rare exploit pour un film canadien en générant des recettes qui dépassent les dix millions de dollars, et largement son coût de production. Comme le budget de mise en marché était plutôt limité, l'équipe a eu recours à des méthodes originales pour promouvoir le film, y compris l'utilisation des médias sociaux et un partenariat avec canoe.ca qui comprenait un tirage de billets.
- *À vos marques party 2!* est une suite qui a connu du succès dans le marché de langue française. Le film a fait 1,4 million de dollars, confirmant la capacité des films canadiens de bâtir des franchises qui ont de la valeur.

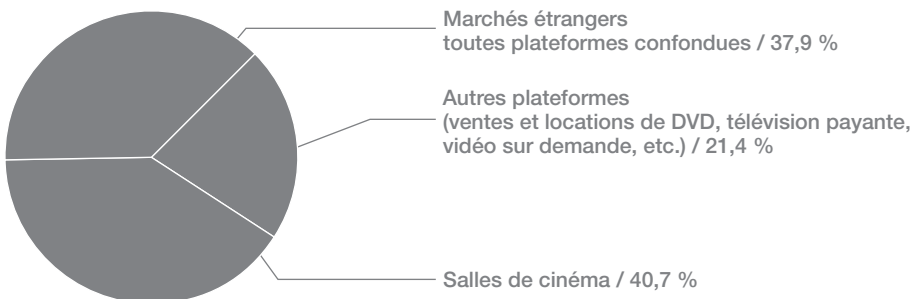
Recettes brutes des films soutenus par le FLMC au 31 mars 2010

Trois quarts des recettes brutes des projets de langue anglaise ont été réalisés dans les marchés étrangers, tandis que 17 % de leurs recettes ont été réalisés dans les salles de cinéma du Canada. Par contre, 40 % des recettes brutes des projets de langue française sont attribuables aux salles de cinéma canadiennes, contre 38 % des recettes provenant des marchés étrangers.

Recettes brutes du marché de langue anglaise (2009-2010)

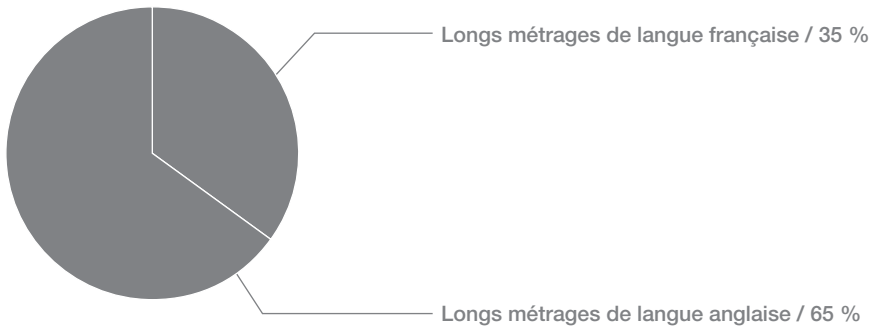


Recettes brutes du marché de langue française (2009-2010)



Bien que les films de langue anglaise aient réalisé seulement 0,8 % de la totalité des recettes-guichet, ces films comptent pour 65 % des sommes récupérées par Téléfilm en 2009-2010 relativement aux investissements du FLMC.

Recettes nettes du Fonds du long métrage en 2009-2010



Source : Base de données de Téléfilm

B

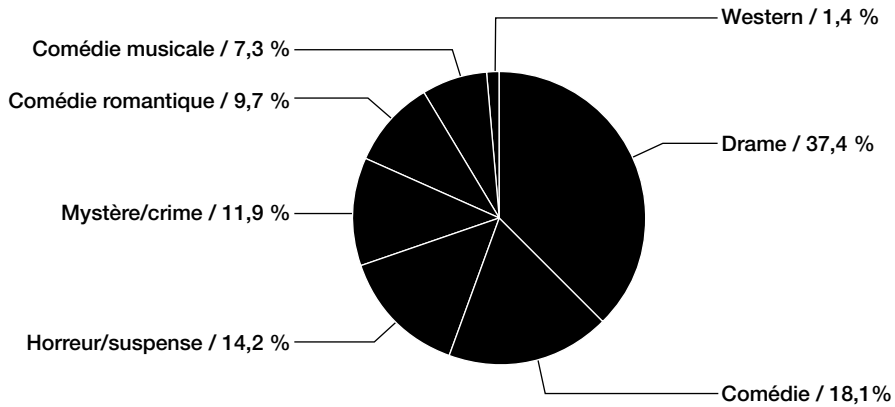
Un éventail diversifié de projets

En 2009, l'éventail des projets a été diversifié dans les deux marchés linguistiques. Parmi les projets de langue anglaise, une plus large part des investissements a été allouée aux genres horreur/suspense, comédie romantique et mystère/crime. La part réservée aux drames a augmenté du côté anglophone, mais elle est toujours bien inférieure à ce qu'elle a déjà été. Dans le cas des projets de langue française, la répartition des engagements en 2009 est restée sensiblement la même qu'en 2008 pour ce qui est des comédies et des drames; par contre, les engagements dans le genre action/aventure ont légèrement augmenté.

Il est encourageant de voir que de nouveaux genres sont apparus dans l'éventail des projets. Le marché de langue anglaise a en effet produit son premier western, tandis que le marché de langue française est passé de cinq à six genres, avec l'ajout de comédies romantiques.

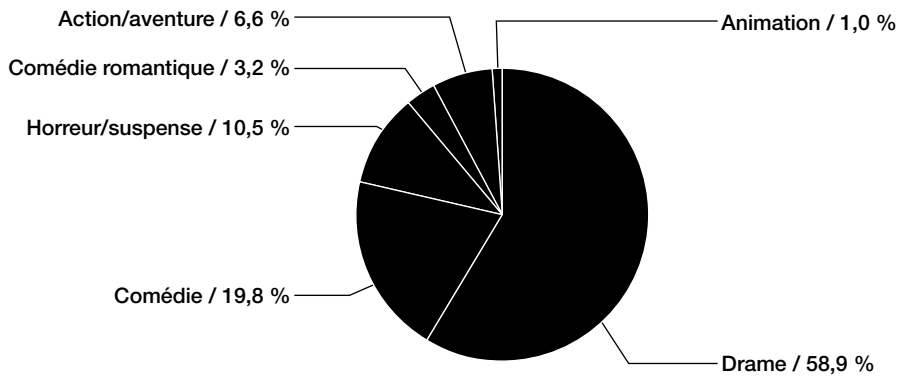
Production de long métrage par genre (2009-2010)

Marché de langue anglaise



Source : Base de données de Téléfilm

Marché de langue française



Source : Base de données de Téléfilm

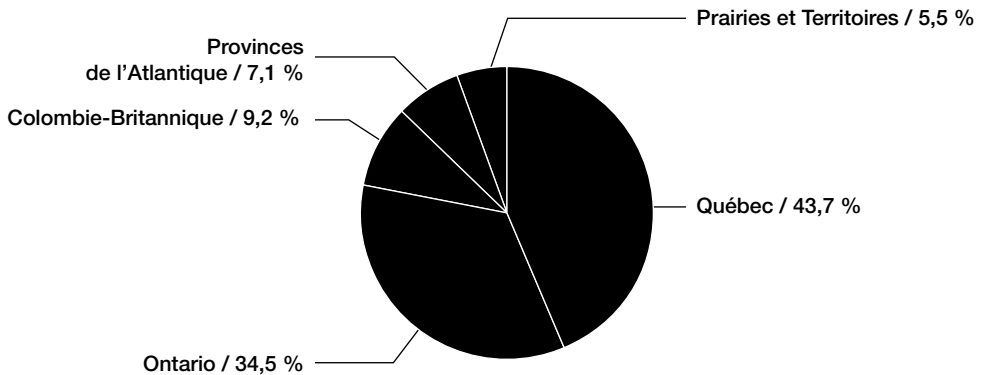
Pourquoi faire un suivi des genres?

Le suivi de la performance des recettes-guichet des genres est important pour cultiver la réussite dans les salles de cinéma. Généralement, les comédies, les films d'action/aventure et les suspenses sont les genres les plus lucratifs; mais en 2009, le genre le plus populaire auprès des cinéphiles a été la science-fiction. Investir dans les comédies et dans d'autres genres populaires est une bonne stratégie pour accroître les auditoires, et c'est la raison pour laquelle Téléfilm tient à diversifier son éventail des projets.

Investissements régionaux

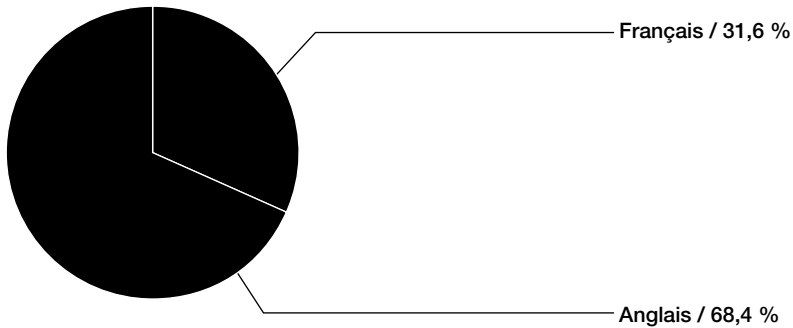
Au-delà des genres, il est important que toutes les régions et langues du Canada soient représentées dans les histoires canadiennes. Si la diversité culturelle canadienne est bien représentée dans les films, les Canadiens se reconnaîtront davantage dans les personnages et seront plus enclins à se rendre dans les salles pour voir les films. De plus, l'approche inclusive stimule les économies locales tout en respectant deux objectifs : accroître les auditoires et développer le potentiel de l'industrie.

Investissements régionaux : productions canadiennes



Source : Base de données de Téléfilm

Investissements totaux par langue



Source : Base de données de Téléfilm

Le contenu canadien sur les autres plateformes

Les longs métrages à la télévision

Les deux longs métrages canadiens qui ont été les plus regardés quand ils ont été présentés à la télévision en 2009 sont *Maurice Richard* et *Bon Cop, Bad Cop*, deux films qui sont sortis en salles plusieurs années plus tôt. Les données indiquent clairement la dominance des films de langue française dans cette catégorie. Les productions de langue anglaise sont beaucoup plus exposées à la concurrence livrée par les films produits par Hollywood.

Les 25 films canadiens les plus regardés à la télévision

	Titre	Réseau	Auditoire moyen à la minute (000)
1	Maurice Richard	SRC Montréal (CBFT)	714,5
2	Bon cop, Bad cop	SRC Montréal (CBFT)	571,3
3	Interférences	TVA Montréal (CFTM)	456,2
4	Les Boys II	TVA Montréal (CFTM)	429,2
5	Blizzard	YTV	406,9
6	Cake : la vie c'est du gâteau	TVA Montréal (CFTM)	329,2
7	Cruising Bar 2	Super Ecran 1	324,2
8	Horloge biologique	SRC Montréal (CBFT)	293,1
9	Aurore	SRC Montréal (CBFT)	288,3
10	Les Boys I	TVA Montréal (CFTM)	276,5
11	Sans elle	SRC Montréal (CBFT)	255,0
12	Ç't'à ton tour, Laura Cadieux	SRC Montréal (CBFT)	232,9
13	La vie après l'amour	TVA Montréal (CFTM)	230,0
14	Cruising Bar	Super Ecran 1	228,9
15	La vie secrète des gens heureux	TVA Montréal (CFTM)	226,1
16	Le secret de ma mère	SRC Montréal (CBFT)	225,8
17	Ma vie en cinémascope	SRC Montréal (CBFT)	219,7
18	Mémoires affectives	SRC Montréal (CBFT)	219,2
19	La mystérieuse mademoiselle C	SRC Montréal (CBFT)	217,8
20	La grande séduction	SRC Montréal (CBFT)	214,4
21	Ma tante Aline	SRC Montréal (CBFT)	214,3
22	Congorama	SRC Montréal (CBFT)	186,6
23	Québec Montréal	SRC Montréal (CBFT)	185,9
24	Un dimanche à Kigali	SRC Montréal (CBFT)	183,7
25	The Rendering	W Network	182,0

Source : Données BBM 2+ pour l'ensemble du Canada en 2009

Le cinéma au salon

La télévision est un excellent médium pour rejoindre rapidement de larges auditoires. Les films destinés aux salles de cinéma sont généralement diffusés à la télévision à la fin d'un cycle de vie qui comprend le DVD et la télévision à la carte/vidéo sur demande. Les films canadiens peuvent attirer des auditoires nombreux à la télévision; de façon générale, les films qui connaissent du succès en salles performant aussi à la télévision.

C

Médias interactifs en ligne et produits convergensts

Depuis 2005, Téléfilm fait un suivi des auditoires des projets actifs qu'elle a contribué à financer par l'entremise du Fonds des nouveaux médias du Canada. Au cours de la dernière année du Fonds, le nombre global de visites et de visionnements de page a augmenté pour ces projets – environ 3 000 visionnements de plus qu'en 2008. Malgré cette croissance, la moyenne de pages par visite et le nombre de visiteurs uniques sont à des niveaux légèrement inférieurs à ceux de l'an dernier. Cela indique qu'un nombre plus restreint de visiteurs uniques passent plus de temps dans les sites des projets.

Pour l'ensemble de l'année civile 2009

	Nombre de pages (en milliers)	Visites (en milliers)	Moyenne de pages par visite	Visiteurs uniques (en milliers)	Nombre de projets
Projets de langue anglaise	34 633	4 941	7	2 961	17
Projets de langue française	26 589	1 408	19	774	9
Total pour tous les projets	61 222	6 349	13	3 735	26

Source : Phase 5

Moyenne par mois – projets de Téléfilm

	Nombre de pages (en milliers)	Visites (en milliers)	Visiteurs uniques (en milliers)
Projets de langue anglaise	170	24	15
Projets de langue française	246	13	7
Total pour tous les projets	196	20	12

Source : Phase 5

Comme par le passé, la performance des sites convergents dépasse celle des sites indépendants. L'an dernier, le nombre de visionnements de page et de visites des sites convergents était trois fois supérieur à celui des sites indépendants. Mais en 2009-2010, les deux types de projets ont atteint un meilleur équilibre, avec un ratio de deux pour un en faveur des sites convergents.

Moyenne par mois – ensemble des formats

	Nombre de pages (en milliers)	Visites (en milliers)	Nombre de projets	Moyenne de visites par projet
Sites Web convergents	4 382	397	15	26
Sites Web indépendants	1 861	142	11	13

Source : Phase 5

D

Prix et festivals 2009-2010

Les longs métrages soutenus par Téléfilm ont remporté 107 prix en 2009-2010, ce qui représente une légère baisse par rapport aux 119 prix de l'an dernier.

Région de l'Atlantique

Titre	Événement	Catégorie de prix
<i>All the Wrong Reasons</i>	Slamdance 2010	Premier prix annuel du scénario accessible
<i>Crackie</i>	Festival du film de l'Atlantique 2009	Meilleure musique originale
	Festival du film de Turin 2009	Prix spécial du jury
	Festival du nouveau cinéma de Montréal 2009	Mention spéciale du jury
<i>Grown up Movie Star</i>	Sundance 2010	Prix spécial du jury pour interprétation féminine dans un premier rôle
<i>Love and Savagery</i>	Prix Génie 2010*	Interprétation féminine dans un rôle de soutien
<i>Trailer Park Boys: Countdown to Liquor Day</i>	Festival du film de l'Atlantique 2009	Meilleur son d'ensemble

* Les Prix Génie ont eu lieu le 12 avril 2010.

Québec

Titre	Événement	Catégorie de prix
5150, rue des Ormes	Festival international du film fantastique de Gérardmer 2010	Prix du public
1981	Prix Jutra 2010	Meilleure actrice de soutien Meilleure coiffure
Antoine	Rendez-vous du cinéma québécois 2010	Prix Pierre et Yolande Perrault
	Hot Docs Toronto 2009	Prix Lindalee Tracey
	Emotions Pictures, Athènes 2009	Premier prix spécial du jury
	Dok Leipzig, Allemagne 2009	Goldene Taube
	Docupolis, Barcelone, 2009	Prix honorifique pour le meilleur documentaire expérimental
	Festival du film asiatique, San Diego, 2009	Prix spécial du jury
Cadavres	Prix Jutra 2010	Meilleur maquillage
C'est pas moi, je le jure	Festival international du cinéma pour la jeunesse, Zlin 2009	Prix Miloš Macourek Meilleur long métrage pour la jeunesse
	Festival du film de Giffoni 2009	Mention du jury
Dédé à travers les brumes	Prix Jutra 2010	Meilleur acteur Meilleure direction artistique Meilleure musique originale Meilleurs costumes
De père en flic	Prix Jutra 2010	Billet d'or
	Prix Génie 2010	Bobine d'or
Grande ourse : la clé des possibles	Prix Génie 2010	Meilleurs maquillages Meilleure musique originale

Québec

Titre	Événement	Catégorie de prix
<i>J'ai tué ma mère</i>	Prix Jutra 2010	Meilleur film Meilleure actrice Meilleur scénario
	Prix Génie 2010	Prix Claude-Jutra
	Cannes, Quinzaine des réalisateurs 2009	Prix Art Cinema Prix SACD Prix Regards jeunes
	Festival international du Film Francophone de Namur 2009	Meilleur film Meilleur premier film Meilleur acteur
	Festival international du film de Vancouver 2009	Prix Canwest pour le meilleur long métrage canadien
<i>La Donation</i>	Festival international du film de Las Palmas de Gran Canaria 2010	Prix spécial du jury Prix Signis Prix du public
	Festival international du film de Locarno 2009	Prix Don Quichotte Prix Qualité et environnement Prix du jury jeune
	Festival international du film de Toronto 2009	Mention spéciale du jury
<i>Last Train Home</i>	Prix Jutra 2010	Meilleur documentaire
	Festival du film de Whistler 2010	Meilleur documentaire
	Rencontres internationales du documentaire de Montréal 2009	Prix de la cinémathèque québécoise pour la meilleure œuvre québécoise/canadienne
	Festival international du film documentaire d'Amsterdam 2009	Meilleur long métrage documentaire
<i>Le jour avant le lendemain</i>	Prix Génie 2010	Meilleurs costumes
<i>L'encerclement</i>	Nyon, Visions du réel, Festival international de cinéma 2009	Grand prix du jury
	Festival international du documentaire de Yamagata 2009	Grand Prix Robert & Frances Flaherty
	Festival international du cinéma francophone en Acadie 2009	Meilleur moyen ou long métrage documentaire

Québec

Titre	Événement	Catégorie de prix
<i>Polytechnique</i>	Prix Jutra 2010	Meilleure réalisation Meilleur acteur de soutien Meilleure direction de la photographie Meilleur son Meilleur montage
	Prix Génie 2010	Meilleur film Meilleure réalisation Meilleur scénario Interprétation féminine dans un premier rôle Interprétation masculine dans un rôle de soutien Meilleures images Meilleur montage Meilleur son d'ensemble Meilleur montage sonore
	Festival international du film francophone de Namur 2009	Meilleures images
<i>The Trotsky</i>	Festival du film de l'Atlantique 2009	Prix du public
	Festival international du film de Sofia 2010	Prix du public
	Festival international du film de Tokyo 2009	Prix du public
<i>The Wild Hunt</i>	Slamdance 2010	Prix du public Sparky pour meilleur long métrage de fiction
	Festival international du film de Toronto 2009	Meilleur premier long métrage canadien
<i>Un ange à la mer</i>	Festival international du film de Karlovy Vary 2009	Meilleur acteur Grand prix - Crystal Globe Prix Don Quichotte

Ontario

Titre	Événement	Catégorie de prix
<i>A Wake</i>	Female Eye Festival 2010	Best of Show
<i>Cairo Times</i>	Festival international du film de Toronto 2009	Meilleur film canadien
<i>Inside Hana's Suitcase</i>	Festival international du film de Palm Springs 2009	Prix du public pour le meilleur long métrage documentaire
<i>Nurse.Fighter.Boy</i>	Festival international du film de Mannheim-Heidelberg 2009 Prix Génie 2010	Prix du public Mention du jury Meilleure musique originale
<i>Off World</i>	Reel World Festival 2010	Meilleur film canadien
<i>One Week</i>	Prix Génie 2010	Interprétation masculine dans un premier rôle
<i>Passchendaele</i>	Prix de la Guilde canadienne des réalisateurs 2009	Prix d'équipe de la GCR – long métrage Conception artistique – long métrage
<i>Pontypool</i>	Festival international du film fantastique de Puchon 2009	Meilleur acteur
<i>The Baby Formula</i>	Prix Actra 2010 Festival du film de Nashville 2009	Meilleure actrice Prix du long métrage GLBT

Région de l'Ouest

Titre	Événement	Catégorie de prix
50 Dead Men Walking	Prix Génie 2010	Meilleure adaptation Meilleure direction artistique
A Shine of Rainbows	Festival international du film de Victoria 2010	Meilleur long métrage canadien
	Festival international du film de Sedona 2010	Meilleur long métrage international
	Festival international Coca-Cola Cinemagic du film et de la télévision pour jeune public, Belfast 2009	Prix du jury pour le meilleur long métrage
	Festival international de films pour jeune public, Pologne 2009	Mention spéciale, Prix du jury pour le meilleur long métrage
	Festival du film Heartland 2009	Prix du public Prix Truly Moving Pictures
	Festival international du film pour enfants, Chicago 2009	Prix du jury pour meilleur film de langue anglaise
	Festival international de cinéma d'Ibiza 2009	Prix du public
Black Field	Female Eye Festival 2010	Meilleur film canadien
Saving Luna	Festival international du film de Durban 2009	Prix du public
The Imaginarium of Dr Parnassus	2009 SATELLITE AWARDS™	Meilleurs costumes

Prix et festivals 2009-2010 – Médias interactifs

Titre	Événement	Catégorie de prix
<i>Kwad9</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – meilleure utilisation des médias sociaux Nomination – meilleur nouveau site Internet, toutes catégories confondues
<i>Stitch Media</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – entreprise la plus prometteuse de l'année
<i>Frima Studio Inc.</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – entreprise de l'année
<i>Silverback Media</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – entreprise de l'année
<i>MovieSet</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – meilleur portail de vidéos en ligne
<i>Who we are</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – meilleur portail de vidéos en ligne
<i>Isuma TV</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – meilleur outil interactif sur la culture canadienne
<i>Avastar Social</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – meilleur jeu sur le Web
<i>Bitchin' Lifestyle</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Nomination – marque de l'année
<i>Tête à claques</i>	Prix des nouveaux médias canadiens	Prix – meilleure comédie en ligne
<i>Critter Crunch</i>	Canadian Videogame and Digital Arts Awards IGN Best of E3 Awards	Prix – meilleur jeu à télécharger Nomination – meilleur jeu de casse-tête Prix – meilleur jeu de casse-tête PS3 Nomination – meilleur jeu PS3 Nomination – meilleur jeu à télécharger

Réalisations

Objectif

Développer
le potentiel
de l'industrie



Objectifs stratégiques	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats pour 2009-2010
Investir dans l'industrie audiovisuelle afin d'attirer d'autres sources de financement	Pourcentage de financement provenant d'autres sources	Maintenir ou augmenter le pourcentage de financement provenant d'autres sources tout en diminuant la participation financière de Téléfilm	La part de l'ensemble des budgets des longs métrages est à peu près équivalente à l'an dernier, et le FNMC a enregistré une légère hausse (2,5 % par rapport à l'an dernier) de sa part de financement. Le financement des longs métrages par les diffuseurs a augmenté, et les investissements privés dans les nouveaux médias ont connu une hausse assez marquée.
Les sociétés développent leur potentiel grâce aux ventes et aux transactions réalisées pendant les marchés	Volume de ventes et de transactions conclues pendant les marchés	Maintenir ou augmenter les ventes et les transactions canadiennes et internationales	Les ventes dans les marchés internationaux sont en hausse pour la troisième année de suite – hausse de 26 % pour les ventes et les préventes combinées. Pour chaque dollar investi par Téléfilm, les sociétés canadiennes ont réalisé 16 \$ de ventes dans les marchés internationaux (par rapport à 11 \$ en 2008) ⁴ .
Les professionnels de l'industrie bénéficient d'initiatives de grande qualité en matière de formation	Taux de satisfaction à l'égard des programmes et initiatives de formation et de perfectionnement de Téléfilm et impact positif sur la carrière des participants	Maintenir ou augmenter les taux de satisfaction à l'égard du format et des résultats des initiatives de formation	Les taux de satisfaction se sont maintenus dans une fourchette de 4 à 4,2 sur 5.
Les professionnels des communautés autochtones, culturelles et linguistiques en situation minoritaire profitent des occasions offertes pour faire avancer leurs carrières	Montant des ressources consacrées à des programmes et des initiatives visant à promouvoir le perfectionnement professionnel au sein des communautés de cultures diverses	Maintenir ou augmenter le niveau de financement	Les niveaux de soutien offerts par Téléfilm ont été généralement maintenus en 2009-2010.

4. Les ventes enregistrées lors des marchés internationaux sont indiquées selon l'année civile, du 1^{er} janvier au 31 décembre.

A

Effet de levier

Téléfilm étant souvent le premier investisseur dans un projet, sa contribution aide souvent les productions canadiennes à démarrer, mais elle les aide aussi à attirer d'autres investisseurs. Généralement, la participation de Téléfilm entraîne une contribution financière substantielle d'autres investisseurs.

Le Fonds du long métrage du Canada

En 2009-2010, Téléfilm a soutenu 43 longs métrages par l'entremise du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) – soit deux projets de plus que l'an dernier. Les budgets totaux ont augmenté de 3 %. En 2008-2009, il existait un équilibre relatif entre les projets de langue française et ceux de langue anglaise, tant à l'égard du nombre de projets soutenus qu'à l'égard de l'ampleur des budgets, mais cette année la balance a penché en faveur des projets de langue anglaise.

Analyse financière pour le FLMC (2009-2010)

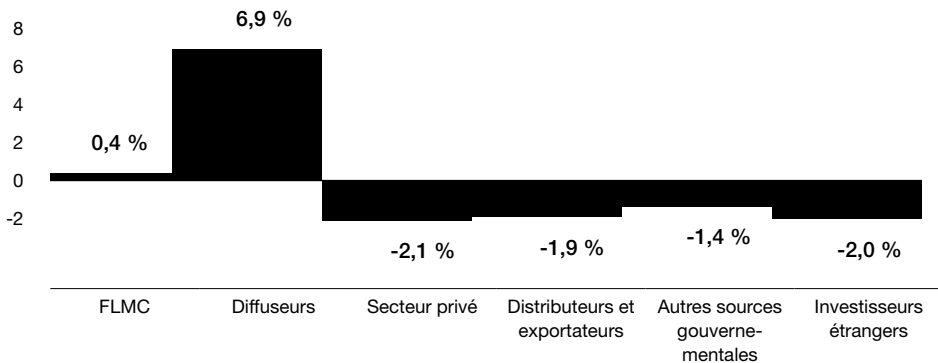
Production - nouveaux contrats seulement

	Nombre de projets
Projets de langue française	16
Projets de langue anglaise	27
Total	43

* Ne comprend pas la part étrangère (13,3 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

Le pourcentage de contribution du FLMC dans les budgets de production n'a augmenté que très légèrement par rapport à l'année dernière, passant de 36,9 % à 37,3 %. Compte tenu du climat économique, ce « tiers de départ » constitue une base solide pour aller chercher d'autres sources de financement. Le financement provenant du secteur privé, des distributeurs et exportateurs, des autres sources gouvernementales et des investisseurs étrangers est en baisse, mais pas de façon notable. De plus, il y a eu une importante injection de fonds de la part des diffuseurs comparativement à l'an dernier.

Production de longs métrages - anglais et français combinés - différence dans la part du budget - 2008-2009 à 2009-2010



Source : Base de données de Téléfilm

Budgets totaux (en milliers de \$)	Budgets (en milliers de \$)*	FLMC	Diffuseurs	Secteur privé	Distributeurs et exportateurs	Autres sources gouvernementales	Investisseurs étrangers
76 170	67 093	32,4 %	1,4 %	6,1 %	8,7 %	48,5 %	2,9 %
116 229	111 966	40,2 %	12,0 %	8,7 %	7,9 %	25,7 %	5,5 %
192 399	179 059	37,3 %	8,0 %	7,7 %	8,2 %	34,3 %	4,5 %

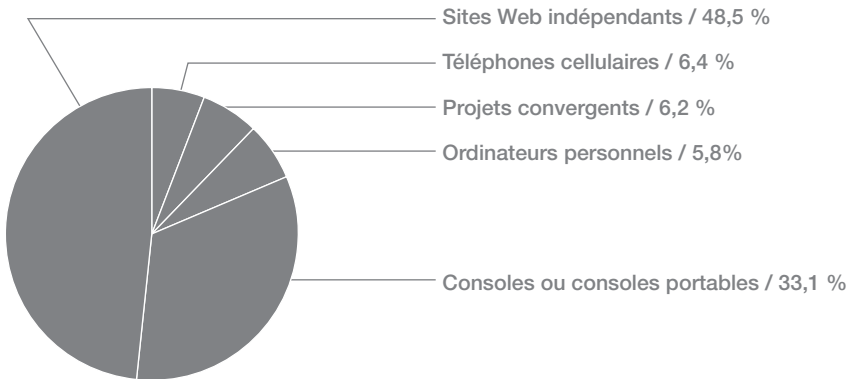
Le Fonds des nouveaux médias du Canada

Cette année, Téléfilm a investi dans 26 projets de nouveaux médias interactifs par l'entremise du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC). Dix-huit de ces projets étaient en anglais et huit projets étaient en français. C'est un renversement complet de la situation par rapport à l'an dernier alors que Téléfilm a financé plus de projets en français que de projets en anglais.

Projets soutenus par le FNMC en 2009-2010 et mention

L'administration du FNMC par Téléfilm aura sans doute été marquée par une propension à prendre des décisions audacieuses – en prévoyant l'importance des technologies émergentes et en travaillant avec des développeurs de contenu indépendants sur des projets originaux et fascinants. L'année dernière, *Critter Crunch*, développé par Capybara Games, a remporté deux prix pour sa version mobile développée en 2008. En 2009, le FNMC a financé la production d'une version du jeu destinée au réseau PlayStation (PSN) qui a remporté le prix du meilleur jeu à télécharger dans le cadre du Concours du jeu vidéo canadien et le prix du meilleur jeu de casse-tête pour la console PS3 en 2010.

Projets soutenus par le FNMC en 2009-2010 par plateforme



Source : Base de données de Téléfilm

Analyse financière pour le FNMC (2009-2010)

Production - nouveaux contrats seulement

	Nombre de projets
Projets de langue française	8
Projets de langue anglaise	18
Total	26

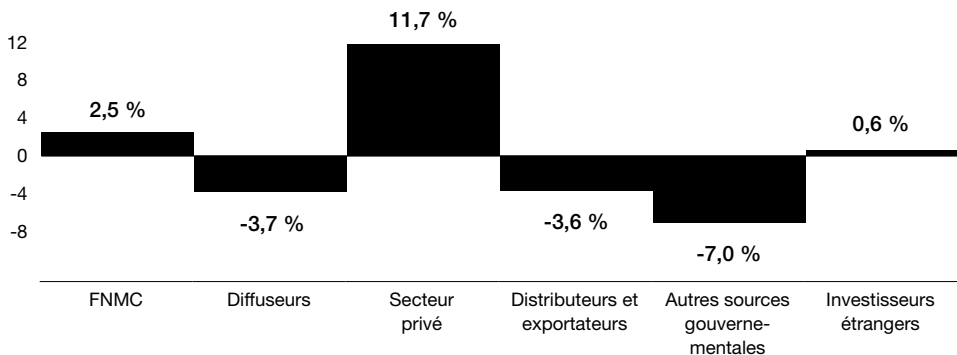
Source : Base de données de Téléfilm

Le secteur des médias interactifs est beaucoup plus fragile et fragmenté que celui du long métrage. Par conséquent, le pourcentage de participation financière de Téléfilm dans cette industrie tend à être plus élevé que dans l'industrie du long métrage. La contribution du FNMC est demeurée relativement stable ces deux dernières années, à environ la moitié du budget total. Elle s'élève à 51,4 % cette année, comparativement à 48,9 % l'an dernier.

Manque d'investissements étrangers dans les nouveaux médias canadiens

Aussi récemment qu'en 2007-2008, les investissements étrangers représentaient le tiers du financement de tous les médias interactifs au Canada. Mais il semble que cette source de financement se soit tarie ces deux dernières années. Comme dans d'autres segments de l'industrie, la crise économique mondiale a sans doute joué un rôle dans ce revirement.

Production de médias interactifs - anglais et français combinés - différence dans la part du budget - 2008-2009 à 2009-2010



Source : Base de données de Téléfilm

Budgets totaux (en milliers de \$)	FNMC	Diffuseurs	Secteur privé	Distributeurs et exportateurs	Autres sources gouvernementales	Investisseurs étrangers
3 871	57,5 %	1,2 %	38,8 %	1,3 %	1,2 %	0,0 %
6 350	47,6 %	1,1 %	42,5 %	0,4 %	7,4 %	1,0 %
10 221	51,4 %	1,1 %	41,1 %	0,7 %	5,1 %	0,6 %

B Téléfilm sur les marchés internationaux : Un partenaire précieux

La stratégie mise en œuvre par Téléfilm pour aider l'industrie canadienne du cinéma, de la télévision et des médias interactifs à accroître ses revenus à l'étranger et à attirer les investisseurs d'autres pays a connu un succès considérable, en dépit de la récession économique mondiale.

Les sondages sur les ventes réalisées par les entreprises qui ont participé aux principaux marchés internationaux du film et de la télévision en 2009⁵ sous l'ombrelle de Téléfilm démontrent que pour chaque dollar investi dans ces marchés par l'organisation, les sociétés canadiennes ont réalisé pour plus de 16 dollars de ventes.

Si on pousse plus loin l'analyse pour y inclure toutes les ventes probables devant découler des discussions entamées lors de ces marchés, le résultat grimpe à 100 dollars en ventes, préventes et négociations en cours pour chaque dollar investi.

Montant des ventes pour chaque dollar investi par Téléfilm

	Berlin	Hong Kong	MIPTV	Cannes	MIPCOM	Total
Ventes et préventes conclues	7 \$	0 \$	1 \$	40 \$	13 \$	16 \$
Toutes les ventes, incluant les ventes probables	126 \$	3 \$	34 \$	173 \$	76 \$	100 \$

Source : Strategic Inc.

5. Les ventes enregistrées lors des marchés internationaux sont indiquées selon l'année civile, du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Activités internationales – Marchés du film et de la télévision

Selon les nombreux commentaires des clients qui ont répondu à notre sondage, la situation économique de la dernière année a eu une incidence négative sur les ventes dans plusieurs marchés. Au marché de Hong Kong et au MIPTV, notamment, les ventes conclues ont chuté radicalement entre les années 2008 et 2009 – de 2 millions de dollars à zéro à Hong Kong et de 5 millions de dollars à 0,3 million de dollars au MIPTV. Mais les ventes réalisées à Cannes et au MIPCOM ont été suffisamment élevées pour rehausser le volume total des ventes, qui a augmenté de 19 % par rapport à l'an dernier.

Par contre en 2009, les acheteurs internationaux étaient plus enclins à acheter en prévente des titres canadiens, ce qui s'est traduit par une hausse considérable des préventes. En fait, si on additionne les préventes et les ventes qui ont été conclues, on obtient une augmentation globale de 26 % des ventes pour l'année - cela représente près de 18 millions de dollars. Si on y ajoute les négociations en cours, le total grimpe à 108 millions de dollars, soit une hausse de 27 % par rapport à 2008.

Quant aux ententes de coproduction et de coentreprise, un total de 71 ententes ont été conclues avec 17 pays pour une valeur de plus de 134 millions de dollars. C'est moins que les 233 millions de dollars de l'an dernier. Hong Kong est le marché qui a subi la plus forte baisse du volume de coproduction (presque 40 millions de dollars de moins) tandis que le MIPTV est le seul marché qui a enregistré une hausse (par rapport aux 13,4 millions de dollars de 2008).

Activités internationales – Médias interactifs

En 2009, deux marchés sur les médias interactifs ont fait l'objet d'un suivi : Game Connection San Francisco et Game Connection Europe, qui se tenait à Lyon, en France. Les ventes ont connu un ralentissement dans les deux événements. Cela indique que les médias interactifs ont été plus durement touchés que les médias traditionnels que sont le cinéma et la télévision.

Les trente répondants à notre sondage sur les deux marchés n'ont déclaré qu'une seule entente d'une valeur de 50 000 \$. Les ventes probables sont plus prometteuses avec un total combiné de près de 26 millions de dollars, soit une moyenne de 1,9 million de dollars par entreprise. Malgré le volume peu élevé d'ententes conclues, l'expérience des clients durant ces deux événements semble avoir été positive. Un peu plus de 76 % des participants au Game Connection San Francisco et environ 88 % de ceux qui ont participé au Game Connection Europe étaient très ou plutôt satisfaits de leur expérience.

C

Initiatives de formation et de développement professionnel

Comptant parmi les principaux objectifs de Téléfilm, la formation et le développement professionnel constituent une approche ascendante pour développer le potentiel de l'industrie audiovisuelle canadienne. Consciente de l'importance du capital humain, Téléfilm a soutenu ces dernières années plusieurs initiatives de formation dans différents domaines : développement de projets dans les langues officielles, écriture de scénario, technologies numériques et développement axé sur les festivals.

Faits saillants en matière de formation et de développement professionnel

Telefilm Canada Features Comedy Lab

Telefilm Canada Features Comedy Lab est le premier programme de perfectionnement professionnel conçu pour développer des longs métrages en comédie. Il permet à des producteurs canadiens chevronnés accompagnés de leur scénariste et (ou) réalisateur, et du scénario de leur projet de comédie, de rencontrer certains des plus grands esprits comiques au monde. Le but est de développer cinq comédies de langue anglaise en 2010 – et de réaliser le montage financier des projets en vue d'attirer les investisseurs. Parrainé par Téléfilm, le programme est offert par le Canadian Film Centre en collaboration avec Just for Laughs.

L'appui du milieu

Le Canada est mondialement reconnu pour ses comédies et ses comédiens et le milieu ne s'est pas fait prier pour soutenir le *Telefilm Canada Features Comedy Lab*. Le programme est présidé par Eugene Levy, pour qui la comédie n'a plus de secret, et réunit des mentors et des invités comme les producteurs Ivan Reitman, Alan Blomquist, Jimmy Miller et Tai Duncan.

Un comité de sélection formé de professionnels de l'industrie de la comédie a choisi les cinq projets et équipes ci-dessous pour participer au *Lab* :

- Comédie en milieu de travail : *Servitude*, scénariste et producteur Michael Sparaga, réalisateur Warren P. Sonoda.
- Comédie romantique : *That Burning Feeling*, scénariste Nicolas Citton, producteur et réalisateur Jason James.
- Numéros de comédie : *Ramington's: Men of Steel*, scénariste Sacha Pavlovic, producteur Mark Montefiore.
- Comédie cowgirl : *Saddlebags*, scénariste Christine Lippa, productrices Elizabeth Yake et Angela Heck.
- Comédie féminine : *Two of Me*, scénariste et réalisatrice Mina Shum, producteur Stephen Hegyes.

Multi-talents pour le multiplateforme

Ces ateliers ont pour objectif de rehausser les compétences de l'industrie et de maximiser sa capacité de rejoindre les auditoires. Cette initiative vise principalement la création et l'exploitation de contenu dans un environnement multiplateforme, et s'intéresse plus particulièrement aux possibilités offertes par les médias sociaux, la diffusion de vidéos en ligne et les plateformes mobiles.

Évaluation de l'impact

Téléfilm a sondé les 95 participants aux ateliers Multi-talents pour le multiplateforme en 2009, et leurs commentaires ont été très positifs. Le sondage a porté sur deux ateliers distincts. Questionnés sur leur degré de satisfaction générale à l'égard de l'atelier, les participants du premier groupe ont donné une note de 4,23 sur cinq tandis que le deuxième groupe a accordé une note de 4,16 sur cinq – des résultats très semblables à ceux obtenus les dernières années.

« Je suis ravi de voir que Téléfilm Canada propose de tels programmes aux producteurs et aux gens de l'industrie. J'ai bien l'intention d'en profiter de nouveau. Je suis impressionné par le professionnalisme du personnel de Téléfilm et par la qualité des présentateurs. » - Citation d'un participant

Place aux histoires autochtones

Le programme *Place aux histoires autochtones* cible les projets de longs métrages aux différentes étapes de développement. À chacune des étapes, les participants profitent d'une combinaison d'activités de formation, de perfectionnement professionnel et de mentorat sur mesure, ainsi que d'une aide au développement. Le Programme vise à renforcer la capacité de l'industrie au sein des communautés autochtones et à permettre aux cinéastes autochtones d'avoir plus facilement accès aux principaux programmes de financement du Fonds du long métrage du Canada.

Un programme bien accueilli

Les participants à ce programme ont eux aussi été sondés en 2009. Sur les treize participants qui ont répondu au sondage, dix ont donné une note de quatre points ou plus sur cinq au programme. La note moyenne était de quatre sur cinq.

« Ces programmes sont essentiels à l'inclusion d'histoires autochtones dans la cinématographie canadienne et au développement d'un bassin d'artistes autochtones bien établis. » - Citation d'un participant

Producteurs à Show Canada

Show Canada, organisé annuellement par MPTAC, est un rassemblement annuel important pour l'industrie cinématographique canadienne. En 2009, Téléfilm a commandité 15 producteurs en vue de leur participation à l'événement de deux jours qui comprend des projections, des tables rondes et des activités de réseautage. L'initiative comprenait un panel réservé aux producteurs qui leur a permis de rencontrer les distributeurs et les spécialistes de Téléfilm. Ce forum a été bien accueilli et les producteurs n'ont pas caché leur enthousiasme pour l'événement.

Une expérience unique

« Le soutien financier, l'information et le panel offerts par Téléfilm ont été d'une aide inestimable et je suis extrêmement reconnaissant d'avoir pu en profiter. Mon projet a bénéficié directement des conversations que j'ai pu avoir avec les gens de Cineplex et les distributeurs. » - Citation d'un participant

D

Renforcer le tissu culturel du Canada

Au cours de l'exercice 2009-2010, comme pendant l'exercice précédent, Téléfilm a consacré au total 7,5 millions de dollars au financement de projets multiculturels, autochtones et de langue officielle en situation minoritaire.

Place aux histoires autochtones

- 2009-2010 était la deuxième année de ce programme visant à accroître la capacité de l'industrie au sein des communautés autochtones et à permettre aux cinéastes autochtones d'accéder plus facilement aux programmes principaux du FLMC.
- Téléfilm a investi environ 0,4 million de dollars dans l'aide au développement de 22 projets autochtones de différentes régions du Canada, doublant le 0,2 million de dollars accordé aux 11 projets financés en 2008.

Communautés de langue officielle en situation minoritaire

- En 2009-2010, c'était la troisième année que Téléfilm proposait des programmes spécialement conçus (*Écrire au long*, *Feature It!*, *Aide à la production*, *Multi-talents pour le multiplateforme*) pour accroître la capacité de l'industrie au sein des communautés de langue officielle en situation minoritaire et permettre aux cinéastes d'accéder plus facilement aux programmes principaux du FLMC.
- L'aide accordée aux projets et aux événements en français hors Québec représente 2 % de la totalité du financement accordé au marché de langue française, une augmentation de 1,4 % par rapport à l'an dernier. L'aide aux projets et aux initiatives en anglais au Québec représente 17,4 % de la totalité du financement accordé au marché de langue anglaise, une baisse de 11 % par rapport à l'an dernier. Cette baisse est attribuée aux engagements anormalement plus élevés en 2008-2009 pour des projets nationaux, dont trois provenaient du marché de langue anglaise du Québec.
- Téléfilm a également effectué en 2009-2010 une évaluation complète des programmes d'Activités de langues officielles et d'Aide au doublage et au sous-titrage. En consultation avec les membres de l'industrie, Téléfilm étudiera les résultats et les recommandations en 2010-2011 pour voir comment améliorer l'efficacité et l'efficience de ces programmes.

Un éventail de projets dignes d'intérêt

- La 10^e édition de imagineNATIVE Film and Media Arts Festival a présenté 168 œuvres audiovisuelles développées et produites par des créateurs autochtones du Canada et de la scène internationale.
- Isuma.tv, un portail dédié aux cinéastes autochtones du Canada et de l'étranger est la première chaîne au Canada qui utilise Internet pour diffuser des longs métrages et des documentaires autochtones et d'autres films canadiens indépendants dans les communautés inuites et autochtones éloignées et ayant un accès limité aux productions canadiennes.
- *Inside Hana's Suitcase*, un film du cinéaste canadien Larry Weinstein, est un documentaire sur une enfant perdue de l'Holocauste basé sur le roman à succès du même nom. Le film a remporté le prix Canwest du meilleur documentaire au Victoria Film Festival.
- *Off World* est un film sur un jeune Torontois qui entreprend le voyage de sa vie pour retourner à son lieu de naissance, un vaste bidonville des Philippines. L'œuvre cinématographique de Mateo Guez a ouvert le ReelWorld Film Festival et il a été présenté dans le cadre de Perspective Canada à Cannes.
- *Cairo Time* est une coproduction du Canada et de l'Irlande qui relate une idylle interculturelle. Scénarisé et réalisé par Ruba Nada, le film met en vedette Patricia Clarkson et Alexander Siddig. Il a remporté le prix du meilleur long métrage canadien au Festival international du film de Toronto en 2009. Les droits ont été acquis pour une distribution aux États-Unis, et il fait partie des dix meilleurs films canadiens de 2009.
- *Prom Night in Mississippi* est un documentaire dans lequel on suit les finissants d'une école secondaire alors qu'ils se préparent à assister au premier bal intégrationniste de l'histoire de Charleston, au Mississippi. Réalisé par le cinéaste canadien Paul Saltzman, le projet a obtenu des nominations de la Director's Guild of Canada et à Sundance.
- *Before Tomorrow* raconte l'histoire d'une femme et de son petit-fils qui doivent survivre dans une région éloignée du Nord du Canada. Réalisé par Marie-Hélène Cousineau et Madeline Ivalu, le film est une adaptation du roman *For morgendagen* de l'auteur danois Jørn Riel. Il a été en compétition à Sundance.
- *Kissed by Lightning* suit le destin de Mavis Dogblood, une peintre mohawk terrassée par la mort de son mari. Ce premier long métrage de la cinéaste Shelley Niro a été présenté dans de nombreux festivals nord-américains. Son actrice principale, Kateri Walker, était en lice pour un prix de l'ACTRA.
- *Nurse.Fighter.Boy* est une magnifique histoire d'amour urbaine qui se déroule au rythme du reggae. Ce premier long métrage du cinéaste Charles Officer a remporté le Prix Génie de la Meilleure chanson originale et le prix du public au festival de Mannheim-Heidelberg. Les droits ont été acquis pour une distribution aux États-Unis.
- *Cooking with Stella* suit les exploits d'une rusée cuisinière qui travaille comme chef personnelle au Haut-commissariat du Canada à New Delhi et qui doit s'adapter à l'arrivée de diplomates canadiens peu conventionnels. Cette comédie originale est le premier long métrage du scénariste et réalisateur Dilip Mehta; elle a été présentée en première au Festival international du film de Toronto en 2009.

Réalisations

Objectif

Un
administrateur
responsable



Objectifs stratégiques	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats pour 2009-2010
Être un administrateur efficace et innovateur	Rapport de l'examen spécial du Bureau du vérificateur général du Canada (BVG)	Pas de lacunes importantes rapportées	Le BVG a émis une opinion sans réserve; il existe une assurance raisonnable que, pendant la période couverte par l'examen, il n'y avait pas de lacunes importantes dans les systèmes et les pratiques de Téléfilm.
	Examen stratégique	Pas de réaffectation	Aucune réaffectation des dépenses n'était nécessaire puisque les programmes administrés par Téléfilm respectent les priorités des Canadiens.
	Ratio des frais de gestion (RFG)	Maintenir le pourcentage des frais de gestion à un faible niveau	<ul style="list-style-type: none"> Le RFG des programmes (y compris les programmes du FCT administrés par Téléfilm) a diminué de 15 % cette année pour atteindre 6,1 % Le ratio du FLMC a augmenté, passant de 8,2 % à 9,7 % Le ratio du FNMC a diminué de 16,6 % à 11,9 % Le ratio du FCT a diminué de 2,7 % à 2,4 %
Être transparent et responsable	Indicateurs de rendement plus élaborés	Optimiser l'efficacité opérationnelle en faisant le suivi des indicateurs financiers et opérationnels	<ul style="list-style-type: none"> La plupart des indicateurs opérationnels et financiers ont été atteints.
Mieux servir les clients	Satisfaction des clients	Maintenir ou augmenter le taux de satisfaction des clients par rapport aux résultats du sondage de 2005-2006	Un sondage national révèle une légère augmentation du degré de satisfaction générale des clients de Téléfilm – 7,2 sur dix en 2009-2010 comparativement à 6,97 sur dix en 2005-2006.

Téléfilm a adopté des méthodes et des techniques de gestion modernes, comme la gestion des risques, pour améliorer son efficacité organisationnelle. Les résultats de l'évaluation continue des risques ont donné lieu à plusieurs initiatives importantes dans les domaines suivants : gouvernance, gestion des ressources humaines, respect des politiques et des procédures, rendement organisationnel, prestation des programmes, éthique et communications. L'évaluation des risques et les mesures mises en œuvre sont toujours alignées sur les objectifs stratégiques de Téléfilm.

A

Un administrateur efficace et innovateur

Pour l'exercice 2009-2010, Téléfilm a évalué la mesure dans laquelle elle est un « administrateur efficace et innovateur » de trois façons : un rapport d'examen spécial du Bureau du vérificateur général (BVG), un examen stratégique dirigé par le Conseil du Trésor et une analyse des ratios des frais de gestion (RFG) des programmes qu'elle administre.

1. Rapport de l'examen spécial

Le BVG n'a pas décelé de lacunes importantes dans les systèmes et les pratiques de Téléfilm, et il a souligné de bonnes pratiques de gestion, mais il a cerné quelques améliorations possibles. Pour son premier examen spécial, Téléfilm est fière de ses résultats et elle compte mettre en œuvre des solutions afin de répondre aux recommandations du BVG. La version complète du rapport de l'examen spécial 2010 est disponible à l'adresse suivante : www.telefilm.gc.ca

Rapport de l'examen spécial 2010

La *Loi sur la gestion des finances publiques* stipule que Téléfilm est tenue de mettre en œuvre des moyens de contrôle et d'information et de faire appliquer des méthodes de gestion. Elle doit également veiller à ce que ses actifs soient protégés et contrôlés, que la gestion de ses ressources financières, humaines et matérielles soit menée de manière économique et efficiente, et que ses opérations soient réalisées avec efficacité. La Loi exige que les systèmes et les pratiques de Téléfilm fassent l'objet d'un examen spécial du Bureau du vérificateur général au moins une fois tous les dix ans. Le vérificateur général a la responsabilité d'exprimer une opinion, à savoir si pendant la période visée par l'examen – de mai 2009 à janvier 2010 – aucune lacune importante n'a été décelée dans les systèmes et les pratiques de Téléfilm.

**Systemes clés
et pratiques
analysées**

Observations et recommandations

Gouvernance	<ul style="list-style-type: none">• Téléfilm dispose d'un cadre de gouvernance et de moyens qui lui permettent de s'acquitter de ses responsabilités. Téléfilm a de saines pratiques de gouvernance par l'intermédiaire du conseil d'administration, de ses comités, de leurs responsabilités assignées et des relations avec la haute direction.• Le BVG a recommandé que Téléfilm améliore ses pratiques portant sur les valeurs et l'éthique en mettant en œuvre un mécanisme permettant d'informer le conseil d'administration des plaintes internes et externes, incluant celles portant sur la divulgation d'actes répréhensibles.
Planification stratégique, mesure du rendement et communication des résultats	<ul style="list-style-type: none">• Téléfilm dispose d'un processus de planification stratégique approprié. Le BVG suggère que le nouveau plan d'entreprise inclut des renseignements sur l'affectation des ressources financières, humaines et matérielles afin de faire le lien entre les stratégies et les ressources affectées pour la période de planification.• Le BVG a noté que la direction connaît les principaux risques, mais que Téléfilm devrait mettre en œuvre un processus plus intégré de révision, d'évaluation et de suivi des risques et rendre des comptes à ce sujet au conseil d'administration.• Téléfilm possède des processus pour mesurer son rendement et des rapports à ce sujet. Les principaux indicateurs de rendement mesurés sont définis dans le plan stratégique et la direction fait périodiquement rapport sur ces indicateurs.
Financement des productions audiovisuelles	<ul style="list-style-type: none">• Téléfilm traite de façon uniforme et objective les projets de financement à l'aide de principes directeurs, politiques et procédures. Des améliorations pourraient être apportées à la documentation dans le système d'information de gestion et au processus d'assurance de la qualité.• L'admissibilité des demandes est vérifiée en fonction des critères essentiels définis dans les principes directeurs. Les analystes et gestionnaires de Téléfilm possèdent une très bonne connaissance de leur marché. Pour les projets de longs métrages et de nouveaux médias, le système Sineweb pourrait être utilisé de manière plus efficiente.• Le BVG a recommandé que Téléfilm assure une mise en œuvre rigoureuse des procédures en vigueur en ce qui a trait au système d'information de gestion Sineweb afin d'en optimiser l'utilisation et d'améliorer l'efficacité opérationnelle et compléter l'élaboration et la mise en œuvre du cadre de surveillance de la qualité.
Technologies de l'information	<ul style="list-style-type: none">• Le BVG a noté que la planification stratégique ayant trait aux technologies de l'information et le plan opérationnel du secteur des systèmes informatiques reflètent les besoins et l'orientation stratégique de Téléfilm. Les activités liées à la gestion des technologies de l'information permettent d'offrir un service de qualité.
Gestion des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none">• Téléfilm dispose d'un programme de dotation efficace, mais devrait s'assurer de rédiger des lettres d'offres d'emploi qui énoncent clairement les conditions d'emploi et reflètent les dispositions des politiques en vigueur.• Téléfilm fournit des occasions d'apprentissage et de formation qui sont liées aux objectifs stratégiques et déploie des efforts pour intégrer la planification des ressources humaines à la planification opérationnelle.• Téléfilm devrait s'assurer que le processus d'évaluation du rendement est appliqué de manière uniforme, que les résultats sont documentés et que les primes de rendement octroyées sont justifiées et documentées de façon adéquate.

2. Examen stratégique

L'examen stratégique a révélé que les programmes offerts par Téléfilm respectent les priorités des Canadiens. Le gouvernement du Canada a confirmé dans son budget de 2010 qu'aucune réaffectation des dépenses n'était nécessaire.

Examen stratégique

Les organismes fédéraux qui reçoivent des crédits parlementaires sont tenus de réaliser un examen stratégique tous les quatre ans, dans le cadre de leur processus de planification normal. Ces examens sont dirigés par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada. L'examen stratégique permet de déterminer si les programmes atteignent les objectifs pour lesquels ils ont été créés; s'ils sont gérés efficacement; et s'ils cadrent avec les priorités des Canadiens et les responsabilités du gouvernement.

Téléfilm a effectué cet examen stratégique pour la première fois en 2009-2010. Les leçons qu'elle en a tirées l'aideront à améliorer ses pratiques de gestion.

3. Ratio des frais de gestion (RFG) des programmes administrés par Téléfilm

a) Tous les programmes

- Le RFG doit être considéré comme le pourcentage des dépenses d'administration nécessaires pour offrir les programmes que Téléfilm administre. Il permet de mesurer les frais de fonctionnement et d'administration (annexe D des états financiers), moins l'amortissement, par rapport à l'ensemble des dépenses de support de Téléfilm, y compris celles des programmes administrés au nom du Fonds canadien de télévision (FCT).
- Le RFG de l'ensemble des programmes se situe à 6,1 % et la baisse annuelle (15 %) s'explique par la diminution des frais de fonctionnement et d'administration de Téléfilm et par l'augmentation des dépenses de support (y compris pour les programmes du FCT).

b) Par programme

- Le RFG du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) est passé de 8,2 % à 9,7 %. Cette augmentation est surtout attribuable au travail additionnel requis par les secteurs des services partagés de Téléfilm – par exemple : Communications; Planification stratégique et développement de projets; Services juridiques; Information, performance et risques; et, Conformité et recouvrement.
- Pour sa dernière année d'existence, le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) a vu son RFG diminuer à 11,9 %. Cette baisse est surtout attribuable à une réduction de l'implication du personnel, par exemple pour le financement des projets et les relations d'affaires, le programme devant être aboli. Le rapport annuel de l'année prochaine ne fera aucune mention du RFG du FNMC.

- Le RFG du Fonds canadien de télévision (FCT) a diminué de 2,7 % à 2,4 %. Cette performance favorable vient du contrôle des coûts administratifs (qui s'applique à tous les fonds) combinée à une augmentation des dépenses de support de 41 millions de dollars pour l'année. Téléfilm s'attend à ce que le RFG augmente à 2,9 % l'an prochain, puisque de nouveaux programmes de médias numériques seront offerts en 2010-2011 en plus des anciens programmes du FCT.

Ratio des frais de gestion

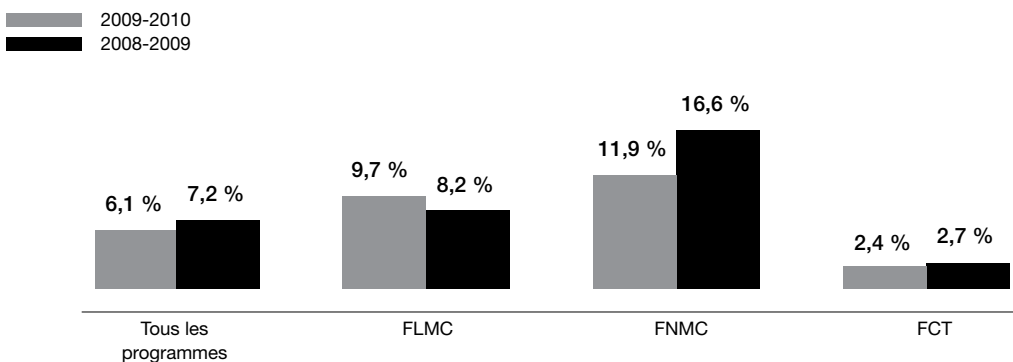
Le ratio des frais de gestion (RFG) est un indicateur universel des ressources utilisées comparativement aux sommes administrées par programme. Dans certains cas, il peut servir à évaluer l'efficacité de la prestation des programmes en regard des coûts.

Téléfilm a appliqué une méthode standard pour déterminer le RFG du Fonds du long métrage du Canada (FLMC), du Fonds canadien de télévision (FCT) et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC). Puisque ces fonds ont des principes directeurs, des budgets et des ententes distincts, le RFG devrait être considéré seulement comme une tendance observée au fil du temps. À des fins de divulgation, Téléfilm a procédé à une comptabilisation des coûts formelle de tous ces fonds en ayant recours à la même méthode pour chacun d'eux.

Les dépenses de support du FLMC et du FNMC sont présentées respectivement aux annexes A et B. Les coûts des principaux programmes sont présentés à l'annexe E des états financiers. Puisque Téléfilm administre les programmes pour le compte du FCT dans le cadre d'une entente de services, les dépenses de support de ces programmes ne sont pas divulguées et ne sont pas incluses dans les états financiers de Téléfilm.

À souligner que pour le calcul des RFG de 2008-2009, les dépenses relatives à la Conformité et recouvrement ont été présentées séparément des coûts des programmes, à titre de frais de récupérations. Le RFG de 2008-2009 n'a pas été recalculé puisque les différences sont minimes.

Ratio des frais de gestion



Utiliser les ressources, les processus et les technologies pour être un administrateur efficace

Téléfilm améliore son efficacité organisationnelle en combinant trois éléments clés dans les initiatives et projets ci-après :

- des employés dévoués et compétents;
- des processus bien définis; et
- des technologies de communication.

Plan directeur des ressources humaines

Pendant le dernier exercice, Téléfilm a mis en œuvre un nouveau modèle de leadership qui intègre les valeurs, les comportements et les compétences. Le cadre de gestion de la performance a également été mis à jour pour tenir compte des nouvelles compétences en leadership que prône le modèle. De telles initiatives sont importantes car elles aident les employés à comprendre la nature et le degré du changement que vit Téléfilm.

Gestion des processus électroniques

Les processus de gestion de base clés de Téléfilm comprennent la prise de décisions et la diligence dans la passation des contrats. Cette année, Téléfilm a pris des mesures pour normaliser et automatiser ces processus. En fractionnant les processus de base clés en étapes bien définies et en utilisant les technologies de l'information, Téléfilm a grandement amélioré l'efficacité, la productivité, la conformité, la traçabilité et la sécurité. Le nouveau système améliore également les contrôles financiers. Tous les contrats sont désormais signés par l'entremise d'un processus électronique qui renforce la conformité sur les signataires.

Intranet

Téléfilm fait un meilleur usage de l'intranet pour améliorer l'efficacité des communications internes, et pour en explorer les possibilités comme outil de gestion et de partage. Un logiciel de collaboration a été déployé afin d'améliorer la façon dont l'information est organisée et partagée au sein de l'organisme. Ce logiciel permet non seulement de partager l'information en temps réel, mais il comporte également une fonction d'archivage sécuritaire et est facile à utiliser.

Plan de gestion de la continuité des affaires

Le plan de gestion de la continuité des affaires de Téléfilm vise à protéger trois processus essentiels : la signature des contrats, les versements et le suivi du budget. Des essais continus et des mises à jour ont permis d'améliorer considérablement la stratégie de communication de ce plan au cours de l'exercice. Téléfilm l'a utilisé pour gérer des problèmes éventuels, par exemple au bureau de Vancouver pendant les Jeux olympiques, et pour gérer la grippe H1N1 dans tous les bureaux.

B Être transparent et responsable

La performance de Téléfilm peut être mesurée par des indicateurs opérationnels et financiers. Ces indicateurs sont suivis régulièrement et ont une incidence considérable sur les services offerts aux clients et sur le niveau des investissements dans l'industrie.

Un prix pour le rapport annuel de Téléfilm

En décembre 2009, Téléfilm a remporté le premier prix dans sa catégorie pour son rapport annuel de 2007-2008.

L'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) a décerné à Téléfilm le Prix d'excellence en matière d'information d'entreprise dans la catégorie Petites sociétés d'État pour la deuxième fois en trois ans. La qualité de la communication de l'information financière fait partie intégrante de la gouvernance de Téléfilm.

Organisé depuis 59 ans, le Concours des meilleurs rapports d'entreprise de l'ICCA est le seul concours qui reconnaît l'excellence et les pratiques exemplaires en matière d'information d'entreprise.

Indicateurs opérationnels

À titre de comparaison, les indicateurs opérationnels sont les mêmes que l'an dernier. Téléfilm évalue ses services de la façon suivante :

Indicateurs opérationnels	Cibles	Résultats	Constats
Délais des décisions relatives au financement des productions			
FLMC : Décision émise	Date de décision planifiée 10 semaines	100 % du temps 71 % du temps	Cible atteinte Cible non atteinte
FNMC : Décision émise	10 semaines	100 % du temps	Cible atteinte
Niveaux de service du FCT : Indicateurs des délais à respecter (en jours)	14 cibles à atteindre	10 cibles atteintes	71 % des cibles atteintes
Déclenchement des versements au projet	≤ 3 jours	2 jours	Cible atteinte
Déclenchement des versements aux fournisseurs	≤ 20 jours	17 jours	Cible atteinte
Heures disponibles des systèmes critiques TI	≥ 97,5 %	99,6 %	Cible atteinte
Jours sans incident des systèmes critiques TI	≥ 90 %	93 %	Cible atteinte

Source : Base de données de Téléfilm

Résultats relatifs aux indicateurs opérationnels

Décisions de financement

Les décisions relatives au financement des productions devraient être rendues dans un délai de dix semaines, ou dans un délai déterminé pendant les périodes de pointe. Il y a eu d'importantes améliorations cette année puisque Téléfilm a atteint deux cibles sur trois.

Niveaux de service du FCT

Soixante-et-onze pour cent des cibles ont été atteintes, y compris les cibles les plus importantes ayant trait aux enveloppes fondées sur la performance. Deux des cibles qui n'ont pas été atteintes sont présentement en révision.

Traitement des versements (projets et fournisseurs)

Les deux cibles relatives au nombre de jours requis pour déclencher les versements ont toutes les deux été atteintes.

Systèmes TI

La performance opérationnelle dépasse les cibles établies pour ce qui est des heures disponibles et des jours sans incident.

Indicateurs financiers

Les indicateurs financiers sont importants notamment pour déterminer si la conformité aux niveaux de financement établis pour le crédit parlementaire et l'accord de contribution du FNMC sont respectés. Téléfilm se sert des indicateurs financiers ci-dessous pour s'assurer qu'il n'y a pas de préemption de fonds ou de dépassement dans l'utilisation des fonds.

Indicateurs financiers (M\$)	Cibles	Résultats	Constats
Dépenses de support du FLMC	85,3	99,2	Cible atteinte
Dépenses de support du FNMC	12,7	13,2	Cible atteinte
Budget d'administration : seuil maximal	29,0	28,4	Cible atteinte

Source : Base de données de Téléfilm

Résultats relatifs aux indicateurs financiers

Dépenses de support

Les cibles du FLMC et du FNMC représentent le niveau minimal des dépenses de support pour éviter une péremption de fonds.

La cible du FLMC a été atteinte et les dépassements ont été financés grâce aux récupérations.

Dans le cas du FNMC, la cible n'a pas été atteinte même si le niveau des dépenses de support était plus élevé que la cible. Il s'agit de circonstances particulières liées à la clôture du FNMC. En conséquence, l'accord de contribution a été réduit de 1,3 millions de dollars; le ministère du Patrimoine canadien a financé 86 % des dépenses de support (11,4 millions de dollars) tandis que les récupérations accumulées des exercices antérieurs de Téléfilm de 1,8 million de dollars ont complété le financement des dépenses de support.

Budget d'administration : seuil maximal

La cible de 29 millions de dollars du budget d'administration, calculée selon une comptabilité de caisse modifiée, représente le seuil maximal. Elle ne peut pas être comparée aux frais de fonctionnement et d'administration présentés à l'annexe D des états financiers puisque ces dépenses sont calculées selon une comptabilité d'exercice et comprennent l'amortissement.

Le budget utilisé étant de 28,4 millions de dollars, la cible est atteinte. Ce chiffre comprend également des frais payés d'avance de 1,2 million de dollars du prochain exercice et 0,6 million de dollars transféré aux programmes, principalement au FNMC.

Rapport de vérification interne du FLMC

Au cours de l'exercice 2009-2010, le conseil d'administration a approuvé un mandat de vérification interne concernant les processus de gestion des principaux programmes du FLMC. Cette vérification a révélé de nettes améliorations au plan de la conformité des processus et de la documentation des décisions par rapport à l'an dernier. La réorganisation des activités de gestion des programmes et la séparation des tâches relatives à l'analyse du contenu et à la gestion des contrats, en plus des progrès observés dans le programme de contrôle de la qualité, ont fortement contribué à l'amélioration des processus de gestion dans leur ensemble.

C

Mieux servir les clients

Sondage pancanadien de la clientèle

En 2009-2010, Téléfilm a réalisé un projet de recherche sur la satisfaction de la clientèle. Ce projet se fondait sur les sondages nationaux réalisés en 2005 et 2001; sa portée a été adaptée, modernisée et alignée sur les nouvelles réalités de l'organisme. Des entretiens individuels ont été réalisés avec les principaux clients et intervenants et un questionnaire détaillé a été distribué à tous les clients de Téléfilm.

Selon les clients, la performance de Téléfilm semble s'améliorer depuis environ une décennie. En 2001, les clients lui avaient accordé une note de 6,95 sur 10⁶, en 2005 cette note est passée à 6,97⁷, puis à 7,2⁸ en 2009.

Dans le dernier sondage, une section a été ajoutée pour évaluer la perception des clients. Les résultats indiquent que Téléfilm est perçue de façon plus positive par les clients, qui emploient des qualificatifs comme amical, compétent et bien informé.

Les bureaux régionaux de Téléfilm représentaient un autre élément important de ce plus récent sondage. Les résultats sont encourageants puisque deux tiers des clients régionaux se disent satisfaits. Les bureaux ont obtenu une note de 7,6 sur 10. Les services offerts dans les bureaux régionaux ont également obtenu de bonnes notes :

- réponse aux questions sur les programmes et services (7,4 sur 10);
- service à la clientèle (7,3 sur 10);
- expertise professionnelle en matière de diligence raisonnable (7,0 sur 10).

6. Source : Pollara

7. Source : Pollara

8. Source : Harris Decima

Téléfilm mettra à profit les résultats du sondage de 2009-2010 dans l'élaboration de son nouveau plan d'entreprise.

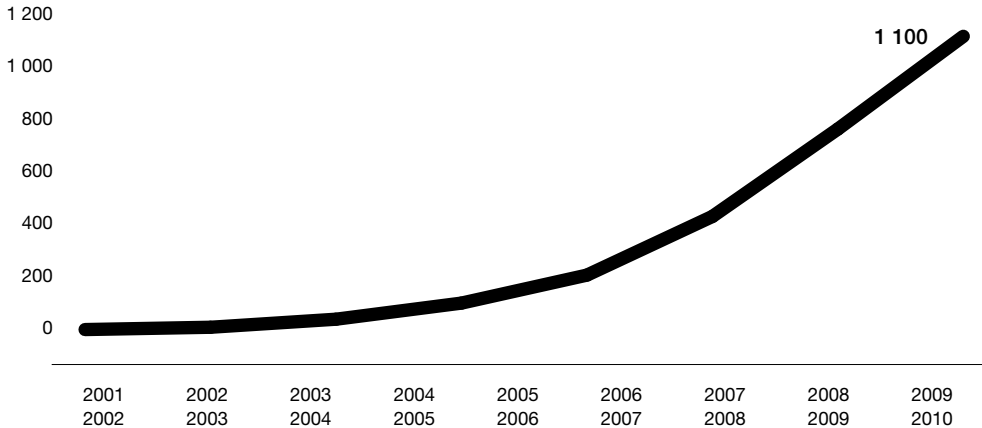
eTéléfilm

eTéléfilm est un outil en ligne qui permet aux clients de soumettre leurs demandes par voie électronique et de suivre l'avancement de leur demande et de leur projet. Les clients peuvent également exécuter plusieurs fonctions liées au financement du projet. Rapide, sécuritaire et facile d'emploi, eTéléfilm est accessible de partout.

Le nombre d'utilisateurs de eTéléfilm augmente rapidement. Près de 650 demandes ont été soumises par voie électronique en 2009-2010, ce qui représente une augmentation d'environ 50 % par rapport à l'an dernier. Cette année, un processus accéléré a été mis en œuvre pour améliorer le taux d'inscription. Le schéma ci-dessous montre la tendance des inscriptions depuis le lancement de eTéléfilm en 2001-2002.

Au cours de l'exercice, eTéléfilm a été remanié afin de simplifier la navigation. L'an prochain, Téléfilm entend rendre obligatoire l'utilisation de eTéléfilm pour certains de ses programmes afin de normaliser ses processus et d'accroître son efficacité.

Inscriptions à eTéléfilm



Source : Base de données de Téléfilm

Revue et analyse de gestion

Fiabilité de l'information

La revue et analyse de gestion est préparée par la direction afin de donner un contexte qualitatif aux états financiers et de fournir un compte rendu complet et pondéré de la performance passée de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir. L'information est factuelle et basée sur des éléments probants, pertinents et fiables.

La direction a mis en œuvre :

- un environnement de contrôle complet afin d'assurer l'efficacité des systèmes;
- des mesures de contrôle de la qualité visant à assurer l'exhaustivité, la fiabilité, la comparabilité et la pertinence de l'information financière divulguée.

Cette revue et analyse de gestion a été présentée au comité de gestion, au directeur général, au comité de vérification et des finances puis au conseil d'administration à des fins d'approbation.

Les états financiers et le rapport du vérificateur sont présentés aux pages 82 et 84.

Nouvelles normes comptables

Le 1^{er} avril 2009, Téléfilm a adopté les normes et modifications suivantes du Manuel de comptabilité de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) :

- 3064 — *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*
- 3855 — *Instruments financiers — comptabilisation et évaluation*
- 3862 — *Instruments financiers — informations à fournir*

L'application de ces nouvelles normes n'a pas eu d'effet sur les résultats financiers de Téléfilm.

Estimations comptables

Pour préparer l'information financière, la direction a utilisé ses meilleures estimations et hypothèses susceptibles d'avoir une incidence importante sur les montants déclarés. Les estimations comptables importantes sont abordées dans la Note 2 — Principales conventions comptables aux états financiers.

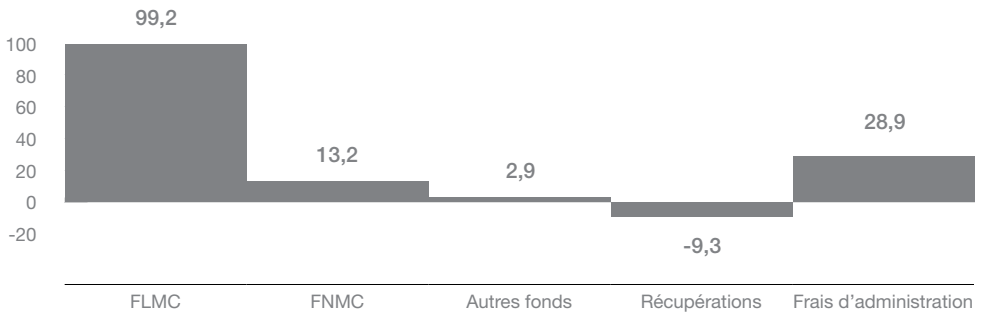
Normes d'information financière

En vertu des normes comptables applicables de l'ICCA, Téléfilm appartient à la catégorie « autres organismes publics ». La direction a donc analysé l'incidence des normes internationales d'information financière (IFRS) et des normes comptables du secteur public, ainsi que les besoins et les objectifs des utilisateurs de ses états financiers. Une fois l'analyse terminée, Téléfilm a choisi d'adopter les normes comptables du secteur public. Ces normes seront mises en application à compter de l'exercice débutant le 1^{er} avril 2011.

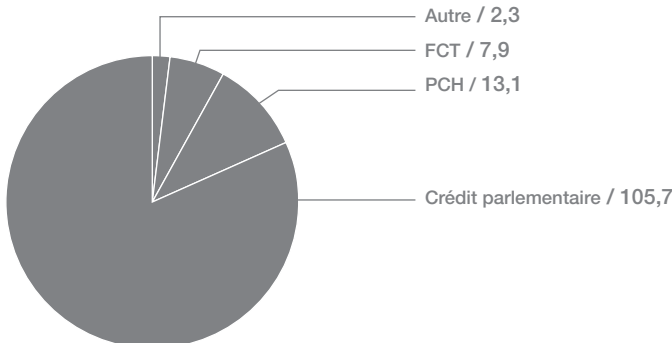
Aperçu de la revue financière

- L'exercice 2009-2010 a été positif en dépit d'un résultat net de -5,9 millions de dollars. Ce résultat démontre que Téléfilm, un organisme de financement, a déboursé les fonds disponibles et réinvesti des récupérations accumulées.
- Dans l'ensemble, les dépenses de support sont passées de 113,7 millions de dollars à 115,3 millions de dollars – une augmentation de 1,6 million de dollars par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse est attribuable aux dépenses du FLMC.
- Les récupérations sont moins élevées de près de 4 millions de dollars cette année, ce qui représente une diminution de 30 % par rapport à l'exercice 2008-2009. Cette baisse est surtout attribuable à une diminution des retours sur investissements provenant des revenus reportés sur les films canadiens. Les ventes de films canadiens ont également subi une baisse qui affecte la performance des distributeurs canadiens.
- Les frais de fonctionnement et d'administration ont diminué de 7 %, ce qui démontre que Téléfilm exerce un contrôle serré de ses dépenses.
- Le financement a diminué de 4 millions de dollars par rapport à 2008-2009, principalement à cause de programmes administrés par Téléfilm qui sont financés par crédit parlementaire qui ont été abolis (-3 millions de dollars) et d'une réduction de l'utilisation du financement du FNMC (-1 million de dollars).

Coûts de l'exploitation : 134,9 millions de dollars



Financement gouvernemental et revenus : 129,0 millions de dollars



Analyse des dépenses

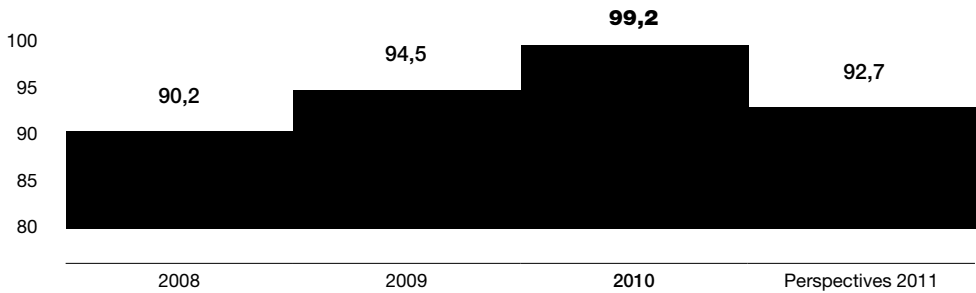
Dépenses de support

Les dépenses de support sont principalement des dépenses engagées pour financer les projets des clients.

Fonds du long métrage du Canada

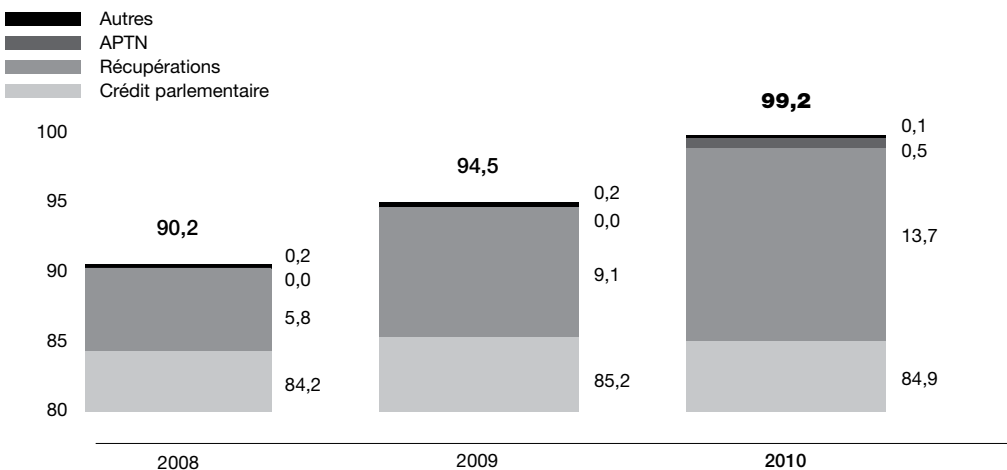
En 2009-2010, les dépenses de support du FLMC ont atteint un sommet dans l'histoire du Fonds (99,2 millions de dollars), avec une augmentation de 4,7 millions de dollars par rapport à 2008-2009. Cette hausse est attribuable en grande partie à l'importance accrue de programmes de production et de mise en marché du FLMC. Le montant des fonds disponibles sur une base annuelle est connu à l'avance et Téléfilm s'attend à ce que les dépenses de support redescendent au niveau de 2008-2009 pour l'exercice 2010-2011. De plus amples renseignements sur les dépenses du FLMC sont fournis à l'annexe A des états financiers à la page 111.

Dépenses de support (en millions de dollars)



Environ 86 % des 99,2 millions de dollars de financement en 2009-2010 provenaient du crédit parlementaire. Le reste provenait principalement des récupérations sur les investissements et des avances à remboursement conditionnel.

FLMC : Sources de financement (en millions de dollars)



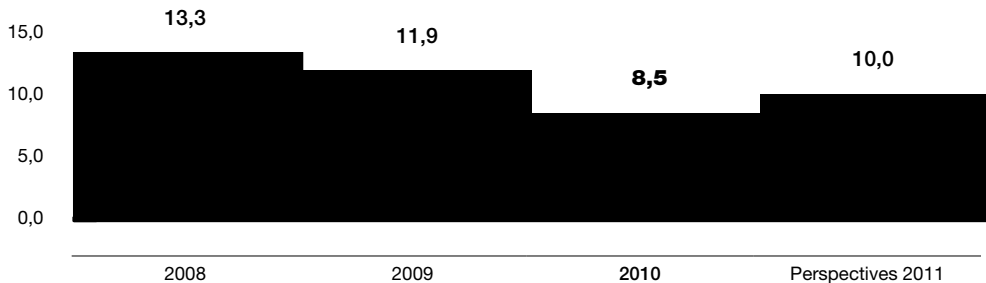
L'utilisation des récupérations est en hausse de 4,6 millions de dollars comparativement à l'an dernier. Il s'agit d'une source de financement importante pour Téléfilm puisque les récupérations des investissements des années précédentes permettent de financer un plus grand nombre de projets.

Comme le montant du crédit parlementaire est stable, l'utilisation des récupérations, qu'elles proviennent de l'exercice en cours ou des exercices antérieurs, est fonction du niveau des dépenses de support, d'où l'utilisation accrue des récupérations en 2009-2010.

Toutefois, le total annuel des récupérations a chuté en 2009-2010, passant de 11,9 millions de dollars à 8,5 millions de dollars. Deux facteurs influencent les récupérations annuelles : les ventes canadiennes et internationales. Pendant l'exercice, seulement deux films soutenus par Téléfilm ont connu suffisamment de succès au Canada pour générer un retour sur investissement significatif. En plus, contrairement à ce qu'on a connu en 2008-2009, aucun film n'a permis de récupérer des sommes importantes sur les ventes internationales.

Téléfilm fait le suivi périodique des récupérations afin de s'assurer que les prévisions annuelles sont réalistes. Il ne faut pas en conclure à une tendance et les prévisions pour 2010-2011 sont évaluées à 10 millions de dollars. La situation pourrait justifier une révision de mi-exercice par la direction.

FLMC : Récupérations (en millions de dollars)



Fonds des nouveaux médias du Canada

Après douze ans d'administration par Téléfilm, le FNMC et ses différentes appellations a pris fin avec cet exercice. Le ministère du Patrimoine canadien n'a pas renouvelé l'accord de contribution sous sa forme actuelle. À compter de l'exercice 2010-2011, cette aide fédérale à l'industrie des nouveaux médias sera offerte par l'entremise du Fonds des médias du Canada (FMC). Les programmes afférents à ce Fonds seront administrés par Téléfilm dans le cadre d'une entente de services avec le FMC.

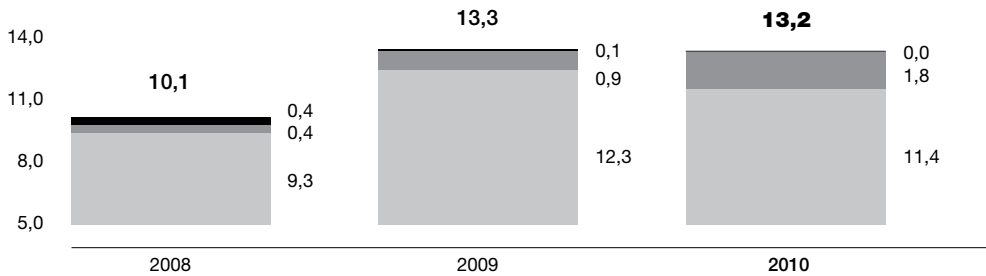
FNMC : Dépenses de support (en millions de dollars)



Durant la dernière année d'existence du FNMC, les dépenses de support sont restées relativement stables à 13,2 millions de dollars. Patrimoine canadien a financé 86 % de ces dépenses (11,4 millions de dollars) en vertu d'un accord de contribution. Les récupérations des exercices précédents (1,8 million de dollars) ont complété le financement de dépenses de support.

FNMC : Sources de financement des dépenses de support (en millions de dollars)

- Crédit parlementaire
- Récupérations
- PCH

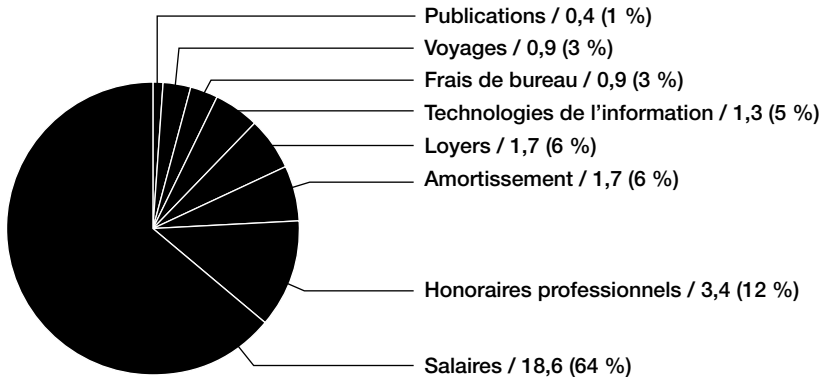


En vertu de l'accord de contribution, et ce depuis 2007-2008, Téléfilm est tenue de verser toutes les récupérations reliées au FNMC au Trésor du Canada. Pour l'exercice 2009-2010, Téléfilm a remis un peu plus de 0,5 million de dollars.

Frais de fonctionnement et d'administration

Le diagramme circulaire ci-dessous indique les montants et les pourcentages des frais de fonctionnement et d'administration de Téléfilm selon les différents postes des états financiers. Le détail de ces dépenses est fourni à l'annexe D des états financiers à la page 114.

Frais de fonctionnement et d'administration : 28,9 millions de dollars

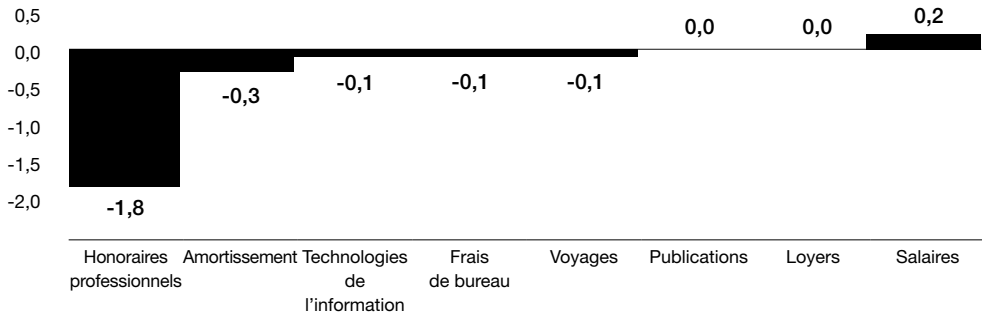


Téléfilm surveille étroitement sa capacité budgétaire et la nécessité de ses dépenses. Dans l'ensemble, ses frais de fonctionnement et d'administration ont diminué de 7 % en 2009-2010, passant de 31,1 millions de dollars à 28,9 millions de dollars.

Les frais de fonctionnement et d'administration sont requis principalement pour la prestation des programmes et des activités du FLMC, pour l'exécution de l'entente de services conclue avec le FCT relativement à l'administration de ses programmes de financement, pour les programmes du FNMC et pour les responsabilités corporatives de l'organisation, par exemple en matière de gouvernance.

Il apparaît clairement que Téléfilm exerce un contrôle serré de ses dépenses – les baisses de coûts excèdent les hausses en nombre et en volume. La plus importante économie vient des honoraires professionnels, qui ont diminué de 1,8 million de dollars, dû principalement à une importante charge à payer inscrite en 2008-2009 qui a été réglée cette année.

Frais de fonctionnement et d'administration – Écart de -2,2 millions de dollars entre 2009-2010 et 2008-2009



Financement gouvernemental et revenus

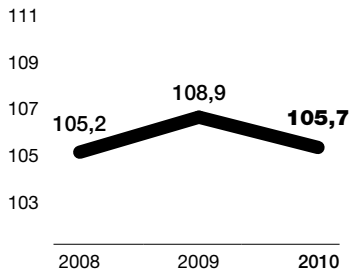
Téléfilm Canada dispose de trois principales sources de financement : le crédit parlementaire, l'accord de contribution relatif au FNMC et les honoraires de gestion applicables à l'entente de services conclue avec le FCT.

Le crédit parlementaire a diminué de 3,2 millions de dollars en 2009-2010, en conséquence de l'abolition du Programme des écoles de formation professionnelle (2,5 millions de dollars) et du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (0,6 million de dollars). Le crédit parlementaire devrait baisser à 105,4 millions de dollars en 2010-2011.

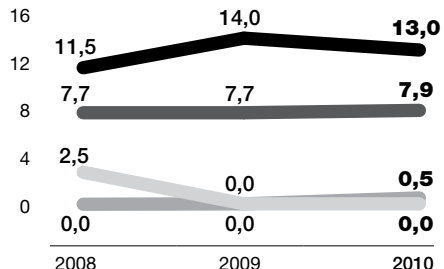
Les revenus provenant de l'accord de contribution relatif au FNMC ont diminué de 1 million de dollars pour atteindre 13 millions de dollars. Cette baisse est attribuable à l'abolition du Fonds et à l'obligation pour Téléfilm de réinvestir les récupérations accumulées. Il n'y aura pas de revenus provenant de cet accord de contribution l'an prochain.

Les honoraires de gestion du FCT ont augmenté de 0,2 million de dollars pour atteindre 7,9 millions de dollars. Téléfilm a reçu le mandat d'administrer les programmes du nouveau Fonds des médias du Canada (FMC), et on s'attend à des honoraires de gestion d'environ 10 millions de dollars l'an prochain.

Crédit parlementaire (en millions de dollars)



Autres sources de financement importantes : 21,4 millions de dollars

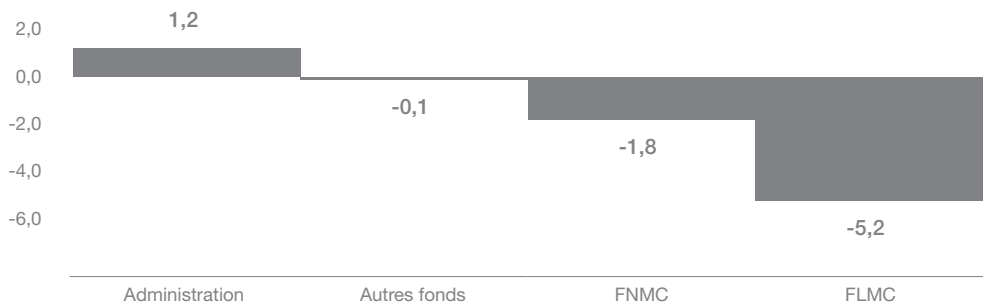


- FNMC (PCH) **13,0**
- FCT frais d'honoraires de gestion **7,9**
- APTN **0,5**
- PCH (Écoles de formation) **0,0**

Résultat net : revenus vs dépenses

- Le résultat net est de -5,9 millions de dollars, soit une baisse de 7,3 millions de dollars par rapport à 2008-2009.
- Ce résultat est favorable pour Téléfilm, puisque les déficits sont liés aux activités des programmes. Ils indiquent que Téléfilm utilise tous les fonds disponibles tout en réinvestissant les récupérations accumulées.
- Tous les fonds, y compris le FLMC et le FNMC, ont utilisé des récupérations pour couvrir leurs dépenses, créant un déficit souhaitable pour 2009-2010.

Résultat net : -5,9 millions de dollars



Le résultat net est largement attribuable au FLMC, qui a utilisé 5,2 millions de dollars de récupérations accumulées pendant l'exercice. Ces sommes provenaient des exercices précédents.

Également, le FNMC a utilisé ses récupérations accumulées de 1,8 millions de dollars pour compléter le financement de l'accord de contribution de Patrimoine canadien.

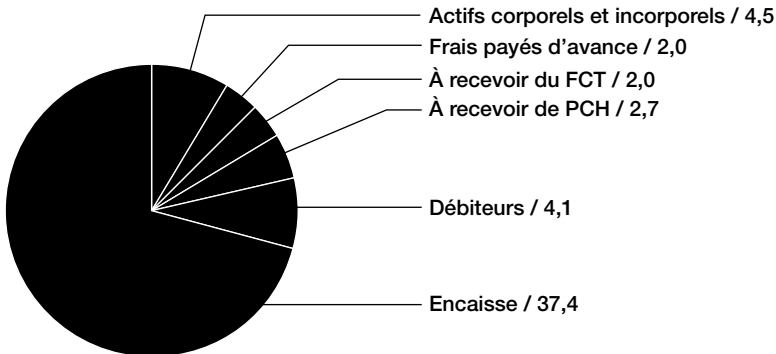
Le surplus administratif est surtout lié à une charge à payer estimative qui avait été inscrite à des fins comptables l'an dernier, mais qui a été réglée et financée cette année compte tenu de l'incertitude quant au montant final. La méthode de «comptabilité de caisse modifiée», comparativement à la méthode de comptabilité d'exercice, est la meilleure façon pour Téléfilm d'évaluer la performance du résultat administratif. Cette question est abordée plus en profondeur à la section : Un administrateur responsable à la page 50.

Il est normal de voir un déficit par fonds car Téléfilm réinvestit les récupérations alors que les cycles de production des projets ne correspondent pas à son exercice financier.

Bilan

Les points saillants du bilan et les principaux changements par rapport à l'an dernier sont abordés dans cette section. Le bilan lui-même ainsi que les données comparatives sont présentés à la page 88 des états financiers.

Actif : 52,7 millions de dollars

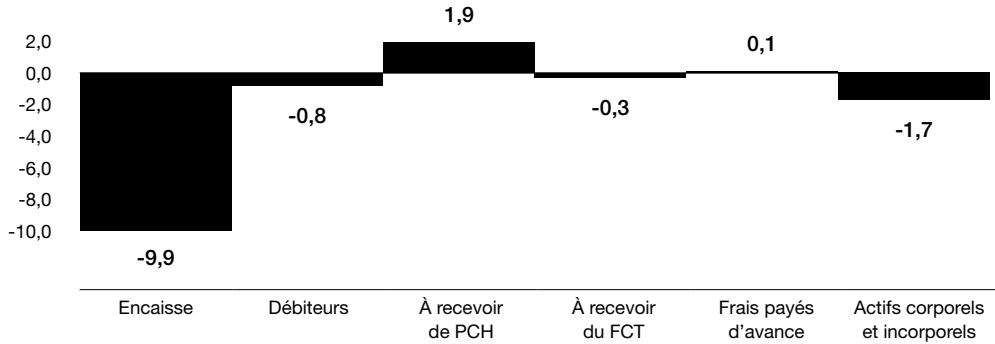


L'élément le plus important du bilan est le montant à recevoir du Canada (l'équivalent de l'encaisse de Téléfilm), qui représentait 71 % de l'actif total en 2009-2010. Cette position de trésorerie permettra de financer les engagements contractuels de tous les programmes (31,3 millions de dollars), et certains projets futurs (voir la note 10a des états financiers). L'encaisse est gérée par le receveur général, par l'entremise du Trésor du Canada, et Téléfilm ne reçoit aucun revenu de placement.

De façon générale, les débiteurs seront perçus rapidement. Ceux de Patrimoine canadien et du FCT sont recevables en vertu des ententes. Le montant des débiteurs indiqué (4,1 millions de dollars) est net de la provision pour créances irrécouvrables de 1,2 million de dollars.

La valeur nette des actifs corporels et incorporels s'élève à 4,5 millions de dollars; elle représente la valeur résiduelle des actifs nécessaires aux opérations de Téléfilm devant être amortis au cours des prochaines années.

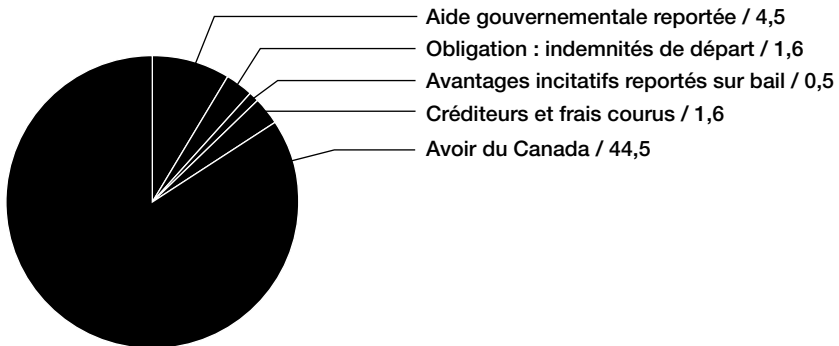
Écart des actifs : -10,7 millions de dollars – 2009-2010 vs 2008-2009



Les actifs ont diminué de 10,7 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent, pour trois principales raisons :

1. L'encaisse a considérablement diminué comparativement à l'an dernier (-9,9 millions de dollars). La section flux de trésorerie à la page 76 explique les raisons de cette baisse.
2. L'autre changement important vient du montant à recevoir de Patrimoine canadien (1,9 million de dollars), qui est entièrement récupérable et lié aux dépenses de support du FNMC qui n'ont pas encore été remboursées.
3. L'écart de -1,7 million de dollars des actifs corporels et incorporels est normal et lié à leur amortissement linéaire.

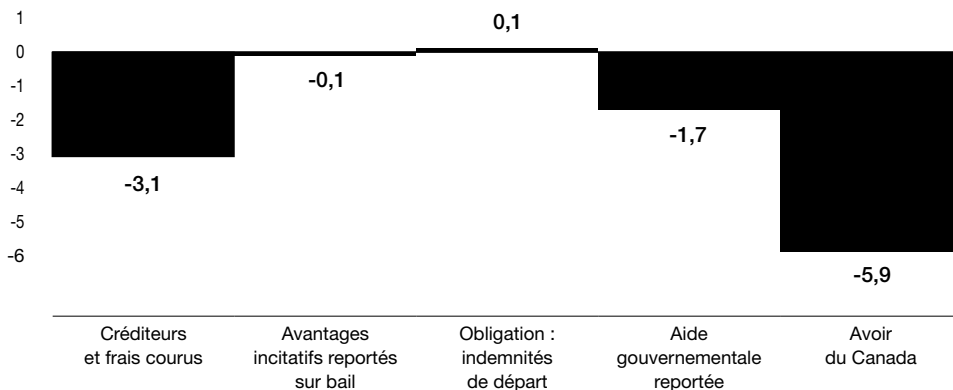
Passif et avoir : 52,7 millions de dollars



À 44,5 millions de dollars, l'avoir du Canada représente 84 % de l'ensemble du passif et de l'avoir. Sur la base de la comptabilité d'exercice, il reflète principalement les récupérations qui n'ont pas encore été réinvesties à titre de dépenses de support.

L'aide gouvernementale reportée est le plus important passif du bilan et représente le montant non amorti utilisé pour financer les actifs corporels et incorporels (4,5 millions de dollars).

Écart du passif et de l'avoir : -10,7 millions de dollars – 2009-2010 vs 2008-2009



Les écarts annuels du passif et de l'avoir du Canada proviennent de trois principales sources :

1. La baisse des crédateurs (-3,1 millions de dollars) est surtout attribuable à une importante charge constatée en 2008-2009 qui a été réglée, ainsi qu'à des comptes fournisseurs moins élevés qu'à l'habitude et aux salaires à payer.
2. L'aide gouvernementale reportée (-1,7 million de dollars) est directement liée à l'amortissement des actifs corporels et incorporels. Cette baisse indique le financement utilisé en ligne avec l'utilisation des actifs.
3. La baisse de l'avoir (-5,9 millions de dollars) est surtout attribuable aux manques à gagner dans le financement relatif aux programmes (voir la section Résultat net). Ce déficit est temporaire car il est comblé par les récupérations des années précédentes.

Flux de trésorerie

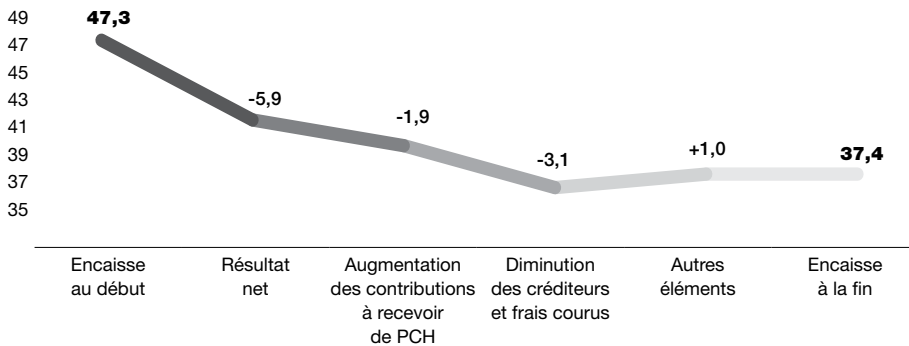
Téléfilm utilise la méthode indirecte pour présenter ses flux de trésorerie. L'encaisse a diminué de 9,9 millions de dollars en 2009-2010, atteignant 37,4 millions de dollars.

Trois principaux facteurs ont une incidence sur les flux de trésorerie :

1. Le résultat net de l'année (-5,9 millions de dollars).
2. L'augmentation du montant à recevoir de Patrimoine canadien relativement aux activités du FNMC (-1,9 million de dollars).
3. La baisse des comptes créditeurs par rapport à l'an dernier (-3,1 millions de dollars).

D'autres éléments ont contribué à hauteur d'un million de dollars aux flux de trésorerie, mais ils ont moins d'importance aux fins de la présentation de l'information financière.

Flux de trésorerie en 2009-2010 : -9,9 millions de dollars



Perspectives d'avenir

Téléfilm entrevoit toujours l'avenir avec beaucoup d'enthousiasme et la prochaine année promet d'être riche en nouveaux défis.

Plan d'entreprise

En 2010-2011, Téléfilm établira un nouveau plan d'entreprise qui tracera la route de l'organisme pour les années à venir. Ce plan succédera au *Plan d'entreprise 2006-2007 à 2010-2011 Du cinéma au téléphone cellulaire : Téléfilm Canada et le défi de l'environnement multiplateforme*.

Ce nouveau plan définira les principales orientations stratégiques de l'organisation basées sur les précédentes évaluations du rendement, l'analyse de l'environnement externe et l'examen des ressources de Téléfilm. Il cerner également les objectifs à atteindre et proposera des stratégies et les mesures de performance.

Le nouveau plan sera approuvé et mis en œuvre pour l'exercice 2011-2012.

Manuel de comptabilité de l'ICCA pour le secteur public

Comme il a été mentionné précédemment, Téléfilm a déterminé que les normes comptables du secteur public du Manuel de comptabilité de l'ICCA convenaient le mieux aux utilisateurs de ses états financiers. Pour l'exercice 2010-2011, la direction devra consigner ses transactions conformément à deux normes de l'ICCA : les normes comptables pour les entreprises à capital fermé pour ce qui est de ses états financiers de 2010-2011, et les normes comptables du secteur public en ce qui a trait à ses données comparatives de 2010-2011 relatives aux états financiers de 2011-2012.

Régime de certification pour les sociétés d'État

Au cours du prochain exercice, Téléfilm compte appliquer graduellement un régime de certification pour ses activités. Dans le cadre de ce projet, l'organisation devra définir sa stratégie de certification, ainsi que l'étendue et le secteur de certification, et mettre à jour sa gestion des risques et l'évaluation de ses mécanismes de contrôle. La direction peut s'attendre à ce que ses mécanismes de contrôle soient scrutés, y compris ses principaux processus d'affaires, ses processus généraux de contrôle des TI, et ses processus de clôture et de présentation de ses états financiers.

Rapports financiers trimestriels pour les sociétés d'État

Un amendement à la *Loi sur la gestion des finances publiques* a établi des normes concernant les rapports financiers trimestriels des sociétés d'État. Les rapports devront être rendus publics dans les 60 jours suivant la fin du trimestre. Au cours de la prochaine année, Téléfilm devra revoir sa présentation de l'information financière afin de se conformer à cette nouvelle exigence, qui prendra effet le 1^{er} avril 2011.

Mesures de compression des coûts prévues par le budget 2010 : sociétés d'État

Le budget de fonctionnement de Téléfilm provenant du crédit parlementaire sera gelé pour les exercices 2011-2012 et 2012-2013 et les manques à gagner devront être comblés par d'autres sources de financement.

Le Conseil du Trésor a fait parvenir à toutes les sociétés d'État des directives visant à limiter les dépenses de fonctionnement durant les prochaines années.

Téléfilm a commencé à examiner ses dépenses de fonctionnement afin de cerner les mesures qui lui permettront de respecter l'esprit et l'intention de ces principes directeurs.

Rétrospective des huit derniers exercices

État des résultats et du résultat étendu

(en milliers de dollars)	2010	2009
Dépenses		
Fonds du long métrage du Canada	99 211	94 476
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 189	13 314
Autres fonds	2 876	5 896
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	–	–
Programme des entrepreneurs de la musique	–	–
Dépenses de support	115 276	113 686
Récupérations	(9 252)	(13 155)
Frais de fonctionnement et d'administration	28 905	31 119
Coûts de l'exploitation	134 929	131 650
Financement gouvernemental et revenus		
Crédit parlementaire	105 667	108 699
Honoraires de gestion provenant du Fonds canadien de télévision	7 887	7 740
Contribution du Fonds canadien de télévision	–	192
Ministère du Patrimoine canadien :		
Fonds canadien de télévision –		
Programme de participation au capital	–	–
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 000	13 970
Programme des entrepreneurs de la musique	–	–
Écoles de formation professionnelle	–	–
Autres contributions	98	81
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	1 708	2 016
Autres revenus	652	364
	129 012	133 062
Résultat net d'exploitation et résultat étendu	(5 917)	1 412

* Les données financières antérieures à 2009 n'ont pas été redressées afin qu'elles soient conformes au format adopté en 2010 car l'impact sur les données est minime.

2008	2007	2006	2005	2004	2003
90 179	96 096	74 573	79 304	91 875	78 866
10 100	13 356	12 445	8 608	9 737	8 469
6 167	6 838	5 945	5 690	5 535	7 859
2 170	21 930	107 673	109 890	110 043	114 206
–	–	–	5 389	8 797	4 355
108 616	138 220	200 636	208 881	225 987	213 755
(15 019) *	(27 268) *	(26 214) *	(24 764) *	(19 823) *	(22 392) *
28 402 *	28 066 *	23 996 *	23 788 *	22 413 *	21 614 *
121 999	139 018	198 418	207 905	228 577	212 977
103 308	103 053	122 476	126 300	123 419	134 953
7 699	7 544	–	–	–	–
1 073	6 930	13 082	2 000	24 509	26 761
–	–	49 775	49 775	49 775	47 275
11 500	14 000	14 000	8 907	9 656	7 452
–	–	175	5 443	9 560	5 740
2 519	2 516	2 550	2 550	2 550	2 795
25	135	–	–	–	–
2 626	2 540	2 241	2 182	1 961	1 498
591	654	933	671	441	909
129 341	137 372	205 232	197 828	221 871	227 383
7 342	(1 646)	6 814	(10 077)	(6 706)	14 406

Bilan

(en milliers de dollars)

2010

2009

Actif

À recevoir du Canada	37 391	47 279
À recevoir :		
Ministère du Patrimoine canadien	2 663	725
Fonds canadien de télévision	2 028	2 365
Débiteurs, frais payés d'avance et prêts	6 065	6 737
Débiteurs à long terme, prêts et investissements		–
Immobilisations corporelles	2 995	3 688
Actifs incorporels	1 517	2 532
	52 659	63 326

Passif et avoir du Canada

À payer au Canada	–	–
Créditeurs et frais courus	1 535	4 573
Avantages incitatifs reportés sur bail	503	646
Obligation au titre des indemnités de départ	1 620	1 481
Aide gouvernementale reportée	4 512	6 220
Avoir du Canada	44 489	50 406
	52 659	63 326

* Seules ces données financières ont été redressées pour les conformer à la présentation adoptée en 2009.

2008	2007	2006	2005	2004	2003
37 365	24 348	35 238	14 783	–	8 854
5 571	6 210	4 656	18 502	30 664	15 381
2 164	9 154	–	2 000	24 509	26 761
8 162	7 283	7 500	6 771	8 289	10 108
182	55	268	164	243	428
4 409*	8 741	9 135	8 991	9 194	6 714
3 601*	–	–	–	–	–
61 454	55 791	56 797	51 211	72 899	68 246
–	–	–	–	8 551	–
2 290	3 247	2 072	3 639	6 544	6 388
791	943	1 167	1 183	1 322	1 292
1 369	1 208	1 125	914	727	585
8 010	8 741	9 135	8 991	9 194	6 714
48 994	41 652	43 298	36 484	46 561	53 267
61 454	55 791	56 797	51 211	72 899	68 246

États financiers Exercice terminé le 31 mars 2010


Rapport de la direction

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

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

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

Le vérificateur externe, la vérificatrice générale du Canada, effectue une vérification indépendante des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles.



Carole Brabant, CA, MBA
Directrice générale

Montréal, Canada
Le 4 juin 2010



Auditor General of Canada
Vérificatrice générale du Canada

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

J'ai vérifié le bilan de Téléfilm Canada au 31 mars 2010 et les états des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2010 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sylvain Ricard'.

Sylvain Ricard, CA auditeur
vérificateur général adjoint

Montréal, Canada
Le 4 juin 2010

État des résultats,
du résultat
étendu et de
l'avoir du Canada
Exercice terminé
le 31 mars 2010

En milliers de dollars	Annexe	2010	2009
Dépenses de support			
Fonds du long métrage du Canada	A	99 211	94 476
Fonds des nouveaux médias du Canada	B	13 189	13 314
Autres fonds	C	2 876	5 896
		115 276	113 686
Récupérations	A et C	(9 252)	(13 155)
Dépenses de support nettes		106 024	100 531
Frais de fonctionnement et d'administration	D	28 905	31 119
Coût de l'exploitation		134 929	131 650
Revenus			
Honoraires de gestion provenant du Fonds canadien de télévision		7 887	7 740
Intérêts et autres revenus		504	119
Revenus d'investissements		148	245
Contribution du Fonds canadien de télévision		-	192
		8 539	8 296
Coût net de l'exploitation avant financement gouvernemental		126 390	123 354
Financement gouvernemental			
Crédit parlementaire		105 667	108 699
Contributions du ministère du Patrimoine canadien	F	13 098	14 051
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée (note 8)		1 708	2 016
		120 473	124 766
Résultat net d'exploitation et résultat étendu		(5 917)	1 412
Avoir du Canada au début		50 406	48 994
Avoir du Canada à la fin		44 489	50 406

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

Bilan

31 mars 2010

En milliers de dollars	Note	2010	2009
Actif			
Actif à court terme			
À recevoir du Canada		37 391	47 279
Débiteurs	4	4 048	4 813
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien		2 663	725
À recevoir du Fonds canadien de télévision		2 028	2 365
Frais payés d'avance		2 017	1 924
		48 147	57 106
Immobilisations corporelles	5	2 995	3 688
Actifs incorporels	5	1 517	2 532
		52 659	63 326
Passif et avoir du Canada			
Passif à court terme			
Créditeurs et frais courus	6	1 535	4 573
Passif à long terme			
Avantages incitatifs reportés sur bail		503	646
Obligation au titre des indemnités de départ	7	1 620	1 481
Aide gouvernementale reportée	8	4 512	6 220
		6 635	8 347
Avoir du Canada	9	44 489	50 406
		52 659	63 326

Engagements (note 10)

Éventualités (note 13)

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

Approuvé par le conseil :



Michel Roy
Président

État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2010

En milliers de dollars	2010	2009
Activités d'exploitation		
Résultat net d'exploitation et résultat étendu	(5 917)	1 412
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Amortissement des immobilisations corporelles	693	721
Amortissement des actifs incorporels	1 015	1 295
Diminution des avantages incitatifs reportés sur bail	(143)	(145)
Augmentation de l'obligation au titre des indemnités de départ	139	112
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(1 708)	(2 016)
	(5 921)	1 379
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Diminution des débiteurs	765	1 409
Diminution (augmentation) des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	(1 938)	4 846
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds canadien de télévision	337	(201)
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	(93)	16
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	(3 038)	2 283
Diminution des débiteurs à long terme	-	182
	(9 888)	9 914
Activités de financement		
Crédit parlementaire - aide gouvernementale	-	226
Activités d'investissement		
Acquisition d'actifs incorporels	-	(226)
Augmentation (diminution) des liquidités	(9 888)	9 914
À recevoir du Canada au début	47 279	37 365
À recevoir du Canada à la fin	37 391	47 279

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

Notes complémentaires aux états financiers

Exercice terminé
le 31 mars 2010

1

Statut et activités

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

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

2

Principales conventions comptables

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

a) Dépenses de support

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

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

b) Récupérations

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

Principales conventions comptables (suite)

c) Revenus

Honoraires de gestion

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

Contribution et intérêts et autres revenus

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

d) Financement gouvernemental

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

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

e) Montant à recevoir du Canada

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

Principales conventions comptables (suite)

f) Immobilisations corporelles et actifs incorporels

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

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

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

g) Avantages sociaux futurs

Régime de retraite

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

Indemnités de départ

Les employés ont droit à des indemnités de départ tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces indemnités est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés. La direction utilise des hypothèses et ses meilleures estimations pour calculer la valeur de l'obligation au titre des indemnités de départ. La principale hypothèse a trait à l'estimation de la proportion des employés qui bénéficieront de l'indemnité maximale admissible, laquelle est fonction du nombre d'années de service et du motif de la cessation d'emploi. Cette hypothèse est révisée annuellement. Ces indemnités constituent pour la Société la seule obligation de cette nature dont le règlement entraînera des paiements au cours des prochains exercices.

Principales conventions comptables (suite)

h) Instruments financiers

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

Classification

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

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

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

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

i) Incertitude relative à la mesure

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

3

Adoption de nouvelles normes comptables

Le 1^{er} avril 2009, la Société a adopté le chapitre 3064, *Écarts d'acquisition et actifs incorporels* du Manuel de comptabilité de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA). À cette même date elle a également adopté les modifications des chapitres suivants : le chapitre 3855, *Instruments financiers – comptabilisation et évaluation*, et le chapitre 3862, *Instruments financiers – informations à fournir*.

Le chapitre 3064, *Écart d'acquisition et actifs incorporels*, renforce l'approche selon laquelle les actifs sont comptabilisés seulement s'ils répondent à la définition d'un actif et aux critères de comptabilisation d'un actif. Elle clarifie aussi l'application du concept de rattachement des charges aux produits, de façon à éliminer la pratique consistant à comptabiliser à titre d'actifs des éléments qui ne répondent pas à la définition d'un actif ni au critère de comptabilisation d'un actif. Ces changements, incluant les exigences en matière de divulgation, n'ont eu aucune incidence sur les états financiers de la Société.

Les modifications du chapitre 3855, *Instruments financiers – comptabilisation et évaluation* incluent un changement quant à la définition de la catégorie d'actifs financiers « prêts et créances ». Par conséquent, les titres de créances qui ne sont pas cotés sur un marché actif peuvent être classés comme prêts et créances. Les prêts et créances qu'une entité a l'intention de vendre immédiatement ou à court terme doivent être classés comme détenus à des fins de transaction tandis que les prêts et créances pour lesquels le détenteur pourrait ne pas recouvrer la quasi-totalité de son investissement initial, pour des motifs autres que la détérioration du crédit, doivent être classés comme disponibles à la vente. Le reclassement d'actifs financiers détenus à des fins de transaction et disponibles à la vente dans les prêts et créances est permis dans certaines circonstances. L'adoption des modifications n'a eu aucune incidence sur les états financiers de la Société.

Adoption de nouvelles normes comptables (suite)

La modification du chapitre 3862, *Instruments financiers – informations à fournir*, vise la communication d'informations améliorées et uniformes sur les évaluations à la juste valeur des instruments financiers et le risque de liquidité. Les obligations d'informations améliorées imposent notamment le classement des évaluations à la juste valeur selon une hiérarchie à trois niveaux. Ces nouvelles exigences d'informations n'ont pas eu d'impact sur la Société compte tenu que la valeur comptable de ses instruments financiers correspond à une approximation raisonnable de la juste valeur.

Changements comptables futurs

Normes d'information financière

Le Conseil sur la comptabilité dans le secteur public (CCSP) a approuvé en septembre 2009 une modification de la Préface des normes comptables pour le secteur public (la Préface) qui entraînera, pour les entreprises publiques, l'obligation de suivre les Normes internationales d'information financière (IFRS). Ces modifications viennent éliminer la catégorie « organismes publics de type commercial » et entraînera leur reclassement soit comme « OSBL du secteur public » ou comme « autres organismes publics ». Les autres organismes publics doivent déterminer la source de PCGR qui leur convient le mieux en s'appuyant sur leurs besoins et leurs objectifs.

Au cours de l'exercice se terminant le 31 mars 2009, la Société a analysé l'incidence de l'adoption des Normes internationales d'information financière (IFRS). Au cours de l'exercice se terminant le 31 mars 2010, la Société a procédé à l'analyse de l'incidence de l'adoption des Normes comptables pour le secteur public. La Société se classe comme « autres organismes publics » et a choisi d'adopter les Normes comptables pour le secteur public. Ces normes s'appliqueront pour l'exercice débutant le 1^{er} avril 2011. La Société élabore actuellement un plan de conversion permettant le passage aux normes comptables choisies.

4

Débiteurs

En milliers de dollars	2010	2009
Débiteurs reliés aux récupérations	683	2 129
Taxes à récupérer	2 825	2 515
Autres débiteurs	540	169
	4 048	4 813

5

Immobilisations corporelles et actifs incorporels

En milliers de dollars			2010	2009
	Coût	Amortisse- ment cumulé	Valeur nette	Valeur nette
Immobilisations corporelles				
Améliorations locatives	4 595	2 213	2 382	2 959
Équipements technologiques et mobilier	1 159	546	613	729
	5 754	2 759	2 995	3 688
Actifs incorporels				
Logiciels et licences	14 499	12 982	1 517	2 532
	20 253	15 741	4 512	6 220

6

Créditeurs et frais courus

En milliers de dollars	2010	2009
Créditeurs reliés aux dépenses de support, fournisseurs et frais courus	1 337	4 326
Avantages incitatifs reportés sur bail à court terme	143	143
Obligation au titre des indemnités de départ à court terme	55	104
	1 535	4 573

7

Avantages sociaux futurs

a) Régime de retraite

La Société et tous les employés admissibles cotisent au Régime de retraite de la fonction publique. Ce régime offre des prestations fondées sur le nombre d'années de service et sur le salaire moyen de fin de carrière. Les prestations sont pleinement indexées selon la hausse de l'Indice des prix à la consommation. Les cotisations versées par la Société et ses employés au Régime de retraite de la fonction publique se sont élevées à :

En milliers de dollars	2010	2009
Cotisations de la Société	1 984	1 860
Cotisations des employés	1 017	916

b) Obligation au titre des indemnités de départ

La Société paie des indemnités de départ à ses employés fondées sur les années de service et le salaire en fin d'emploi. Ce régime n'étant pas provisionné, il ne détient aucun actif et présente un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées. Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement. À la date du bilan, les renseignements utiles à l'égard de ce régime sont les suivants :

En milliers de dollars	2010	2009
Solde au début	1 585	1 446
Coût des services rendus au cours de l'exercice	278	297
Indemnités versées au cours de l'exercice	(188)	(158)
Solde à la fin	1 675	1 585
Portion à court terme (incluse dans les créditeurs)	55	104
Portion à long terme	1 620	1 481
	1 675	1 585

8

Aide gouvernementale reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

En milliers de dollars	2010	2009
Solde au début	6 220	8 010
Crédit parlementaire pour l'aide gouvernementale	-	226
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(1 708)	(2 016)
Solde à la fin	4 512	6 220

9

Information concernant la gestion du capital

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

10

Engagements

a) Projets

La Société est engagée contractuellement à verser des sommes dans les fonds suivants :

En milliers de dollars	Total
Fonds du long métrage du Canada	30 510
Autres fonds	623
Fonds des nouveaux médias du Canada	174
	31 307

b) Baux

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

En milliers de dollars	Total
2011	1 249
2012	1 882
2013	1 644
2014	1 264
2015	711
	6 750

11

Opérations entre apparentés

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

12

Instruments financiers

Juste valeur

Le montant à recevoir du Canada, les Débiteurs, les Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien, le montant à recevoir du Fonds canadien de télévision et les Crédeurs et frais courus font partie du cours normal des activités de la Société. La valeur comptable de ces instruments financiers correspond à leur juste valeur du fait que ces instruments ont des échéances relativement brèves.

Objectifs et politique en matière de gestion des risques financiers

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

Risque de taux d'intérêt

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

Risque de liquidité

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

Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des crédeurs et frais courus au 31 mars 2010 :

En milliers de dollars	2010	2009
1-30 jours	1 155	2 872
31-90 jours	62	90
91 jours à 1 an	318	1 611
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuel	1 535	4 573

Instruments financiers (suite)

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

Risque de crédit

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

Il n'y a pas de concentration de Débiteurs pour un client en particulier, de par la nature de la clientèle et leur répartition géographique. La Société est ainsi protégée contre une concentration du risque de crédit. Au 31 mars 2010, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux Débiteurs correspond à leur valeur comptable.

Débiteurs :

En milliers de dollars	2010	2009
Courant - 30 jours	2 438	3 738
31-90 jours	1 277	935
91 jours et plus	1 567	1 409
Provision pour créances irrécouvrables	(1 234)	(1 269)
Total	4 048	4 813

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

Provision pour créances irrécouvrables :

En milliers de dollars	2010	2009
Solde au début	1 269	86
Dépense pour créances irrécouvrables	378	1 773
Créances radiées et recouvrements	(413)	(590)
Solde à la fin	1 234	1 269

13

Éventualités

Une poursuite a été signifiée contre la Société. La direction n'est pas en mesure de prédire l'issue de ce litige et la perte pouvant en résulter ne peut faire l'objet d'une estimation raisonnable. Conséquemment, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société.

14

Chiffres comparatifs

Certains chiffres de 2009 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2010.

Annexe A – Autres renseignements Exercice terminé le 31 mars 2010

A – Fonds du long métrage du Canada

En milliers de dollars	2010	2009
Dépenses de support		
Aide à la production	68 399	63 951
Aide à la distribution et mise en marché	12 143	10 953
Aide au développement	8 553	9 257
Aide aux longs métrages indépendants à petit budget	2 407	2 752
Aide à l'écriture de scénarios	1 070	1 169
Aide aux coproductions officielles	475	763
Aide au doublage et au sous-titrage	311	497
	93 358	89 342
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	4 235	3 665
Participation aux festivals et marchés étrangers	1 527	1 387
Publicité, promotion et publications	91	82
	5 853	5 134
	99 211	94 476
Récupérations	(8 530)	(11 902)
Dépenses de support nettes	90 681	82 574

Annexe B – Autres renseignements Exercice terminé le 31 mars 2010

B – Fonds des nouveaux médias du Canada

En milliers de dollars	2010	2009
Dépenses de support		
Aide à la production	5 087	7 844
Aide au développement	3 861	3 795
Aide à la distribution et mise en marché	2 048	415
	10 996	12 054
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	1 898	921
Participation aux marchés étrangers	284	187
Publicité, promotion et publications	11	15
Compétition de jeu vidéo	-	137
	2 193	1 260
	13 189	13 314
Récupérations	-	97
Dépenses de support nettes	13 189	13 411

Annexe C – Autres renseignements

Exercice terminé le 31 mars 2010

C – Autres fonds

En milliers de dollars	2010	2009
Dépenses de support		
Aide aux coproductions officielles - Télévision	233	353
Aide à la production et au développement	-	172
	233	525
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	2 043	2 037
Participation aux marchés étrangers	589	820
Publicité, promotion et publications	11	44
Subventions aux écoles de formation professionnelles	-	2 470
	2 643	5 371
	2 876	5 896
Récupérations	(722)	(1 350)
Dépenses de support nettes	2 154	4 546

Annexe D – Autres renseignements Exercice terminé le 31 mars 2010

D – Frais de fonctionnement et d'administration

En milliers de dollars	Fonctionnement	Administration	2010	2009
Salaires et avantages sociaux	15 892	2 660	18 552	18 406
Honoraires professionnels	2 048	1 373	3 421	5 175
Amortissement d'immobilisations corporelles et d'actifs incorporels	1 520	188	1 708	2 016
Location, taxes, chauffage et électricité	1 497	202	1 699	1 661
Technologies de l'information	1 128	140	1 268	1 410
Voyages et accueil	603	334	937	1 009
Frais de bureau	756	179	935	1 069
Publicité et publications	179	206	385	373
	23 623	5 282	28 905	31 119

Les frais de fonctionnement représentent les dépenses encourues pour livrer les programmes et les frais d'administration représentent les dépenses associées aux activités corporatives inhérentes aux responsabilités dévolues à la Société.

Annexe E – Autres renseignements Exercice terminé le 31 mars 2010

E – Coûts des principaux programmes

En milliers de dollars	Fonds du long métrage du Canada	Unité d'affaires télévision	Fonds des nouveaux médias du Canada
Salaires et avantages sociaux			
Gestion, administration et livraison	3 696	3 990	688
Secteurs à services partagés	2 249	1 243	383
Secteurs en support aux opérations	2 332	2 356	397
Autres coûts	1 348	298	102
	9 625	7 887	1 570

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

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

Annexes E et F – Autres renseignements Exercice terminé le 31 mars 2010

E – Coûts des principaux programmes (suite)

Secteurs en support aux opérations

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

Autres coûts

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

F – Contributions du ministère du Patrimoine canadien

En milliers de dollars	2010	2009
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 000	13 970
Autres contributions	98	81
	13 098	14 051

Équipe et gouvernance

1

Le mandat et les objectifs de Téléfilm

Téléfilm a pour mandat de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada. Téléfilm soutient les créateurs de contenu canadien et les encourage à produire du matériel audiovisuel d'une grande valeur artistique et attrayant pour le public. De plus, Téléfilm aide l'industrie à créer des milliers d'emplois hautement qualifiés profitables à l'industrie et à la prochaine génération de créateurs.

Les principaux objectifs de Téléfilm sont d'accroître les auditoires des productions audiovisuelles canadiennes, de développer le potentiel de l'industrie et d'être un administrateur responsable. Ces objectifs, qui cadrent avec le plan d'entreprise de Téléfilm, sont abordés plus en détail dans la section Réalisations de 2009-2010.

2

L'équipe de Téléfilm

Les membres du conseil d'administration

Le conseil d'administration de Téléfilm est constitué de six membres et du commissaire du gouvernement à la cinématographie. Le gouverneur en conseil nomme le président et les autres membres du conseil. Le conseil d'administration travaille en partenariat avec la direction générale pour définir les objectifs stratégiques de Téléfilm, et il veille à ce que tous les efforts soient déployés pour atteindre ces objectifs. Il veille également à ce que les pratiques de gestion puissent donner des résultats fiables et à ce que les systèmes de vérification protègent les actifs de Téléfilm.

Composition du conseil d'administration (au 31 mars 2010)

Michel Roy

Président du conseil d'administration
Bolton-Ouest – Québec

Nomination en vigueur le 12 octobre 2007

Administrateur et créateur, Michel Roy a fait carrière dans la fonction publique et dans le secteur privé, ce qui l'a amené à travailler à Québec, Montréal, Chicago et Miami. Il a œuvré en production télévisuelle dans les années 1960 et monté plus de 60 émissions pour Radio-Canada. Il a ensuite fait carrière dans la fonction publique québécoise, occupant notamment les postes de sous-ministre du Tourisme, de sous-ministre des Communications et de délégué du Québec à Chicago pour douze états du Mid-Ouest. Par la suite, il a été consultant en gestion dans le secteur privé. À titre de compositeur et musicien, il a produit deux albums de jazz. Il est également l'auteur de la biographie du hockeyeur Patrick Roy, intitulée *Le Guerrier*, traduite en anglais sous le titre *Patrick Roy – Winning. Nothing Else*. M. Roy est titulaire d'une maîtrise en administration publique.

Elise Orenstein

Vice-présidente du conseil d'administration
Toronto – Ontario

Nomination en vigueur le 19 décembre 2006

Elise Orenstein est avocate et vit à Toronto. Elle est membre du barreau de l'Ontario depuis 1983, fut associée principale au sein de deux importantes firmes d'avocat de Toronto et pratique aujourd'hui le droit de façon indépendante. M^e Orenstein a travaillé dans le droit des affaires et le droit commercial et est spécialisée dans les questions relatives à la propriété intellectuelle. Elle a représenté des organisations tant privées que publiques œuvrant dans divers secteurs, notamment dans l'industrie des médias convergents, la gestion des connaissances et le divertissement. M^e Orenstein fut membre du conseil d'administration de plusieurs entreprises privées et a également enseigné au programme MBA à l'Université York. À titre bénévole, elle a fait partie du conseil de divers organismes artistiques et a été présidente de l'Artists' Health Centre Foundation. En plus de pratiquer le droit de façon indépendante, elle siège actuellement aux commissions consultatives de l'Artists' Health Centre Foundation et du Dancer Transition Resource Centre. M^e Orenstein détient un baccalauréat en arts de l'Université McGill, une maîtrise en philosophie de l'Université d'Oxford et un baccalauréat en droit de la Osgoode Hall Law School.

Yvon Bélanger

Président du comité de vérification
et des finances

Québec – Québec

Nomination en vigueur le 11 avril 2008

Aujourd'hui à la retraite, M. Bélanger est comptable agréé. Au cours de sa carrière, il a été au service d'importantes firmes de comptabilité, notamment de la firme Mallette pendant plus de 25 ans. À titre d'associé en certification, M. Bélanger a été responsable de nombreux mandats de grande envergure qui lui ont permis d'acquérir une expérience appréciable en ce qui a trait aux problématiques de normalisation et de présentation des états financiers. M. Bélanger est membre de l'Ordre des comptables agréés du Québec et membre de la Chambre de commerce du Québec. Il réside aujourd'hui à Québec, et ses loisirs incluent le tennis, les activités de chasse et pêche, ainsi que le ski et le cyclisme.

G. Grant Machum

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

Halifax – Nouvelle-Écosse

Nomination en vigueur le 9 mai 2008

Avocat de formation, M^e Machum est associé au sein du cabinet Stewart McKelvey. Il se spécialise en contentieux lié au travail, en arbitrage, en droits de la personne et en relations de travail. Outre ses nombreuses affiliations professionnelles, M^e Machum siège au conseil d'administration de nombreux organismes, y compris l'Atlantic Theatre Festival, Prescott Group, Royal Nova Scotia Yacht Squadron et au Comité de direction de son cabinet. M^e Machum est membre à vie de la Nova Scotia Art Gallery. Marié et père de quatre enfants, M^e Machum est aussi un navigateur passionné et chevronné.

Marlie Oden

Présidente du comité de planification stratégique et des communications

Vancouver – Colombie-Britannique

Nomination en vigueur le 30 juillet 2008

Originaire d'Edmonton, en Alberta, Marlie Oden est maintenant associée directrice générale chez Bridge Communications situé à Vancouver, en Colombie-Britannique. Son entreprise se spécialise dans la mise en marché, la planification stratégique, les relations publiques et la publicité. Elle a occupé pendant de nombreuses années des postes de haute direction dans de grandes agences de publicité canadiennes. Très active au sein de la communauté culturelle, M^{me} Oden a siégé aux conseils d'administration de l'Arts Club Theatre, du Vancouver Jewish Film Festival, du Fringe Festival, du Stanley Theatre et du Vancouver TheatreSports®. Elle a reçu en 2007 le Patron of the Arts Award.

Tom Perlmutter

Membre d'office

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

Montréal – Québec

Nomination en vigueur le 11 juin 2007

Tout au long de sa carrière, que ce soit à titre d'auteur, de réalisateur ou de producteur, Tom Perlmutter a été un ardent défenseur d'un cinéma indépendant, différent et socialement engagé. Avant de se joindre à l'ONF en 2001 à titre de directeur général du programme anglais, M. Perlmutter a mené une carrière prestigieuse au sein de l'industrie du cinéma canadien comme chef fondateur de la section documentaire de Barna-Alper Productions, et associé de Primitive Entertainment. M. Perlmutter a précédemment travaillé en association avec John Walker, l'un des plus célèbres documentaristes au Canada, à un grand nombre de documentaires primés. Il a aussi occupé les postes de directeur du développement créatif chez CineNova Productions, et de directeur général de l'Alliance pour l'enfant et la télévision de 1993 à 1995. Auteur et journaliste, il a signé de nombreux articles et publications.

Composition du comité de gestion (au 31 mars 2010)

Carolle Brabant

Directrice générale

Depuis vingt ans à Téléfilm, Carolle Brabant est reconnue pour son sens aigu des finances combiné à une solide vision artistique.

Carolle est entrée à Téléfilm en 1990 à titre de vérificatrice. Elle avait auparavant occupé un poste de comptable agréé au sein de Samson Bélair Deloitte & Touche à Chicoutimi, après ses études à l'Université du Québec à Chicoutimi. Sa carrière à Téléfilm n'a cessé de progresser : elle a été nommée directrice des finances et de l'administration en 2003, et elle a assuré la direction générale par intérim pendant six mois en 2004.

Sa connaissance approfondie de l'administration des fonds publics et privés a grandement contribué à renforcer les efforts que déploie Téléfilm pour accroître les auditoires et la capacité de l'industrie. Carolle a été un fer de lance dans le nouveau rôle d'administration des programmes du FCT assumé par Téléfilm, et elle continue de superviser le travail de Téléfilm en ce qui concerne les nouveaux programmes du FMC.

Denise Arab

Directrice, Communications

Denise Arab est une professionnelle des communications qui a une longue et distinguée carrière à son actif.

Originaire de Halifax, Denise a fait un baccalauréat en arts/lettres modernes à l'Université Dalhousie et à l'Université d'Aix-en-Provence, en France. Elle a poursuivi avec un baccalauréat en journalisme à l'Université de King's College avant d'entreprendre sa carrière à Postes Canada. En 1994, elle est entrée à la Banque de développement du Canada où elle est restée quinze ans, occupant finalement le poste de directrice des relations publiques et des communications avec les employés. Elle est devenue directrice à Téléfilm en 2009.

Au cours de sa carrière, Denise a participé à l'élaboration de stratégies primées en matière de relations publiques, et assumé avec succès des responsabilités dans différents domaines, notamment les relations avec les médias, les communications internes, la gestion des enjeux, les relations avec le gouvernement et la planification d'événements. Son expérience en gestion et en communications et sa connaissance approfondie des questions nationales et régionales sont des atouts précieux dans son poste de haute direction.

Sheila de La Varende

Directrice, Développement des affaires nationales et internationales

Sheila de La Varende est une figure influente de l'industrie cinématographique et télévisuelle canadienne depuis plus de 25 ans.

Pendant près de dix ans, elle a dirigé le bureau européen de Téléfilm à Paris. Elle a été l'instigatrice d'Immersion Europe, un forum annuel sur le financement de la coproduction de longs métrages. De retour au Canada en 2004, Sheila a été nommée directrice générale du Festival du nouveau cinéma de Montréal. Entre 2005 et 2006, elle a piloté Digimart, un forum international axé sur le développement de nouveaux modèles de gestion.

Inspirée par les nouveaux outils numériques au service de la création, Sheila a ensuite rejoint l'Office national du film où elle a piloté un projet institutionnel d'envergure de distribution numérique. En avril 2009, Sheila est retournée à Téléfilm au poste de direction qu'elle occupe actuellement.

Dave Forget

Directeur, Relations d'affaires et certification

Dave a commencé sa carrière à Téléfilm en 2001 au bureau régional de l'Ouest à titre d'analyste principal – investissements. L'année suivante, il a été nommé au poste de directeur de l'unité d'affaires Longs métrages au bureau de l'Ontario et du Nunavut. Quelques mois plus tard, il devenait directeur régional de ce bureau.

En 2006, Dave a été nommé directeur, Télévision. Il a joué un rôle déterminant pour aider Téléfilm à assumer l'administration des programmes du Fonds canadien de télévision. Dave a accédé au poste de directeur, Relations d'affaires et certification en 2009. Il supervise l'équipe des relations d'affaires de Téléfilm, y compris le processus de certification des coproductions, ainsi que l'équipe qui administre les programmes du FMC.

Avant son arrivée à Téléfilm, Dave a œuvré pendant vingt ans dans le domaine de la distribution de films. Il a été un associé fondateur de Red Sky Entertainment Ltd., une entreprise de Vancouver, où il était responsable des ventes, de la distribution et d'autres affaires commerciales. Il a aussi occupé des postes de direction au sein de la Twentieth Century Fox et d'Alliance Atlantis Releasing.

Elizabeth Friesen

Directrice, Planification stratégique
et développement de projets

Elizabeth Friesen œuvre depuis 23 ans dans l'industrie cinématographique canadienne et depuis 14 ans à Téléfilm. Elizabeth a passé quatre ans à British Columbia Film avant d'entrer à Téléfilm à titre de directrice d'une unité d'affaires. En l'espace de dix ans, elle a été nommée au poste de chef de la direction – opérations pour un mandat de cinq ans, avant d'être nommée directrice, Planification stratégique et développement de projets en 2009.

Ses compétences en matière de réflexion stratégique et de gestion l'ont amenée à jouer un rôle déterminant dans l'administration du FLMC et du FNMC. Son expérience a également été très utile dans le développement des plans d'entreprise de Téléfilm.

Après une longue et enrichissante carrière à Téléfilm, Elizabeth a quitté en 2010 pour explorer de nouvelles avenues.

Jean-Claude Mahé

Directeur, Affaires publiques
et gouvernementales

Jean-Claude Mahé a commencé sa carrière à Téléfilm à titre de consultant; il organisait des forums, des sommets et des activités de promotion de films avec l'industrie. Il organisait également des projections sur la Colline du Parlement afin de promouvoir les meilleurs films canadiens avant d'être nommé directeur des communications et affaires publiques. Jean-Claude a été nommé dans son poste actuel en 2005.

Jean-Claude a travaillé pendant près de deux décennies à l'Office national du film, de 1978 à 1996, où il a gravi les échelons pour occuper des postes aussi importants que secrétaire du conseil et directeur des communications.

Pendant sa longue et distinguée carrière, Jean-Claude s'est voué aux questions d'éducation et aux industries culturelles du Canada.

Michel Pradier

Directeur, Financement des projets

Michel Pradier est à Téléfilm depuis treize ans. Après ses débuts comme analyste financier des unités cinéma et télévision, il a pris la tête de l'unité télévision avant d'être nommé directeur par intérim du bureau du Québec en 2001. Il a été nommé directeur des opérations en français, bureau du Québec, l'année suivante.

Avant de faire son entrée à Téléfilm, Michel a occupé des postes de direction et d'analyste financier à la SODEC de 1991 à 1997. Il avait auparavant œuvré dans la production cinématographique et média pendant dix ans.

Dans son rôle actuel, Michel est responsable de toute la gamme des longs métrages en attente d'une décision de financement. Il est un expert pour établir des cibles et des mesures de performance qui ont une grande incidence sur le processus de décision de Téléfilm.

Vacant

Directeur, Administration et services d'entreprise

3

Rapport sur la gouvernance

A. Pratiques de gouvernance et de gestion des risques

Les pratiques de gestion des risques de Téléfilm s'inspirent largement du *Cadre de gestion intégrée du risque*⁹ publié par le Secrétariat du Conseil du Trésor ainsi que des recommandations découlant des vérifications annuelles des processus de gestion et plus récemment, des résultats du premier examen spécial ayant eu lieu cette année.

Le cadre de gouvernance

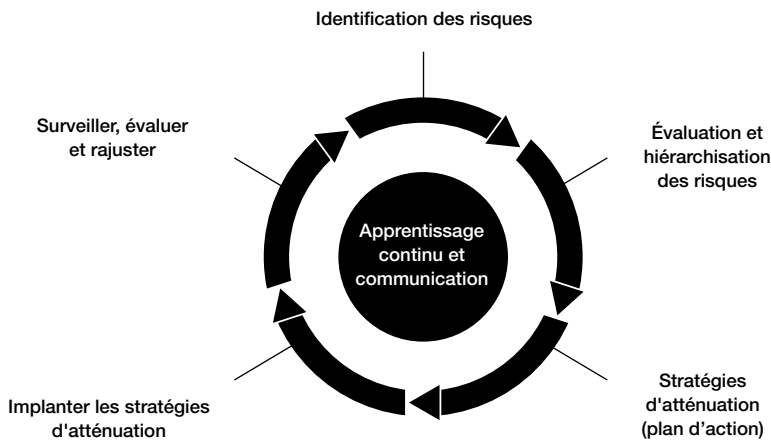
La responsabilité ultime de la gestion des risques appartient au conseil d'administration. Le conseil approuve les seuils de risque acceptables et les plans de gestion des risques de l'organisation, et il s'assure que Téléfilm optimise la gestion des risques en équilibrant la gestion des menaces et des occasions d'affaires, selon les niveaux de tolérance approuvés à l'égard des risques.

Le comité de gestion (CG) a la responsabilité de surveiller les processus de gestion des risques et de tenir le conseil informé de ses conclusions. Pour l'aider dans cette tâche, le CG peut compter sur l'aide d'un comité de gestion des risques constitué de hauts dirigeants des secteurs opérationnels, financiers et administratifs. C'est à ces dirigeants qu'il incombe de mettre en œuvre les processus de gestion des risques, de diffuser convenablement l'information relative aux risques et de sensibiliser le personnel aux pratiques de gestion des risques. Ce cadre de gouvernance sera revu et amélioré au cours de l'année 2010-2011 par l'intégration plus formelle du comité de gestion de risques au sein de l'organisation et par la procuration des rapports trimestriels de gestion au CG et au conseil d'administration.

9 *Cadre de gestion intégrée du risque*, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, avril 2001, disponible à l'adresse www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12254

La gestion intégrée des risques

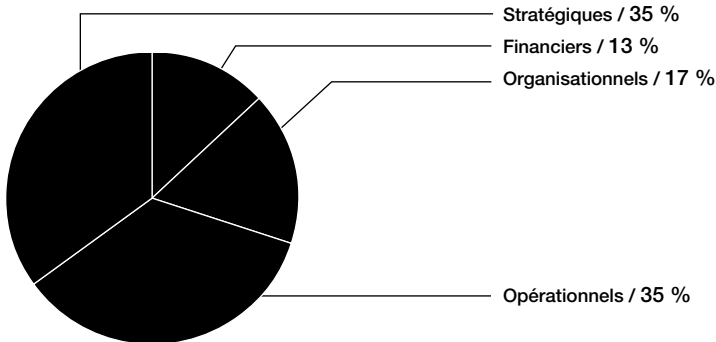
La gestion intégrée des risques comporte plusieurs étapes qui sont représentées dans le schéma ci-dessous. Chaque année, le comité détermine et évalue les risques susceptibles de nuire à la marche continue des opérations, et il fait des prévisions quant aux conséquences de ces risques en fonction de leurs probabilités de réalisation et de leurs répercussions sur Téléfilm. L'évaluation des risques tient compte également des mécanismes de contrôle et de leur efficacité pour atténuer les risques. Les résultats de cet exercice servent à élaborer une stratégie d'atténuation des risques et un plan d'action que le comité de gestion approuve. Le plan d'action est ensuite communiqué à l'ensemble du personnel afin que les efforts d'atténuation soient déployés dans tous les services. Le plan est revu à chaque trimestre afin d'en évaluer les progrès et l'efficacité, et de vérifier que les ressources sont réparties de façon optimale en fonction des priorités et des nouveaux risques qui ont été détectés au cours de l'année.



La reconnaissance des risques

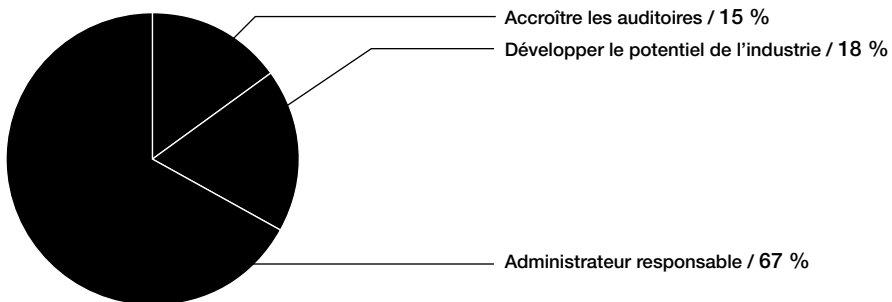
Les risques peuvent être de nature stratégique, financière, organisationnelle ou opérationnelle. À Téléfilm, les risques sont répartis de la façon suivante :

Types de risques



Le processus de reconnaissance des risques étant fondé sur les objectifs stratégiques de Téléfilm, la gestion des risques est en harmonie avec l'ensemble des objectifs opérationnels.

Risques par objectifs stratégiques



Les stratégies d'atténuation des risques

Téléfilm utilise la même méthode fondée sur les objectifs pour mettre en œuvre ses mesures d'atténuation. Voici quelques-uns des risques importants auxquels Téléfilm doit faire face, ainsi que les stratégies d'atténuation mises en œuvre :

Objectifs stratégiques	Risques importants	Stratégies d'atténuation
<p>Accroître les auditoires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les limites contractuelles et réglementaires • La saturation du marché par les films étrangers • Le manque de ressources financières • Les produits qui ne plaisent pas au public • La mesure inefficace de la performance 	<ul style="list-style-type: none"> • Consultations de l'industrie et des groupes de travail du FLMC • Promotion de produits dans les festivals et les marchés • Approche asymétrique pour gérer chaque marché linguistique • Enveloppes fondées sur la performance • Étendre les mesures d'auditoire aux autres plateformes
<p>Développer le potentiel de l'industrie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les programmes d'aide qui ne répondent pas aux besoins de l'industrie • Les traités mal exploités • Une baisse du nombre de coproductions 	<ul style="list-style-type: none"> • Sondages auprès de la clientèle • Participation à des comités internationaux ou des commissions mixtes • Initiatives visant à promouvoir la coproduction
<p>Être un administrateur responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un cadre de gouvernance inefficace • Un cadre de gestion des risques inadéquat • Les poursuites et la critique externe • La gestion inefficace des ressources existantes • Le non-respect des délais d'exécution du processus de décision • Le non-respect des ententes contractuelles, des politiques et des procédures • La rétention de talents et des compétences 	<ul style="list-style-type: none"> • Différents comités de gestion (gouvernance, exceptions, nominations, risques) • Plan annuel de gestion des risques et suivi des résultats • Examen annuel du plan d'entreprise • Suivi rigoureux des budgets • Études stratégiques et évaluation des programmes • Sondages auprès de la clientèle • Cadre de vérification interne et de contrôle de la qualité • Évaluation et mise en œuvre du plan directeur des ressources humaines

B. Responsabilités clés du conseil

Le conseil joue un rôle d'intendant en supervisant la gestion de ses activités d'affaires. Essentiellement, le conseil est responsable d'approuver l'orientation que la direction veut donner à l'organisme et de surveiller la façon dont elle gère ses activités. Le conseil travaille en étroite collaboration avec le directeur général et les hauts dirigeants pour s'assurer que le mandat de Téléfilm est respecté.

Charte et principales activités du conseil en 2009-2010

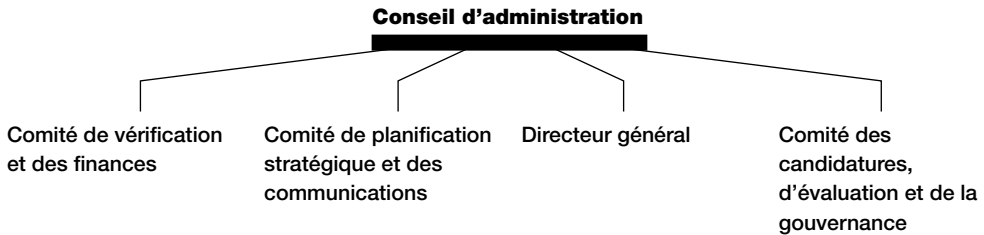
Résumé de la charte et des responsabilités du conseil d'administration

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

Points saillants des activités du conseil d'administration

- Approbation de la nouvelle entente de service avec le FCT
- Approbation de la nouvelle structure de la haute direction
- Approbation des états financiers au 31 mars 2009
- Création du comité de planification stratégique et des communications
- Approbation du rapport annuel
- Approbation du renouvellement de l'accord de contribution relatif au FNMC
- Approbation de la matrice d'augmentation de salaires et de primes au rendement
- Établir un comité de recherche et des protocoles aux fins de la recommandation et de la nomination d'un nouveau directeur général, conformément à la *Loi sur Téléfilm Canada*.
- Approbation de la politique sur le respect en milieu de travail
- Approbation de la politique de santé et sécurité au travail
- Approbation de la politique de rémunération et de compensation du président et des membres du conseil d'administration
- Approbation de la charte régissant le comité de planification stratégique et des communications
- Approbation d'un plan de communication triennal
- Approbation du budget de 2010-2011
- Approbation de la Politique d'évaluation de la performance du conseil d'administration

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



Comité de vérification et des finances

Ce comité est constitué de trois membres : Yvon Bélanger, président, Michel Roy et Elise Orenstein. En 2009-2010, il a tenu six réunions.

Résumé de la charte et des responsabilités du comité de vérification et des finances

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

Points saillants des activités du comité de vérification et des finances

- Suivi du projet de Normes internationales d'information financière
- Approbation des états financiers au 31 mars 2009
- Approbation du plan d'examen spécial
- Suivi de la mise en œuvre des recommandations faites par le vérificateur interne concernant les pratiques de gouvernance exemplaires
- Examen des processus des programmes du FLMC
- Revue sur la décision du Conseil sur la comptabilité dans le secteur public
- Approbation des budgets
- Examen du cadre de gestion des risques
- Adoption du plan de vérification

Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Ce comité est constitué de trois membres : Grant Machum, président, Michel Roy et Elise Orenstein. Il a tenu cinq réunions en 2009-2010.

Résumé de la charte et des responsabilités du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

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

Points saillants des activités du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

- Création d'un comité de recherche en vue du recrutement d'un nouveau directeur général et recommandations effectuées au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles
- Examen de la politique sur le respect en milieu de travail
- Examen de la politique de santé et de sécurité au travail
- Reclassification de certains profils de la haute direction
- Examen de la rémunération des membres du conseil
- Révision des outils d'évaluation de la performance des membres
- Évaluation du rendement du directeur général
- Examen du processus d'évaluation de la performance, de la rémunération et des primes aux employés
- Suivi de la mise en œuvre des recommandations faites par le vérificateur interne concernant l'amélioration des pratiques de gouvernance

Comité de planification stratégique et des communications

Ce comité est constitué de trois membres : Marlie Oden, présidente, Michel Roy et Elise Orenstein. Il a tenu quatre réunions en 2009-2010.

Résumé de la charte et des responsabilités du comité de planification stratégique et des communications

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

Points saillants des activités du comité de planification stratégique et des communications

- Révision du plan de communication
- Discussion sur la préparation d'un nouveau plan d'entreprise
- Discussion des étapes du processus de planification stratégique
- Révision de certains éléments des principes directeurs du FLMC et de la coproduction

Participation aux réunions du conseil et de ses comités

	Conseil d'administration	Comité de vérification et des finances*	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance*	Comité de planification stratégique et des communications*
Nombre de réunions	14	6	5	4
Présence :				
Michel Roy	14	5	5	4
Elise Orenstein	14	6	5	4
Tom Perlmutter	7	0	0	0
Yvon Bélanger	12	6	0	0
Grant Machum	13	0	5	0
Marlie Oden	14	2	2	4

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

C. Nominations

Les membres

Il n'y a pas eu de nouvelles nominations au conseil d'administration de Téléfilm durant l'exercice 2009-2010. Conformément à la *Loi sur Téléfilm Canada*, les nominations au conseil sont faites par le gouverneur en conseil.

Le directeur général

Le mandat de S. Wayne Clarkson comme directeur général a pris fin le 17 janvier 2010. Carolle Brabant a subséquemment été nommée au poste de directeur général pour un mandat de trois ans qui a débuté le 15 mars 2010. Les nominations au poste de directeur général sont faites par le gouverneur en conseil, suivant les recommandations du conseil d'administration de Téléfilm et dans le respect de la *Loi sur Téléfilm Canada*.

D. Évaluation

Les membres

Au cours de l'exercice 2009-2010, les membres du conseil d'administration ont évalué le rendement du conseil et de ses comités à l'aide d'un formulaire spécialement conçu à cette fin. Durant l'année, les membres ont également adopté une *Politique d'évaluation de la performance du conseil d'administration* qui prévoit l'évaluation individuelle des membres du conseil en plus de l'évaluation du conseil dans son ensemble et de ses comités. Cette politique va dans le même sens que la politique du Conseil du Trésor intitulée *Évaluer l'efficacité d'un conseil d'administration*.

Le directeur général

Chaque année, le conseil d'administration évalue le rendement du directeur général, conformément aux lignes directrices du programme de gestion du rendement émises par le Bureau du Conseil privé. Ces lignes directrices prévoient, notamment, l'établissement d'une entente de rendement et d'objectifs de rendement.

E. Formation et documentation

Selon les besoins précis déterminés par le conseil d'administration, les membres ont la possibilité de suivre des cours sur une variété de sujets pertinents. Plusieurs d'entre eux en ont profité pour assister à des séances de formation données par l'École de la fonction publique du Canada.

Au cours de l'exercice 2008-2009, un manuel contenant l'essentiel de l'information sur la gouvernance a été créé à l'intention des membres du conseil d'administration. Un portail interne a également été créé pour documenter les procès-verbaux des réunions du conseil et de ses comités. Tout au long de l'exercice 2009-2010, le manuel et le portail ont été mis à jour pour tenir compte de la plus récente information disponible.

F. Répondre aux attentes des Canadiens

L'assemblée publique annuelle

Conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux principes directeurs du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Téléfilm a tenu sa première assemblée publique annuelle en 2008-2009. Cette rencontre avait pour but de permettre aux représentants de l'industrie audiovisuelle et aux membres du public d'interagir avec les membres du conseil d'administration. Téléfilm prévoit tenir sa prochaine assemblée publique en décembre 2010.

Les conflits d'intérêts

Il y a quelques années, le conseil a adopté un *Code régissant les conflits d'intérêts et l'après-mandat* pour les employés et les dirigeants. Chaque année, tous les employés de Téléfilm doivent déclarer qu'ils respectent ce Code. Au cours de l'exercice 2009-2010, des présentations ont été faites dans tous les bureaux pour rappeler aux employés leurs obligations à l'égard des questions d'éthique.

Article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada*

Les membres du conseil sont assujettis à la *Loi sur les conflits d'intérêts* ainsi qu'à l'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada*, qui stipule que : « La charge de membre de la Société est incompatible avec le fait de détenir, directement ou indirectement, individuellement ou en qualité d'actionnaire ou d'associé ou à quelque autre titre, un intérêt pécuniaire dans l'industrie audiovisuelle ». En outre, si un membre devait avoir un intérêt matériel dans un contrat avec Téléfilm qui ne soit pas couvert par l'article 5, ce membre serait tenu de déclarer cet intérêt, conformément au règlement 1 qui contient un mécanisme de déclaration d'intérêt. Afin d'assurer le plus haut niveau de transparence, les membres doivent soumettre une déclaration écrite au président du conseil chaque année afin de divulguer toute situation qui pourrait contrevenir à l'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada*.

La Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles

Téléfilm est assujettie à la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles* qui informe les employés de la procédure à suivre pour divulguer des actes répréhensibles dont ils pourraient être témoins au travail. Téléfilm étant un organisme de petite taille, elle bénéficie d'une exception qui permet de soumettre de tels rapports directement au Commissariat à l'intégrité du secteur public du Canada. Cette année, l'ensemble du personnel de Téléfilm a assisté à des présentations concernant la Loi et ses procédures.

La sécurité de l'information

Comme les clients fournissent de plus en plus d'information à Téléfilm, l'organisation a adopté une politique de sécurité de l'information il y a quelques années. Au cours de l'exercice 2009-2010, des présentations ont été faites dans tous les bureaux de Téléfilm pour rappeler aux employés les règles de sécurité et de confidentialité qui régissent l'utilisation et l'entreposage des données.

Les communications et les consultations

Téléfilm communique continuellement avec ses clients, ses partenaires et les intervenants clés en vue d'obtenir leurs commentaires. De plus, Téléfilm effectue régulièrement des sondages et des évaluations sur la pertinence des programmes qu'elle administre.

La rémunération

Au cours de l'exercice 2009-2010, le conseil d'administration a adopté une *Politique de rémunération du président et des membres du conseil*. Pour l'exercice 2009-2010, les membres ont reçu au total 0,2 M\$ pour leur préparation et leur participation aux réunions du conseil et de ses comités.

La rémunération du directeur général est établie conformément à la politique et aux principes directeurs du Bureau du Conseil privé.

Les employés : RH

Les ressources humaines ont reçu beaucoup d'attention cette année afin de renforcer les améliorations apportées à la gouvernance. Plusieurs politiques importantes ont été mises à jour, dont les politiques en matière de santé et de sécurité au travail, de prévention et de résolution du harcèlement et de temps supplémentaire. Téléfilm a également mis en œuvre les recommandations du plan directeur des ressources humaines qui visaient à développer un modèle de leadership.

Téléfilm a jugé que la mise à jour des politiques et la mise en œuvre des recommandations justifiaient d'offrir de la formation à tous les employés. Les séances de formation ont permis d'expliquer les nouvelles politiques et d'encourager les employés à adopter le modèle de leadership fondé sur les valeurs fondamentales de l'organisation : le respect, l'engagement, l'ouverture et l'orientation client.

Sur le plan pratique, Téléfilm a harmonisé sa politique de rémunération avec la *Loi sur le contrôle des dépenses*. Au cours du prochain exercice, Téléfilm entend aider les gestionnaires à gérer les activités quotidiennes des ressources humaines en mettant à leur disposition un portail Web libre-service.

Bureaux de Téléfilm Canada

HALIFAX

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

MONTRÉAL*

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

TORONTO

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

VANCOUVER

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

Ce rapport annuel est produit
par Téléfilm Canada.

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada

*Siège social et bureau du Québec

www.telefilm.gc.ca