

CRÉER, ENGAGER

PLAN STRATÉGIQUE
2019-2022



TABLE DES MATIÈRES

5 MOT DU COMMISSAIRE

7 LA DÉMARCHE

8 LES PRÉMISSSES

10 LES PERSPECTIVES

10 Les Canadiens et Canadiennes changent

11 Les habitudes changent

12 LE PLAN STRATÉGIQUE 2019-2022

12 Rappel de la mission

12 La promesse

13 Un grand projet

14 LES CHANTIERS 2019-2022

15 Chantier 1 : Offrir une nouvelle vision de la création

16 Chantier 2 : Réinventer nos modes de mise en marché, de diffusion et de distribution

17 Chantier 3 : Poursuivre notre plan de développement technologique

18 Chantier 4 : Déployer notre nouvelle offre éducative

18 Chantier 5 : Valoriser nos diverses collections audiovisuelles et renforcer leur accessibilité

18 Chantier 6 : Intensifier les partenariats stratégiques

19 Chantier 7 : Accroître notre force collective

21 CONCLUSION



Direction nord
Ryan Sidhoo

MOT DU COMMISSAIRE

CRÉER, ENGAGER

L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA (ONF) REPRÉSENTE TOUTES LES VOIX QUI FONT DU CANADA CE QU'IL EST.

Notre mission est de raconter des histoires qui reflètent des perspectives originales à travers des œuvres audacieuses et engageantes qui sont portées par des artistes de talent et de conviction et qui rejoignent un vaste public partout au pays comme ailleurs dans le monde.

Avec ses spécificités, ce plan stratégique s'inscrit dans la continuité de notre action en tant que service public. Il est ancré au cœur de notre mandat.

Toutefois, comme l'ouvrage qu'il faut continuellement remettre sur le métier, nous devons constamment redéfinir la manière dont nous réalisons notre mission de service public dans un monde maintenant hypercommercialisé et sans frontières.

Le rôle des services audiovisuels publics dans le monde est de plus en plus crucial. Nous demeurons une institution évoluant dans un univers gigantesque. Mais nous avons la capacité, par ce que nous créons, par ce que nous diffusons, par ce que nous sommes, d'offrir des perspectives qui peuvent compter dans la vie des Canadiens et Canadiennes. À travers nos œuvres, nous avons un rôle essentiel à jouer à ce chapitre. C'est ce que nous avons voulu privilégier dans l'élaboration de notre plan 2019-2022.

Notre nouvelle feuille de route expose comment l'ONF veut situer la création et l'innovation dans une démarche artistique, mais aussi dans une perspective d'engagement du public, un public plus jeune, diversifié et branché sur le monde. L'engagement de nos employés, de nos artistes, de nos artisans et de nos collaborateurs et collaboratrices, qui représentent les forces vives de l'ONF d'aujourd'hui, est également une priorité dans cette vision d'avenir.

Ce plan est basé sur notre volonté de jouer pleinement notre rôle de leader en matière cinématographique et audiovisuelle. Il expose comment nous voulons travailler, apprendre de nos partenaires de l'industrie

NOTRE NOUVEAU PLAN VISE À RENFORCER LE LEADERSHIP DE L'ONF COMME CATALYSEUR DE CHANGEMENT À L'HEURE OÙ NOS SOCIÉTÉS EXIGENT PLUS DE COHÉRENCE, D'AUTHENTICITÉ, DE RESPECT, D'ÉCOUTE ET DE TRANSPARENCE.

et partager le savoir-faire de nos experts. Il aborde la manière dont nous renforcerons notre présence dans l'écosystème numérique pour atteindre plus de Canadiens et Canadiennes. Il présente comment nous souhaitons soutenir les créateurs et créatrices, mais aussi interpeller et engager les auditoires par notre façon de produire et de distribuer nos œuvres. Il réaffirme la place de notre dualité linguistique et du bilinguisme en tant que fondements du contrat social qui nous unit. Il exprime notre volonté d'appuyer l'épanouissement des communautés en situation minoritaire et de tous les groupes qui contribuent à la diversité et à la richesse de notre pays.

Fondamentalement, notre plan met en lumière la façon dont nous entendons demeurer une organisation publique au service du public. Tout cela dans le respect de la place qu'occupent la création et l'innovation, principales composantes de l'ADN de notre institution.

CLAUDE JOLI-COEUR

Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'ONF

1

LA DÉMARCHE



Installation du projet
Mégaphone

LE PLAN STRATÉGIQUE 2019-2022 DE L'ONF EST LE RÉSULTAT D'UN INTENSE TRAVAIL DE RÉFLEXION ET D'IDÉATION MENÉ TOUT AU LONG DE L'ANNÉE 2018.

SA CONCEPTION ORIGINALE REPOSE SUR :

- > un travail assidu et attentif du comité de direction, qui porte la responsabilité première de la création de ce plan ;
- > de nombreuses rencontres menées directement par le commissaire avec des représentants canadiens et internationaux, experts du domaine audiovisuel tant dans la sphère privée que publique ;
- > une participation importante du conseil d'administration de l'ONF relative à la bonification du cadre stratégique proposé par le comité de direction ;
- > l'apport de nombreux employés de l'institution ;
- > les différentes recherches menées à l'interne et à l'externe par les divisions Création et innovation ainsi que Distribution, communications et marketing.

Ce plan stratégique a été conçu pour une période de quatre ans, en tenant compte avant tout de sa faisabilité institutionnelle. Il s'agit d'une durée jugée optimale dans un contexte de rapides changements de paradigmes sociaux et de développement innovateur observé dans le domaine audiovisuel national et international.

2

LES PRÉMISSSES

LE CHEMIN QUE NOUS AVONS PARCOURU ENTRE 2013 ET 2018 EST JALONNÉ DE RÉUSSITES INDÉNIABLES QUI NOUS ONT INSPIRÉS POUR L'ÉTABLISSEMENT DE NOS PRIORITÉS FUTURES.

Notre dernier plan stratégique, étalé sur six ans (2013-2018), visait plusieurs objectifs, dont :

- > le renforcement du leadership mondial de l'ONF en matière de créativité et d'innovation, et ce, dans l'ensemble de ses activités;
- > l'accroissement de la notoriété et de la présence de l'ONF par l'entremise de relations significatives avec la population canadienne et du monde entier;
- > l'accroissement et la consolidation de la capacité financière à long terme de l'ONF à l'aide de nouveaux modèles économiques et de nouvelles occasions d'affaires;
- > la transformation de la structure organisationnelle de l'ONF en un organisme évolutif, dynamique et souple pour travailler et créer autrement;
- > la redéfinition de la vocation de la sphère publique au XXI^e siècle.

De ces objectifs sont nés plusieurs chantiers, projets et œuvres.

Avec la complicité des créateurs, des artisans, des producteurs et l'expertise de ses équipes, l'ONF a produit plus de 400 œuvres originales, dont le quart émane de la jeune relève et près de la moitié de femmes, sans oublier la large proportion réalisée par des cinéastes des communautés culturelles ou autochtones.

Ces œuvres d'auteur ont remporté une multitude de prix et de récompenses au pays comme à l'étranger, et plusieurs d'entre elles ont poussé encore plus loin l'art du récit en proposant des expériences immersives, en réalité virtuelle (RV) et augmentée (RA).

Le plan stratégique 2013-2018 pouvait déjà s'appuyer sur l'espace de visionnage en ligne ONF.ca pour rejoindre un public canadien et international féru de contenus originaux et audacieux. En 2017-2018, les visionnages en ligne ont atteint un nombre record de 68 millions. Les projections communautaires ont, elles aussi, enregistré des gains importants – 1,2 million en 2017-2018 –, ce qui témoigne de l'importance des communautés et de leurs réseaux d'échanges. Rejoindre les auditoires est demeuré un défi de tous les instants, dans un environnement où la mondialisation de l'offre pose de réels enjeux de découvrabilité.

Au chapitre budgétaire, l'ONF, comme le reste de l'industrie audiovisuelle et cinématographique canadienne, continue d'être touché par l'éclatement des anciens modèles de distribution. Les nouveaux modèles en émergence n'ont pas réussi à combler le manque à gagner en matière de revenus. Chose certaine, les partenariats développés par l'institution auront été un levier important tant pour la production et la distribution d'œuvres d'envergure que sur le plan technologique. Ils ont permis d'allier nos expertises à celles d'organisations nationales et internationales pour numériser, préserver et revitaliser notre vaste collection, qui représente un patrimoine précieux pour tous les Canadiens et Canadiennes.

Au cours des dernières années, l'ONF a jeté les bases de nouvelles approches et a pris des engagements fermes pour rendre visible l'incroyable diversité du pays, favoriser l'équité des genres et encourager une plus grande variété de perspectives. L'ONF a pleinement assumé un leadership en matière de parité hommes-femmes en s'engageant à ce que 50 % des œuvres produites soient réalisées par des femmes et à ce que 50 % des budgets de production soient consacrés aux projets de réalisatrices. En 2017, l'ONF poussait plus loin cet engagement en visant la parité au sein des postes clés de création. La même année, nous avons entrepris de redéfinir nos propres relations avec les peuples autochtones en adoptant un plan de 33 actions inspirées des meilleures pratiques en production, en distribution et en changement organisationnel. Nos engagements pour favoriser un secteur audiovisuel plus représentatif de la société canadienne et propice à l'épanouissement de tous les talents se sont poursuivis avec l'annonce de la parution prochaine de notre Plan sur la diversité et l'inclusion.

Au regard du changement organisationnel, l'ONF a entrepris un vaste chantier qui a mis à contribution l'ensemble des employés dans l'élaboration d'une vision d'avenir bâtie au quotidien. De cet exercice sont nés 15 énoncés graduellement concrétisés, qui visent l'agilité et encouragent la création dans un environnement encore plus ouvert à la collaboration.

Entre 2013 et 2018, l'ONF a tiré son épingle du jeu à l'intérieur de la sphère publique culturelle. Les assises sont bien en place pour poursuivre le travail amorcé, et même pour insuffler une vigueur renouvelée à cette institution plus que jamais au service du public.



Grande première de **Naissance d'une famille**
Tasha Hubbard

3

LES PERSPECTIVES

RÉALISER UN PLAN STRATÉGIQUE NÉCESSITE DE RESTER CONSTAMMENT À L'AFFÛT DES TENDANCES ET DES CHANGEMENTS AYANT COURS DANS NOTRE DOMAINE. LES DIFFÉRENTES RECHERCHES MENÉES PAR NOS ÉQUIPES DURANT LA DERNIÈRE ANNÉE, EN COLLABORATION AVEC DES FIRMES EXPERTES, NOUS ONT PERMIS DE TENIR COMPTE DE CE QUI SUIT POUR LA CONCEPTION DU PLAN.



Projet éducatif
École de l'Océan

LES CANADIENS ET CANADIENNES CHANGENT

- En 2027, 27 % de la population adulte canadienne sera composée de personnes âgées de 18 à 34 ans.
- En 2011, le Canada comptait la plus forte proportion de population née à l'étranger, soit 20,6 %, parmi les pays du G8. Durant la prochaine décennie, le Canada prévoit d'accueillir en moyenne 225 000 nouveaux immigrants par année. En 2031, approximativement 30 % des Canadiens et Canadiennes appartiendront à des minorités visibles.
- Entre 2006 et 2016, la population autochtone déclarée a augmenté de 42,5 %.
- Les Canadiens et Canadiennes continuent de privilégier l'humanité, l'importance du contact social et prennent en compte la responsabilité écologique et sociale.
- Ils montrent de l'enthousiasme pour le changement et encouragent l'économie locale ainsi que la culture de proximité.
- Ils entretiennent toutefois une vision anxiogène du monde actuel. Cette anxiété se traduit par un besoin d'évasion, de plaisir, d'expériences sensorielles ou très intenses.
- Ils recherchent des produits et des expériences authentiques qui ont une âme, une histoire. Ils veulent des balises, des points d'ancrage, des sources d'identité inspirantes.

Ce tableau témoigne d'une population canadienne aux influences plus diverses que jamais, composée de citoyens attentifs à des valeurs profondes et en quête de sens. Des sources d'inspiration significatives peuvent être puisées dans cette conjoncture, entre autres pour le développement d'une vision de création engagée, originale et audacieuse.

LES HABITUDES CHANGENT

- Bien que les habitudes divergent selon les générations, les consommateurs de services audiovisuels passent résolument plus de temps en ligne.
- Les consommateurs veulent avoir accès aux contenus qui les intéressent rapidement, au bon moment et sur l'appareil de leur choix.
- Les citoyens intéressés par les propositions de l'ONF sont de plus en plus consommateurs de vidéos et s'adonnent très régulièrement au visionnage en rafale.
- Ils se tournent principalement vers des plateformes très populaires (Google/YouTube, Facebook, Netflix, etc.) et sont submergés par la surabondance de contenus proposés.
- L'intérêt pour la réalité virtuelle se développe, mais son potentiel de distribution et de rayonnement reste incertain.
- On remarque une tendance « sociale » et participative marquée. Ironiquement, dans un monde d'auditoires fragmentés, les individus ont soif d'expériences rassembleuses. Les contenus générés par les utilisateurs amateurs s'améliorent et continuent de gagner la faveur du public.
- Les propositions à saveur locale attirent les grandes plateformes et leurs utilisateurs.

En matière de consommation audiovisuelle, les Canadiens et Canadiennes vont plus vite, cherchent plus loin et sont à la recherche de stimulation autant que d'efficacité. Les équipes de production, de mise en marché et de distribution ainsi que celles du développement technologique de l'ONF en tiendront compte dans leur approche.

4

LE PLAN STRATÉGIQUE 2019-2022

RAPPEL DE LA MISSION

L'ONF a pour mandat de créer, de produire et de distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, originales et innovatrices qui font connaître le Canada et ses diverses perspectives au peuple canadien et au reste du monde.

L'ONF SERA TOUJOURS UN ESPACE DE CRÉATION, D'INNOVATION ET DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE UNIQUE AU CANADA ET DANS LE MONDE. RIEN NE SAURAIT NOUS FAIRE DÉVIER DE CETTE TRAJECTOIRE ESSENTIELLE. SUR CE CHEMIN SE TROUVENT AUSSI NOS RÉALISATIONS EN TANT QUE SERVICE PUBLIC UTILE AUX CANADIENS ET AUX CANADIENNES, RESPONSABLE ET AVANT-GARDISTE.

CLAUDE JOLI-COEUR,
COMMISSAIRE

LA PROMESSE

Jour après jour, par ses productions originales, sa résonance auprès du public, ses initiatives reconnues dans le monde culturel, la contribution de ses équipes à tous les niveaux de l'organisation et l'apport des artistes et des artisans, l'ONF demeure une institution culturelle dynamique et pertinente au profit des générations présentes et à venir. En 2022, au terme de ce nouveau plan, l'ONF sera toujours :

- > un lieu de rencontre entre créateurs et créatrices, qu'ils soient émergents ou chevronnés, ainsi qu'un foyer d'excellence créative reconnu tant au pays que sur la scène internationale;
- > un carrefour d'innovation nourri par ses diverses démarches de création, son usage innovant des technologies et son approche originale de mise en marché et de distribution;
- > une institution agile qui surgit souvent là où on ne l'attend pas;
- > un acteur de changement en matière de diversité et d'inclusion ainsi que de parité, et une organisation qui a su redéfinir ses relations avec les peuples autochtones;
- > un centre de développement de talents irremplaçable et incontournable au Canada;
- > le dépositaire d'un héritage audiovisuel qui continuera de se bonifier pour les générations à venir.



Photo tirée de la production du film
Pour que survive la langue nakota
Louise BigEagle

UN GRAND PROJET

À cette promesse s'ajoute un nouveau défi, rendu incontournable par l'imposante transformation de la société canadienne actuelle.

REJOINDRE ET ENGAGER PLUS DE CANADIENS ET CANADIENNES PAR LA CRÉATION ET LA DISTRIBUTION

Au cours des prochaines années, l'ONF entend faire des gains particuliers en matière de recherche, de compréhension, de développement et de rétention des auditoires. Nous devons atteindre plus de ces Canadiens et Canadiennes toujours en quête de nouvelles perspectives à travers des productions innovatrices et pertinentes.

La composition de la société canadienne, ses attentes et ses comportements changent rapidement. Pour continuer de jouer son rôle unique de service public, l'ONF poursuivra l'alignement stratégique de ses équipes et de ses ressources afin que ses œuvres documentaires, d'animation et interactives trouvent leur résonance et leur place auprès d'un nombre toujours grandissant de citoyens, au Canada comme dans le monde entier.

5

LES CHANTIERS 2019-2022

Sept grands chantiers relatifs à la création, à la distribution, au développement technologique et au capital humain seront poursuivis en priorité ou mis en branle au cours des quatre prochaines années. Certains sont déjà amorcés, d'autres en sont encore au stade du défrichage.

Ces grandes initiatives auxquelles se greffent déjà ou se grefferont de multiples plans d'action ont été déterminées de façon réaliste, à même une lecture lucide de la situation actuelle de la création et de

la production audiovisuelle au Canada et dans le monde. Elles ont été hiérarchisées objectivement, à partir des capacités actuelles et futures de l'organisation. De plus, elles ont été pensées de manière à s'emboîter et à favoriser une cohérence des actions de l'institution. Finalement, elles ont été choisies avec le souci d'en assurer la pérennité.

CHANTIER 1

OFFRIR UNE NOUVELLE VISION DE LA CRÉATION BASÉE SUR L'ÉCOUTE DE LA SOCIÉTÉ CANADIENNE ET INCARNÉE PAR UNE NOUVELLE GRILLE DE PROGRAMMATION PROPICE À LA DÉCOUVRABILITÉ DES ŒUVRES.

NOUS TRAVAILLONS POUR QUE LES CANADIENS ET CANADIENNES AIENT ACCÈS À UNE FOULE DE PERSPECTIVES QUI NOURRISSENT LEUR IMAGINAIRE TOUT COMME LEURS RÉALITÉS.

Les créations de l'ONF doivent refléter des perspectives originales à travers des histoires engageantes qui favorisent la compréhension entre les Canadiens et Canadiennes de tous les horizons.

Cette vision repose sur quatre piliers qui soutiendront nos actions :

UN LIEN D'ENGAGEMENT FORT AVEC LE PUBLIC CANADIEN

- > Le développement et la production d'œuvres selon les plateformes privilégiées par les publics que nous visons.
- > La prise en compte du pouls de la nation canadienne.
- > L'accueil de créateurs et créatrices dans le respect et l'inclusion.

UN DÉSIR CONSTANT D'INNOVATION

- > L'expérimentation de formes et de formats en concordance avec les attentes des auditoires.
- > L'ouverture de nos laboratoires de création au public.
- > La prise en considération du virage vers la technologie mobile observé chez les consommateurs de services et de produits audiovisuels.
- > L'accroissement de la visibilité de nos projets expérimentaux.

UNE MEILLEURE REPRÉSENTATION DE LA DIVERSITÉ DES VOIX (À L'IMAGE DES COMMUNAUTÉS)

- > La production d'œuvres et d'expériences de tous les horizons permettant :
 - la présentation d'œuvres d'artistes métis, inuits et des Premières Nations;
 - la présentation d'œuvres d'artistes des communautés de langue officielle en situation minoritaire;
 - la présentation d'œuvres favorisant l'égalité des genres, la diversité et l'inclusion.

UNE PROCHE COLLABORATION ENTRE LES STUDIOS ET LES SECTEURS DE L'ORGANISATION

- > La simplification des processus décisionnels et de gestion du début à la fin des projets.

Nous créons de plus en plus de ponts entre nos équipes. Il faut permettre à nos studios à travers le pays d'échanger sur nos meilleures pratiques. Nous avons des ressources humaines au talent et à l'expertise incroyables. Elles doivent pouvoir constamment partager leur savoir, qu'il soit technique ou artistique. Il faut s'appuyer sur nos apprentissages et sur nos erreurs pour mieux créer et produire. Tout cela dans un va-et-vient organique ancré dans le respect de nos différences.

Photo prise lors de la journée portes ouvertes de l'ONF, le 30 septembre 2018

Te souviens-tu
de ce que tu as fait?

08:34:16



Photo tirée de l'installation McLarena

CHANTIER 2

RÉINVENTER NOS MODES DE MISE EN MARCHÉ, DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION POUR REJOINDRE PLUS DE CANADIENS ET CANADIENNES ET DONNER UN PLUS GRAND ACCÈS AUX PRODUCTIONS DE L'ONF.

NOTRE AMBITION EST DE CULTIVER LA PROXIMITÉ AVEC NOS AUDITOIRES ET DE FAVORISER LEUR RAPPROCHEMENT AVEC L'ONF EN FONCTION DE LEURS INTÉRÊTS.

DE NOUVEAUX PARADIGMES POUR REJOINDRE ET ENGAGER LES AUDITOIRES

La multiplication des écrans et des plateformes de diffusion d'information et de partage de contenus a rendu l'environnement de la création et de la distribution médiatiques et culturelles très complexe.

Pour que plus de Canadiens et Canadiennes puissent avoir accès plus facilement aux créations de l'ONF, il nous faut une nouvelle stratégie en matière de diffusion. Au cours des prochaines années, nous agirons selon de nouveaux paradigmes de mise en marché et de distribution de nos œuvres en les regroupant de la façon suivante :

- > les œuvres grand public, qui auront potentiellement une incidence auprès de larges auditoires ;
- > les œuvres de conversation, qui permettront aux Canadiens et aux Canadiennes de tous horizons d'entrer en relation et de partager des points de vue ;
- > les œuvres de communauté, qui refléteront des histoires importantes pour certains groupes de Canadiennes et de Canadiens parfois sous-représentés ;
- > les œuvres d'innovation et d'expérimentation, qui permettront à des auditoires diversifiés de rester branchés aux propositions audiovisuelles avant-gardistes de l'ONF.

L'ÉLIMINATION D'OBSTACLES EMPÊCHANT LA DÉCOUVRABILITÉ DE NOS CONTENUS SUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Pour cultiver la proximité avec son public, l'ONF doit se familiariser avec les auditoires et, par ricochet, les rejoindre là où ils se trouvent. Il faudra s'assurer d'une présence, d'une visibilité et d'une distribution accrues sur les différentes plateformes de distribution en ligne et au sein des médias sociaux.

Nos stratégies en matière de mise en marché et de distribution de nos contenus devront tenir compte du potentiel des nouvelles plateformes numériques et des nouvelles technologies en fonction des changements d'habitudes de consommation des auditoires.

Nous allons revoir nos façons de faire des dernières années et nous doter de moyens pour augmenter notre capacité à rejoindre nos auditoires et pour assurer plus facilement et rapidement la disponibilité en ligne de nos œuvres.

LE DÉVELOPPEMENT D'UNE INTELLIGENCE RELATIONNELLE AVEC LES AUDITOIRES

Pour que l'ONF puisse relever le défi de la pertinence et de l'engagement des auditoires, il faut pouvoir décoder ce qui caractérise aujourd'hui les modes de consommation, l'évolution des usages, les modifications des comportements et la culture qui s'est forgée dans le terreau numérique.

Nous passerons du mode d'accessibilité des œuvres à celui d'engagement des auditoires. Pour ce faire, nous devons mieux connaître les Canadiens et Canadiennes. Nous avons besoin d'information sur leurs habitudes de consommation. Il est nécessaire d'améliorer notre compréhension de ce qui les intéresse. En développant notre propre lecture intelligente de données, nous créerons la carte routière indispensable à la réalisation de notre grand projet d'engagement des auditoires. Partant de là, nous devons nous doter d'outils et de technologies utiles à une amélioration de la relation que nous entretenons avec les individus, les groupes et les communautés qui ont accès à nos œuvres et s'y intéressent.

CHANTIER 3

POUR SUIVRE NOTRE PLAN DE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE PERMETTANT D'ENRICHIR LE TRAVAIL DE CRÉATION ET D'ASSURER UN MEILLEUR ACCÈS AUX ŒUVRES ET UNE PLUS GRANDE SYNERGIE OPÉRATIONNELLE.

NOUS VOULONS PRÉSERVER UN ÉCOSYSTÈME TECHNOLOGIQUE PORTEUR AFIN D'OFFRIR UN ENVIRONNEMENT STIMULANT ET INNOVANT AUX CRÉATEURS ET AUX CRÉATRICES.

LE PARACHÈVEMENT DU VIRAGE NUMÉRIQUE

Nous allons permettre à l'ONF de produire, d'intégrer et de diffuser plus efficacement ses œuvres de qualité par des avancées technologiques en continu et par la mise en place d'une infrastructure technologique propice à l'utilisation des nouveaux formats pour les créations et productions émergentes. Nous poursuivrons notre virage numérique de façon vigilante pour demeurer un acteur clé dans l'accueil et le développement des talents canadiens, l'expérimentation de nouvelles technologies et l'accessibilité des œuvres en format numérique.

LE DÉVELOPPEMENT DE NOTRE ÉCOSYSTÈME

Notre infrastructure technologique fait partie de l'écosystème de création et de distribution propre à l'ONF. Nous améliorerons les outils de collaboration entre nos partenaires, nos créateurs et nos experts afin de renforcer la synergie et les liens de collaboration à toutes les étapes d'un projet, et ce, partout au pays et ailleurs dans le monde.

CHANTIER 4

DÉPLOYER NOTRE NOUVELLE OFFRE ÉDUCATIVE AFIN QUE L'ONF DEVIENNE UNE DESTINATION D'APPRENTISSAGE CONÇUE POUR NOURRIR L'INSPIRATION, SUSCITER L'ENGAGEMENT ET STIMULER LA CRÉATIVITÉ.

Nous développerons des programmes éducatifs thématiques innovants en nous appuyant sur une nouvelle approche éducative mettant en valeur nos productions et l'expertise en création de l'ONF. Nous y arriverons par la mobilisation des enseignants comme ambassadeurs des contenus de l'ONF. Nous favoriserons aussi l'accessibilité et le partage des contenus grâce au développement d'une nouvelle plateforme numérique adaptée au secteur de l'éducation.

CHANTIER 5

VALORISER NOS DIVERSES COLLECTIONS AUDIO-VISUELLES ET RENFORCER LEUR ACCESSIBILITÉ PAR LA POURSUITE DU TRAVAIL DE NUMÉRISATION, DE RESTAURATION ET D'ARCHIVAGE DE L'ENSEMBLE DES ŒUVRES DE L'ONF, ALBUM DE FAMILLE DE TOUS LES CANADIENS ET CANADIENNES, AINSI QUE PAR L'UTILISATION DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES.

Nos œuvres déjà inscrites dans l'univers audiovisuel deviendront accessibles à encore plus de Canadiens et Canadiennes. Au-delà du travail de numérisation, qui demeure la clé d'accès à nos productions et pour lequel nous sommes reconnus mondialement, nous utiliserons les technologies émergentes pour indexer et enrichir nos contenus et permettre aux citoyens et aux organisations d'utiliser plus souvent et de façon plus pointue nos œuvres de répertoire en tout ou en partie. Nous nous attaquerons aussi au défi de conservation de nos productions interactives numériques et continuerons d'exercer un leadership mondial dans ce domaine.

CHANTIER 6

INTENSIFIER LES PARTENARIATS STRATÉGIQUES PAR LA CRÉATION DE NOUVELLES SYNERGIES ET DE MODÈLES D'AFFAIRES INNOVANTS VISANT À SOUTENIR LA CRÉATION ET À DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT DES AUDITOIRES.

Outre des partenariats financiers utiles à la création et à la production, nous comptons aussi en bâtir d'autres qui seront propices au développement de l'institution.

Nous développerons des partenariats permettant à nos œuvres de rayonner à l'international et multiplierons les échanges d'expertise avec d'autres organisations publiques et privées du domaine audiovisuel.

Finalement, nous continuerons de développer des partenariats régionaux et communautaires à travers nos huit bureaux au Canada.

CHANTIER 7

ACCROÎTRE NOTRE FORCE COLLECTIVE AU PROFIT DE LA CRÉATION, DE L'ENGAGEMENT DES AUDITOIRES ET DE L'ONF TOUT ENTIER.

LE RENFORCEMENT DE LA CULTURE DE COLLABORATION DANS TOUTE L'INSTITUTION

Nous entendons créer des environnements propices à l'agilité et favoriser le décloisonnement et la collaboration transversale de nos équipes de travail.

Nous assurerons un espace de travail sain et sécuritaire où nous serons tous et toutes bienvenus, et ce, dans la plus grande pluralité et diversité possible.

Nous miserons sur l'engagement de nos employés, notamment en encourageant les initiatives et les nouvelles approches pour mieux rapprocher l'ONF de son public, tout en veillant à leur fournir les moyens d'atteindre cet objectif.

LA RECHERCHE D'AGILITÉ

Nous ferons un effort réel et soutenu pour réduire les barrières administratives et tabler sur le talent de nos gestionnaires et de nos employés.

Nous comptons poursuivre et accélérer la démarche *Notre avenir, maintenant*, qui repose sur 15 énoncés porteurs et rassembleurs qui ancrent dans notre culture organisationnelle nos ambitions relatives à son évolution.

Conscients du cadre gouvernemental dans lequel nous agissons, nous devons innover et inventer de nouvelles façons de fournir nos services et nos expertises. Pour ce faire, il nous faudra abolir les doublons et une structure cloisonnée des services partout dans l'organisation. Ce travail est indispensable en situation de développement avec des ressources limitées. Il devra s'accroître, demeurer une préoccupation constante et offrir des résultats mesurables.

NOS POTENTIELS HUMAINS, CRÉATIFS ET INVENTIFS SONT IMMENSES ET SE TROUVENT PARTOUT DANS L'ONF. IL S'AGIT D'UN DE NOS PLUS GRANDS ATOUTS.

L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ SONT UNE SOURCE DE RICHESSE INCOMMENSURABLE. LEUR DONNER CORPS AU SEIN MÊME DE NOTRE ORGANISATION, C'EST METTRE À PROFIT LE TALENT ET LES FORCES DE TOUS ET TOUTES DANS L'INTÉRÊT DU PLUS GRAND NOMBRE.

Installation immersive Expo 67 Live
Esplanade de la Place des Arts, Montréal
Karine Lanoie-Brien





Installation du projet **Biidaaban**
Lisa Jackson, Mathew Borrett,
Jam3 et l'ONF

6

CONCLUSION

L'industrie audiovisuelle, comme l'ensemble de l'industrie des médias, est traversée mondialement par une série de bouleversements. Ces transformations majeures soulèvent certains défis pour l'ONF. Mais elles offrent aussi, et surtout, de nouvelles occasions de pousser encore plus loin notre mandat d'innovation, d'excellence et de partage des réalités et de l'imaginaire des Canadiens et Canadiennes.

L'ONF jouit d'une réputation qui dépasse de loin les frontières du pays. C'est un levier puissant au moment où nous assistons à la mondialisation de la communication et à la naissance de nombreuses nouvelles plateformes de diffusion.

La poursuite de l'excellence en production audiovisuelle demeure au cœur de nos priorités. Cela se concrétisera par la mise en œuvre de ce nouveau plan stratégique dans l'ensemble de nos studios, dont la vitalité et la qualité des productions croissent grâce à des créateurs et à des créatrices de toutes les régions du pays.

À l'ONF, nous croyons aussi que nous pouvons agir comme catalyseur de changement dans notre société, car le rôle des services publics a ceci d'essentiel et de distinctif qu'il n'est pas centré sur la seule recherche du profit ou de la productivité, mais aussi sur la recherche du « bien commun » et du « mieux-être » d'un secteur ou d'une partie de la société. Nous avons choisi d'assumer un leadership très clair à cet égard.

Cette partie intégrante de notre identité s'illustre entre autres par nos prises de position sur de grands enjeux de société comme la parité hommes-femmes, la représentation des minorités, la promotion de la diversité et de l'inclusion ou la place accordée aux peuples autochtones. Cette richesse et cette grande pluralité se retrouvent dans notre programmation comme au sein de notre institution.

L'ONF doit perpétuer le précieux héritage légué par plusieurs générations d'artistes et d'artisans croyant au pouvoir du cinéma. Notre défi sera toujours de le protéger en demeurant à l'avant-garde des avancées de la société canadienne.



Installation immersive **Expo 67 Live**
Esplanade de la Place des Arts, Montréal
Karine Lanoie-Brien

