

# **RAPPORT ANNUEL**

1999 - 2000



# LES BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

## BUREAUX AU CANADA

### MONTRÉAL \*

360, rue Saint-Jacques  
Bureau 700  
Montréal (Québec)  
H2Y 4A9  
Téléphone : (514) 283-6363  
Télécopieur : (514) 283-8212  
[www.telefilm.gc.ca](http://www.telefilm.gc.ca)

### TORONTO

2, rue Bloor Ouest  
22<sup>e</sup> étage  
Toronto (Ontario)  
M4W 3E2  
Téléphone : (416) 973-6436  
Télécopieur : (416) 973-8606

### VANCOUVER

310 – 440, rue Cambie  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 2N5  
Téléphone : (604) 666-1566  
Télécopieur : (604) 666-7754

### HALIFAX

1684, rue Barrington  
3<sup>e</sup> étage  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
B3J 2A2  
Téléphone : (902) 426-8425  
Télécopieur : (902) 426-4445

### OTTAWA

360, rue Albert  
Bureau 1560  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0M9  
Téléphone : (613) 947-2938  
Télécopieur : (613) 947-2537

\* Siège social et bureau des opérations du Québec

## BUREAU EUROPÉEN

### PARIS

5, rue de Constantine  
75007 Paris  
France  
Téléphone : (33.1) 44.18.35.30  
Télécopieur : (33.1) 47.05.72.76

▶▶▶ Ce rapport est publié par la direction – communications et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation de la direction – politiques, planification et recherches.

Pour obtenir des exemplaires additionnels,  
veuillez adresser vos demandes comme suit :

**Téléfilm Canada**  
Direction – communications et affaires publiques  
360, rue Saint-Jacques  
Bureau 700  
Montréal (Québec)  
H2Y 4A9

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada

Conception graphique :

Agence Code communications

Pelliculage :

Grafix Studio

Impression :

Bowne de Montréal



# TABLE DES MATIÈRES

Membres du Conseil et Direction .....	4
Lettre à la Ministre .....	5
Direction et employés cadres .....	6
Message du président .....	9
Message du directeur général .....	13
D'un océan à l'autre .....	16
Des histoires et des images canadiennes inoubliables .....	18
Résultats financiers 1999-2000 .....	22
> Engagements	
> Capacité d'engagement de Téléfilm Canada	
<b>FAITS SAILLANTS .....</b>	<b>25</b>
> Téléfilm Canada : au cœur des politiques culturelles canadiennes	
> Production et développement	
> Rayonnement national et international de l'industrie et des produits canadiens	
> Formation et développement professionnel	
> Relations internationales	
<b>TÉLÉVISION .....</b>	<b>35</b>
> Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	
<b>CINÉMA .....</b>	<b>49</b>
> Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada	
> Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	
<b>MULTIMÉDIA .....</b>	<b>59</b>
> Fonds pour le multimédia	
<b>ÉTATS FINANCIERS .....</b>	<b>63</b>

## MEMBRES DU CONSEIL

au 31 mars 2000

### **Laurier L. LaPierre, O.C.**

Président  
Ottawa (Ontario)

### **Jeanine C. Beaubien, O.C.**

Vice-présidente  
Montréal (Québec)

### **Elvira Sánchez de Malicki**

Présidente  
Comité de vérification et des finances  
Etobicoke (Ontario)

### **Bluma Appel**

Membre  
Toronto (Ontario)

### **Ron S. Bremner**

Membre  
Calgary (Alberta)

### **Sandra Macdonald**

Membre d'office  
Commissaire du gouvernement  
à la cinématographie  
Montréal (Québec)

### **Louise Pelletier**

Membre  
Montréal (Québec)  
Entrée en fonction le 15 mai 2000

## DIRECTION

au 31 mars 2000

### **François Macerola**

Directeur général

### **Peter Katadotis**

Directeur – opérations canadiennes

### **Danny Chalifour**

Directeur – finances et administration

### **Danielle Dansereau**

Directrice – communications  
et affaires publiques

### **Guy DeRepentigny**

Directeur – politiques,  
planification et recherches

### **Deborah Drisdell**

Directrice – relations internationales

### **Stella Riggi**

Directrice – ressources humaines

### **John Pelletier**

Conseiller juridique général  
Secrétaire du Conseil d'administration

# LETTRE À LA MINISTRE

Montréal, le 21 juin 2000

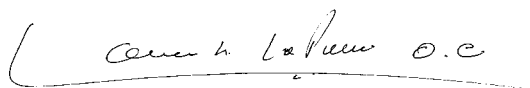
**L'honorable Sheila Copps**  
Ministre du Patrimoine canadien  
Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 32<sup>e</sup> rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2000.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

Le président,



Laurier L. LaPierre, O.C.

# DIRECTION ET EMPLOYÉS CADRES

au 21 juin 2000

## **François Macerola**

Directeur général

### **OPÉRATIONS**

## **Peter Katadotis**

Directeur – opérations canadiennes

### **BUREAU DE MONTRÉAL**

## **Joëlle Levie**

Directrice – opérations  
Québec

## **Pierre Even**

Directeur – unité d'affaires  
– longs métrages

## **Michel Pradier**

Directeur par intérim – unité d'affaires  
– télévision et multimédia

### **BUREAU DE TORONTO**

## **Karen Franklin**

Directrice – opérations  
Ontario  
Directrice par intérim – unité d'affaires  
– télévision

## **John Fulton**

Directeur – unité d'affaires  
– longs métrages et multimédia

### **BUREAU DE VANCOUVER**

## **Elizabeth Friesen**

Directrice – opérations  
Région de l'Ouest

## **John Dippong**

Directeur – unité d'affaires  
– longs métrages

## **Lauren Davis**

Directrice – unité d'affaires  
– télévision

### **BUREAU DE HALIFAX**

## **Ralph Holt**

Directeur – opérations  
Région de l'Atlantique

### **FINANCES ET ADMINISTRATION**

## **Danny Chalifour**

Directeur – finances et administration

## **Marina Darveau**

Contrôleuse

## **Carolle Brabant**

Directrice – systèmes,  
technologies et gestion des contrats

### **COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES**

## **Danielle Dansereau**

Directrice – communications et  
affaires publiques

### **POLITIQUES, PLANIFICATION ET RECHERCHES**

## **Guy DeRepentigny**

Directeur – politiques, planification  
et recherches

### **RELATIONS INTERNATIONALES**

## **Johanne St-Arnauld**

Directrice par intérim – relations internationales

## **Sheila de La Varende**

Directrice – bureau européen

### **RESSOURCES HUMAINES**

## **Stella Riggi**

Directrice – ressources humaines

### **SERVICES JURIDIQUES ET SECRÉTARIAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

## **John Pelletier**

Conseiller juridique général et  
secrétaire du conseil d'administration

# TÉLÉFILM CANADA, UN INVESTISSEUR CULTUREL EN CINÉMA, TÉLÉVISION ET MULTIMÉDIA

## **Le mandat de Téléfilm Canada**

La mission de Téléfilm Canada est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et qui favorise la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

## **Une contribution de plus de 160 millions de dollars à l'industrie canadienne**

Société d'État créée en 1967, Téléfilm Canada a injecté cette année plus de 160 millions de dollars dans le développement et la promotion de l'industrie canadienne. Cette somme provient d'une allocation parlementaire, de contributions du ministère du Patrimoine canadien et de recettes sur les participations financières de la Société.

## **Lois et protocoles d'entente**

Téléfilm Canada relève du ministère du Patrimoine canadien et ses activités reflètent les politiques publiques du gouvernement. Les opérations de la Société sont soumises à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et à la *Loi sur la gestion des finances publiques*, et ses contributions à l'industrie répondent aux exigences du Conseil du Trésor.

La Société doit aussi se conformer aux lois suivantes : *Loi sur les langues officielles*, *Loi sur le multiculturalisme canadien*, *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, *Loi de l'impôt sur le revenu*, *Loi sur la protection des renseignements personnels* et *Loi d'accès à l'information*.

Les Fonds et programmes de la Société sont administrés selon les protocoles ou les ententes de contribution signés avec le Ministère. Ils font l'objet d'évaluations statutaires régulières, de même que d'évaluations internes.

## **Conseil d'administration**

Nommé par le gouverneur général en conseil, le conseil de Téléfilm Canada rend compte de son administration dans le rapport annuel dont les états financiers sont vérifiés par le Vérificateur général du Canada. Le conseil d'administration de Téléfilm Canada compte sept membres.

## **140 employés, cinq bureaux**

Les bureaux de la Société à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax offrent un large éventail de services à leurs clientèles régionales. Ces bureaux encouragent la créativité à l'échelle nationale.

La Société a aussi un bureau à Paris dont l'expertise s'avère précieuse pour la mise en œuvre de stratégies qui assurent de nouveaux partenariats et marchés internationaux.

Téléfilm Canada compte 140 employés regroupés en six secteurs d'activité : opérations canadiennes ; financement et administration ; politiques, planification et recherches ; communications et affaires publiques ; relations internationales et ressources humaines.

## **Un large appui aux activités nationales et internationales de l'industrie**

Téléfilm Canada administre une quinzaine de fonds et programmes. La plus grande partie des ressources de la Société est consacrée au développement et à la production d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias.

La Société contribue à accroître les publics des produits canadiens en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de l'industrie dans les festivals et les marchés.

## **Productions appuyées par Téléfilm Canada**

La Société contribue chaque année au développement et à la production de quelque 600 œuvres dans les catégories suivantes : longs métrages destinés aux salles, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, variétés et produits multimédias.

## **Un appui financier diversifié**

L'appui financier de Téléfilm Canada prend surtout la forme d'investissements, mais aussi d'avances, de prêts, de cautionnements de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Les sommes qu'elle récupère sont réinjectées dans l'industrie.

## **Les accords de coproduction : des outils de développement pour l'industrie**

Téléfilm Canada administre les accords de coproduction du Canada avec 55 pays. Ces accords sont des outils de développement pour l'industrie, tant en ce qui concerne le financement que la diffusion des produits sur la scène internationale.



## PLAN D'AFFAIRES 1997-2000

### Téléfilm Canada a mis le cap sur 12 grands objectifs

En novembre 1997, Téléfilm Canada publiait un plan d'affaires pour les années 1997-2000, intitulé *Vers le nouveau millénaire*. La Société s'y était fixé 12 objectifs principaux et une centaine de stratégies, sur lesquels elle a fondé ses interventions et activités des trois dernières années.

Comme on pourra le constater à la lecture de ce rapport annuel, l'exercice 1999-2000 aura été déterminant dans la réalisation de ces objectifs. Chacune des directions et chacun des cinq bureaux de la Société ont apporté leur contribution au plan d'affaires. Ainsi, en conformité avec ces objectifs, la Société a :

- accentué l'aide aux productions qui sont distinctement et visiblement canadiennes ;
- travaillé en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien pour faire en sorte que le Fonds canadien de télévision soit renouvelé de 1998-1999 à 2000-2001 ;
- accru le volume d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias canadiens ;
- accru la qualité, le potentiel commercial et la compétitivité des longs métrages canadiens ;
- encouragé la production régionale dans les deux langues officielles et maintenu un juste équilibre à ce chapitre ;
- fait en sorte que les émissions de télévision, les longs métrages et les produits multimédias canadiens soient plus accessibles au public canadien grâce à des activités professionnelles de mise en marché et de promotion ;
- donné aux producteurs et aux distributeurs canadiens davantage d'occasions de faire

des affaires sur les marchés internationaux et augmenté le rayonnement des produits canadiens à l'étranger ;

- accru le soutien offert aux petites et moyennes entreprises ;
- soutenu le développement professionnel de la relève canadienne – producteurs, auteurs, réalisateurs et autres créateurs ;
- participé à l'élaboration, par le gouvernement fédéral, de politiques et initiatives nationales et internationales qui touchent l'industrie canadienne ;
- offert à l'industrie des programmes et des services pertinents et efficaces, a commencé à en mesurer la performance à l'aide de moyens appropriés, et a utilisé au mieux l'expertise et l'infrastructure existantes ;
- renforcé toutes les formes de communication avec les secteurs de la télévision, du cinéma et des nouveaux médias, de même qu'avec les divers ordres de gouvernement et le grand public.

#### **Une vision à longue échéance : le plan d'affaires 2000-2005**

Le prochain plan d'affaires de la Société sera publié bientôt. Téléfilm Canada travaille plus que jamais à longue échéance puisque ce plan quinquennal touchera les exercices 2000 à 2005. On pourra obtenir le sommaire du plan d'affaires sur le site Internet de Téléfilm ou à l'un ou l'autre des bureaux de la Société.



# MESSAGE DU PRÉSIDENT

**N**ous venons d'entrer dans un nouveau millénaire, un millénaire placé sous le signe de l'audace et de l'innovation, dont la seule constante est le changement. Les défis qu'il nous lance vont nous obliger à adopter de nouvelles approches et à forger de nouveaux modèles.

Les nouvelles technologies nous offrent des moyens inespérés de faire appel à l'imagination et on peut affirmer que le phénomène de la convergence numérique est désormais incontournable. L'interconnexion met le monde au bout de nos doigts, élargit nos horizons et nous ouvre l'esprit. L'Internet nous donne accès au cinéma, à la littérature et à la musique des quatre coins du globe. Mais, conséquence de cet univers sans limites, la sphère culturelle subit la pression d'une compétition qui exige une lutte sans relâche pour se tailler une place.

Fort heureusement, nous bénéficions de nombreux atouts. De fait, nous sommes privilégiés de vivre en ce pays. Les ressources naturelles du Canada sont abondantes, ses citoyens respectueux, ses institutions solides, sa culture est fondée sur la diversité et la tolérance. Notre culture forme la personnalité de notre pays ; elle est la somme de nos valeurs, de nos croyances, de nos modes de vie, de nos passions et de nos espoirs. Elle est ce qui nous identifie aux yeux du monde extérieur. Si notre culture fait l'envie de plusieurs, cela ne signifie pas que tout y soit parfait, cependant.

L'industrie culturelle canadienne, notamment l'industrie télévisuelle, peut s'enorgueillir à juste titre d'une remarquable réussite. Malgré tout, elle ne peut la tenir pour assurée. Oui, le Canada est l'un des plus grands exportateurs mondiaux d'émissions de télévision. Il n'empêche que les producteurs canadiens doivent encore et toujours relever l'écrasant défi d'offrir au public canadien des histoires canadiennes, bien qu'ils disposent de moyens nettement inférieurs à ceux de leurs compétiteurs américains. Et les longs métrages ne remplissent pas nos propres salles, même s'ils sont acclamés dans les festivals internationaux.

Le Canada a le devoir de protéger sa culture. Nos films, nos émissions de télévision, nos produits multimédias reflètent la richesse et la diversité de notre culture. Ils nous font découvrir des points de vue et des réalités qui autrement nous échapperaient. Il nous incombe de veiller à ce que les valeurs culturelles, l'histoire et les traditions de notre pays soient transmises aux générations futures. Il nous incombe de faire en sorte que les créateurs puissent aussi repousser les limites de notre imaginaire et témoigner des tendances d'aujourd'hui qui seront les réalités de demain.



LAURIER L. LAPIÈRE, O.C.

Forte de sa vaste expérience, de sa stature nationale et de son réseau international, Téléfilm Canada entend continuer de promouvoir la diversité et la souveraineté culturelles canadiennes. Il s'agit là d'une mission vitale puisque l'avenir du contenu canadien, justement fondé sur ces deux assises, en dépend.

## **Une nouvelle approche marquée par l'innovation et l'audace**

On ne peut nier que la culture canadienne souffre du fait que nos écrans – y compris nos écrans d'ordinateur par l'intermédiaire d'Internet – soient de plus en plus envahis par les productions étrangères. Néanmoins, il est tout aussi irréfutable que les nouvelles technologies nous offrent la chance de parler de nous de façon inimaginable il n'y a pas si longtemps. Il nous est désormais possible de rendre accessibles, rapidement et en tout temps, des documents d'importance nationale, des œuvres impérissables et des illustrations de notre société. Et ce n'est que l'un des nombreux domaines où Téléfilm Canada et l'industrie canadienne doivent oser s'aventurer. Pour cela, il nous faudra être à la fois audacieux et inventifs.

Nous savons raconter des histoires aussi bien, sinon mieux, que quiconque. Mais nous avons longtemps eu de la difficulté à rejoindre une masse critique de spectateurs. Pour surmonter cet obstacle, nous devons investir dans l'avenir. Nous devons trouver de nouvelles façons de raconter nos histoires et soutenir de nouveaux créateurs. Ainsi seulement assurerons-nous la pérennité de notre voix et de nos images.

La relève et les petites et moyennes entreprises sont les pierres angulaires de l'avenir. Quel que soit le champ d'activité où nous voulons performer, nous devons continuer d'encourager la relève par des programmes diversifiés, dans toutes les régions du pays. Les jeunes talents canadiens doivent pouvoir s'épanouir et se tailler une place enviable dans cet environnement mondial en pleine ébullition. Par ailleurs, en juin 1999, la Société a annoncé que son appui financier viserait surtout les petites et les moyennes entreprises. Leur développement, sur la scène nationale autant qu'internationale, est le meilleur gage de réussite de notre industrie à longue échéance.

### **1999-2000 : une année éclatante pour les œuvres canadiennes**

L'industrie canadienne de la télévision, du cinéma et du multimédia a réussi encore une fois à nous divertir, à nous émouvoir, et à séduire le public d'ici et d'ailleurs.

Le cinéma canadien a connu plusieurs grandes premières. *Le Vieil Homme et la Mer* a raflé l'oscar du meilleur film d'animation et la superbe musique du film de François Girard, *Le Violon rouge*, a également reçu un oscar convoité. Ces deux prix sont venus rehausser la réputation déjà excellente du Canada auprès du public international. L'industrie du cinéma canadien a aussi d'autres raisons de se réjouir : pour la première fois, une œuvre canadienne, en l'occurrence *Stardom* de Denys Arcand, a été présentée à la clôture du Festival international du film de Cannes. Par ailleurs, la région de l'Atlantique a produit l'un des succès de l'année : le premier long métrage acadien en français, *Full Blast*, réalisé par Rodrigue Jean. La production autochtone a également franchi une étape marquante avec *Atanarjuat (The Fast Runner)* de Zacharias Kunuk et Paul Apak Angilirq, le premier long métrage canadien entièrement écrit et réalisé en langue autochtone, soit en inuktitut.

Du côté de la télévision, les producteurs de toutes les régions du pays nous ont donné des émissions qui, ensemble, ont réussi à illustrer les nombreux visages de la réalité canadienne. Certaines séries très populaires sont revenues faire le bonheur des téléspectateurs. Et d'autres tout à fait nouvelles sont apparues au petit écran, montrant ainsi que nous continuons avec autant d'audace à miser sur de nouveaux talents et de nouveaux concepts. Téléfilm a soutenu des productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et des arts de la scène – qui reflétaient la diversité culturelle canadienne, y compris des productions réalisées dans la langue de la minorité officielle et de nombreuses productions régionales. Quant aux créateurs autochtones, ils se sont distingués en signant des œuvres particulièrement éloquentes sur leurs traditions et leurs cultures, en anglais, en français et dans une douzaine de langues autochtones.

Parmi les succès télévisuels de l'exercice, mentionnons *Fortier*, *Gypsies*, *Caserne 24*, *Made in Canada II*, *Anne of Green Gables: The Continuing Story*, *The Holier It Gets*, *Traders*, *Crimes of Honour*, *Lunatiques*, *Incredible Story Studio*, *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, *Milgaard*, *Stories From the Seventh Fire* et *Da Vinci's Inquest*.

L'industrie canadienne du multimédia a continué sur sa remarquable lancée. Le Canada est désormais le cinquième producteur multimédia du monde, derrière les États-Unis, l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Parmi des projets de très grande qualité, mentionnons *Monster by Mistake* et *Buddy Brush and the Painted Circus*. La célèbre souris Mia a connu cette année de nouvelles aventures dans *Mia II : Le Mystère du chapeau perdu*, un cédérom d'animation interactif qui connaît un succès international.

### **Le Fonds canadien de télévision : un travail collectif**

Au cours des quatre dernières années, par l'intermédiaire du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision, Téléfilm Canada a soutenu plus que jamais auparavant – et avec grand succès – le développement d'une télévision distinctement canadienne. Cependant, et malgré une indéniable réussite, le partenariat entre le secteur public et le secteur privé est appelé à évoluer constamment de manière à répondre mieux encore aux besoins de notre clientèle. Un fait est certain : Téléfilm Canada entend rester active dans le secteur de la télévision et continuer de soutenir activement les créateurs de ce pays afin qu'ils puissent continuer de nous présenter des images enrichissantes de nous-mêmes.

### **Conseil d'administration**

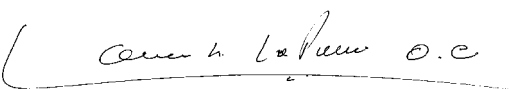
Téléfilm Canada a été profondément attristée par le décès, en septembre dernier, de Madame Laétitia Cyr, vice-présidente du conseil d'administration. Acadienne originaire du Nouveau-Brunswick, Madame Cyr a toujours défendu avec éloquence les intérêts des francophones hors Québec et elle s'est dévouée sans relâche à promouvoir la production et les talents de sa région natale. Nous n'oublierons ni sa vision, ni son dévouement, ni la grâce qu'elle apportait à toute chose.

Une autre grande personnalité du monde artistique, Monsieur Gratien Gélinas, nous a quittés en 1999. Monsieur Gélinas a été l'un des phares de la culture canadienne des soixante dernières années. Homme de théâtre émérite, il fut également le deuxième président de Téléfilm Canada. Son mandat, qui s'étendit de 1969 à 1978, fut le plus long de l'histoire de la Société. Téléfilm Canada et l'industrie canadienne dans son ensemble doivent beaucoup à ses talents d'administrateur et à sa passion incommensurable pour le développement culturel.

En 1999-2000, deux membres du conseil ont vu leurs responsabilités s'accroître. En décembre, Madame Jeanine C. Beaubien a été élue vice-présidente, et Madame Elvira Sánchez de Malicki a été élue présidente du comité de vérification et des finances. Par ailleurs, je suis heureux d'annoncer que le conseil est maintenant complet. Madame Louise Pelletier, de Saint-Lambert, au Québec, s'est jointe au conseil. Madame Pelletier est une scénariste réputée qui a une excellente connaissance de la télévision canadienne. Nous sommes fiers de la compter parmi nous.

En terminant, je veux remercier le directeur général, Monsieur François Macerola, et toute l'équipe de Téléfilm Canada, de leur soutien et de leur enthousiasme.

Je tiens aussi à exprimer mon admiration aux professionnels de l'industrie canadienne du cinéma, de la télévision et du multimédia. Leur vision et leur talent ont été pour nous tous une source constante d'inspiration.



**Laurier L. LaPierre, O.C.**



**Bluma Appel**

(Toronto)

« Les résultats de l'exercice ont de nouveau été remarquables. Téléfilm Canada peut être fière du chemin parcouru, particulièrement en ce qui concerne son appui à l'industrie du multimédia. Notre univers change très rapidement et la Société doit continuer d'encourager les créateurs canadiens. Le conseil de Téléfilm est l'un des meilleurs que j'ai connus. Nous formons une équipe dynamique et expérimentée qui partage une passion, celle d'appuyer l'industrie canadienne. »



**Louise Pelletier**

(Montréal)

« En tant qu'auteure pour la télévision, je souhaite que les créateurs soient respectés et reconnus. Le regard du créateur, c'est ce qui définit une œuvre. Le public s'identifie à la télévision d'ici, qui est un point de repère. Plus une œuvre est incarnée dans notre culture, plus elle rejoint le public. Je pense aussi qu'il est important que les créateurs francophones puissent continuer de travailler dans leur langue et témoignent de la réalité francophone dans ce continent. »



**Jeanine C. Beaubien**

(Montréal)

« Téléfilm Canada encourage la production et la distribution de produits de qualité en français, en anglais et en langues autochtones qui rejoignent un grand public, ici et sur la scène internationale. En tant que vice-présidente du conseil, je souhaite que Téléfilm continue d'être à l'avant-garde sur le plan culturel. Il est important d'appuyer la formation et la relève. Et je pense qu'il faut sensibiliser les jeunes publics à ce qui se fait chez nous. Ils sont l'avenir de notre culture. »



**Elvira Sánchez de Malicki**

(Etobicoke)

« Je suis persuadée que Téléfilm Canada, en tant qu'organisme culturel fédéral, jouera un rôle important dans les discussions à venir sur les questions linguistiques et la diversité culturelle. C'est par ailleurs avec beaucoup de fierté que j'ai accepté la présidence du comité de vérification du conseil. Le mandat du comité a été élargi pour que Téléfilm remplisse son mandat de façon de plus en plus transparente et solide sur le plan administratif. »



**Ronald S. Bremner**

(Calgary)

« Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est passionnant. À l'ère de la mondialisation des marchés, il est important d'assurer que les histoires canadiennes, qui sont à la fois uniques et originales, puissent rejoindre des auditoires partout à travers le monde. Avec l'amélioration et le renforcement du système de distribution, et un meilleur marketing des longs métrages canadiens, nous allons non seulement encourager une industrie florissante, mais nous allons aussi prendre notre juste place sur la scène internationale. »



**Sandra Macdonald**

(Montréal)

« En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, j'apporte au conseil d'administration de Téléfilm Canada une expertise du développement et de l'implantation de politiques du film et de la télévision, de même qu'une expérience de l'administration d'un organisme public fédéral. Une de mes préoccupations est d'assurer que les différents partenaires de la production canadienne fassent preuve de cohérence, de telle sorte que l'accent soit mis sur la création plutôt que sur les contrats. »

L'exercice 1999-2000 a été très exigeant pour Téléfilm Canada, puisqu'il a donné lieu à une importante réflexion, qui a touché aussi bien nos processus administratifs que notre rôle à l'égard de l'industrie. Par-delà de nombreuses difficultés, l'exercice a été positif en ce sens qu'il nous aura permis de réaffirmer le rôle unique de la Société au sein du paysage culturel canadien.

## RÔLE DE TÉLÉFILM CANADA COMME ORGANISME PUBLIC INVESTISSEUR

### La télévision : pour de réels partenariats entre les secteurs public et privé

Quel est le rôle de la Société comme organisme public et investisseur culturel? Il y a quatre ans, la création du Fonds canadien de télévision (FCT), un partenariat des secteurs privé et public, constituait une initiative innovatrice et remarquable. Le Fonds a obtenu du succès à bien des égards et ses ressources financières continuent d'être cruciales pour l'industrie de la télévision et du long métrage. Toutefois, il apparaît de plus en plus évident que ce partenariat présente certains manques à gagner. Dans le contexte d'une croissance considérable des investissements privés, y a-t-il toujours une place pour les organismes publics? Doit-on transférer l'administration des fonds publics au secteur privé?

De fait, les conclusions de deux rapports réalisés cette année, soit ceux de la firme KPMG et de Silcox-Colbert, semblaient suggérer que Téléfilm Canada mette fin à ses activités d'investisseur dans le secteur télévisuel. Ce serait faire peu de cas d'une expertise de plus de 20 ans, une expertise qui a fait ses preuves tant sur le plan culturel qu'industriel et dont les résultats font l'admiration et l'envie de bien d'autres industries à travers le monde.

De plus, je crois fermement qu'il existe une place pour des partenariats réels entre les secteurs privé et public, qui respectent les compétences et l'expérience de chaque secteur et qui garantissent à la fois la saine administration des fonds publics et l'imputabilité des administrateurs. On peut donc s'attendre que le processus de renouvellement du Fonds canadien de télévision, prévu pour 2001-2002, entraîne des débats passionnants sur la régie, et plus largement, sur le mode de fonctionnement du Fonds. Téléfilm Canada participera à ce débat avec tout l'enthousiasme, toute l'énergie et surtout toute l'expérience de ses équipes à travers le pays.



FRANÇOIS MACEROLA

### Long métrage : vers une nouvelle politique nationale

Le long métrage est un parent pauvre du domaine des communications. Il a été laissé à lui-même, soumis aux lois du marché, sans cadre législatif, sans organisme de surveillance, et avec des investissements certes importants mais néanmoins insuffisants.

Au cours de l'exercice, nous avons travaillé avec le ministère du Patrimoine canadien afin de développer une nouvelle politique du film qui aurait comme objectifs d'augmenter les auditoires des films canadiens, d'augmenter les ressources financières disponibles pour chaque film et d'améliorer aussi la mise en marché de notre cinéma. Les résultats de cette politique ne seront pas immédiats, mais le contexte est des plus prometteurs. Notre industrie peut déjà miser sur des talents créateurs remarquables et sur une expertise unique en production et en distribution. L'injection de fonds nouveaux, associée à des objectifs qui tiendront compte des impératifs culturels et des besoins du marché, pourrait faire en sorte que notre cinématographie prenne enfin sa juste place sur les écrans nationaux. Les diffuseurs et les exploitants de salles feront partie intégrante de cette aventure, car produire un long métrage en ce pays, comme dans tous les pays du monde, exige un effort collectif de tous les partenaires de la création, de la production et de la mise en marché.

Ceci dit, il faut faire en sorte que ces deux médias sortent de leur ghetto respectif. Il faut inventer de nouveaux modèles plus globaux, plus conformes aux besoins réels de l'industrie et aux impératifs de rendement d'une administration moderne.

### Cap sur la convergence des médias

Cela m'amène à un concept des plus importants : celui de la convergence des médias, c'est-à-dire de la télévision et du cinéma et, pourquoi pas, du multimédia.

Téléfilm a continué d'administrer avec efficacité et compétence le Fonds pour le multimédia créé en 1998. Toutefois, ce domaine demande encore réflexion et le Fonds fera l'objet d'une révision en profondeur au cours de la prochaine année. Nous voulons que ce fonds réponde mieux aux besoins des citoyens de ce pays et tienne compte davantage des infrastructures existantes de production et de mise en marché. Nous allons donc travailler à instaurer la convergence des anciens et des nouveaux médias.

#### >>> Les contenus

Nous sommes à l'ère du savoir et des inforoutes de l'information, dont les ondes de choc seront aussi innombrables qu'inédites. Cependant, quel que soit le média choisi pour rejoindre le public, le contenu des projets, les histoires qui sont racontées, continueront de primer. Le contenu sera toujours plus important que le véhicule de transmission, et ce contenu devra être pertinent pour le public canadien. Téléfilm entend développer des programmes axés sur l'innovation et l'audace, des programmes qui permettent aux créateurs d'exprimer leur vision du monde en utilisant le plus large éventail possible de médias et de technologies de création et de transmission.

### 1999-2000 : une grande année sur le plan des investissements

Vous trouverez dans ce rapport annuel des chiffres et des informations qui sauront vous convaincre que 1999-2000 a été une grande année tant au niveau des produits que des investissements que Téléfilm a faits directement ou par l'entremise du Programme de participation au capital du FCT.

Je suis très heureux de dire qu'à bien des égards – nombre et qualité des projets, appui aux petites et moyennes entreprises, appui à la production en langues autochtones, production régionale, coproductions, activités internationales – nous pouvons parler sinon de record, du moins de résultats exemplaires et très fructueux.

Tout cela a été réalisé avec une conscience aiguë des exigences d'efficacité, de transparence et d'imputabilité de notre plan d'affaires 1997-2000.

### Financement et administration

Cette année, certaines allégations d'irrégularités et de malversations touchant l'industrie ont suscité beaucoup de questions.

Le ministère du Patrimoine canadien a réagi à cette situation de façon très proactive en commandant un rapport sur les pratiques de gestion et les mécanismes d'appui du gouvernement fédéral à l'industrie du film et de la télévision. Rendu public en février 2000, le rapport a été positif à l'égard de Téléfilm Canada tout en recommandant certaines pistes de changement pertinentes.

Le rapport a reconnu que Téléfilm Canada était engagée depuis plusieurs années dans un processus continu d'amélioration de son cadre de gestion et cela, tant sur le plan des politiques, des procédures et des contrôles administratifs que des ressources humaines. Toutefois, le rapport recommandait à Téléfilm d'accélérer les mesures d'amélioration en cours, notamment la mise en œuvre d'un plan de vérification, et de travailler en collaboration avec les autres organismes du ministère du Patrimoine canadien et des sources extérieures afin de s'inspirer des meilleures pratiques de gestion.

Téléfilm Canada s'est empressée de mettre en œuvre ces recommandations, qui allaient d'ailleurs dans le sens de ses propres préoccupations et actions. Depuis 1998, en effet, la Société travaille de façon continue avec une firme comptable pour développer une politique de gestion des risques et un nouveau plan de vérification. Nous avons accéléré la révision de nos processus et l'analyse des risques. Non seulement l'appareil administratif de Téléfilm a-t-il tenu bon, mais il n'a pas démontré de failles importantes. Les fonds publics sont bien administrés, les ressources financières sont dépensées là où elles doivent l'être. Les quelques exceptions qui ont existé dans le passé ne remettent en cause ni la valeur du système en place, ni l'industrie, ni l'approche de financement qui prévaut actuellement.

La Société a maintenant un plan de vérification exhaustif, qui couvre l'ensemble de ses activités de financement. Ce plan a été présenté à l'industrie et nous continuerons de travailler avec le ministère du Patrimoine, le ministère des Finances et les autres organismes gouvernementaux pour gérer les fonds publics de façon rigoureuse.

### >>> **Implantation de six indicateurs de rendement**

Afin de mieux mesurer l'atteinte des objectifs de son plan d'affaires et de satisfaire aux exigences du gouvernement en matière d'imputabilité, Téléfilm avait défini dès 1998-1999 sept perspectives stratégiques qui concernaient les projets, les entreprises, l'industrie, le gouvernement, les processus organisationnels, les finances et les ressources humaines. Étant donné les coûts et les ressources nécessaires à l'implantation des indicateurs correspondants à ces perspectives, la Société a adopté une stratégie graduelle de mise en place.

Six indicateurs de rendement ont été implantés cette année. Ils traitent de la croissance annuelle des ressources financières, des dépenses administratives, des ressources consacrées aux communautés en situation linguistique minoritaire, de la contribution aux coproductions internationales, du volume global des coproductions et de la sélection des productions financées par Téléfilm dans les festivals. D'autres indicateurs seront donc mis en place en 2000-2001 et un rapport sera publié ultérieurement.

### **Des outils de performance**

Téléfilm a continué de se doter d'outils qui lui permettent d'être plus performante et critique par rapport à ses activités et systèmes. Ainsi, nous avons implanté un programme de comptabilité par activité qui permet de mesurer le rapport coût/rendement de nos initiatives. Nous avons amélioré le système qui permet un suivi continu des engagements et débours par fonds et programmes, sur le plan national et régional. Nous avons aussi révisé, mis à jour et harmonisé les modèles de rapport qui sont utilisés dans les différents bureaux.

Le travail de documentation sur les politiques et processus s'est poursuivi. Nous avons maintenant plusieurs guides de référence pour les employés et l'industrie, qui concernent la gestion financière, la comptabilisation des coûts de production, la vérification des rapports d'exploitation, de même qu'une politique relative aux entreprises en défaut.

### **Des systèmes informatiques d'avant-garde**

Nos systèmes informatiques doivent gérer un volume croissant de données, et doivent être suffisamment souples pour permettre à Téléfilm de gérer d'autres fonds, le cas échéant. À cette fin, nous avons établi un plan directeur de développement informatique qui s'étend sur trois ans. Nous avons aussi fait en sorte que notre réseau soit plus rapide, surtout au moment de temps forts comme le dépôt des demandes de financement en production.

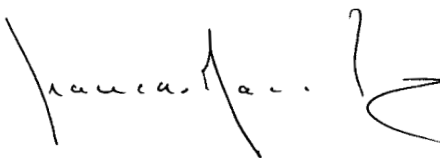
### **Un capital humain remarquable**

Les ressources humaines de Téléfilm constituent sa toute première force. Il y a là un capital d'expérience, d'enthousiasme et de dévouement tout à fait exceptionnel dont l'industrie est la première bénéficiaire, tant sur le plan national qu'international. Ceci étant dit, nous avons posé des gestes concrets cette année pour reconnaître officiellement cette réalité. La direction des ressources humaines relève maintenant du directeur général et fait partie intégrante du comité de gestion de la Société, ce qui lui procure une sphère d'influence et une capacité d'intervention à la mesure de son mandat. Le mandat de cette direction est de tout mettre en œuvre pour développer de façon continue les compétences et la polyvalence de l'équipe de Téléfilm, et d'accroître la qualité et l'efficacité des pratiques et politiques de la Société en matière de ressources humaines.

Je tiens à souligner le départ de deux collègues du comité de gestion de Téléfilm, Suzan Ayscough, qui était directrice des communications et affaires publiques, et Deborah Drisdell, qui était directrice des relations internationales. Le directeur du bureau des festivals, Jean Lefebvre, a pris par ailleurs une retraite bien méritée après une carrière consacrée à la reconnaissance de notre cinéma.

J'ai été heureux d'accueillir deux nouvelles collègues au comité de gestion, Stella Riggi, directrice des ressources humaines, et Danielle Dansereau, directrice des communications et affaires publiques.

J'adresse tous mes remerciements au président du conseil d'administration de la Société, Monsieur Laurier L. Lapierre, O.C., à Madame Jeanine C. Beaubien, vice-présidente du conseil et à Madame Elvira Sánchez de Malicki, présidente du comité de vérification et des finances, de même qu'aux autres membres du conseil. Merci aussi à toute l'équipe de Téléfilm Canada.



**François Macerola**

# 1999-2000 D'UN OCÉAN À L'AUTRE

## RÉGION DE L'ATLANTIQUE

En 1984-1985, exercice de sa création, le bureau de Téléfilm à Halifax avait alloué 215 000 \$ à des projets dont les devis s'élevaient à 435 000 \$. Depuis, l'industrie atlantique a connu une croissance considérable : en 1999-2000, la Société a accordé 8,5 millions de dollars à des projets de cette région, dont les devis s'élevaient à 36 millions de dollars. L'industrie de chacune des provinces atlantiques s'illustre dans tous les genres : dans les dramatiques avec *Made in Canada II*, une série mordante sur le merveilleux monde du cinéma et de la télévision ; dans les émissions pour enfants, avec *Eckhart*, une série d'animation qui nous fait découvrir, par l'intermédiaire d'une petite souris des champs, les nombreuses merveilles de l'Île-du-Prince-Édouard, et *Lunatiques*, une série en français qui transporte ses jeunes auditeurs dans un monde futuriste amusant ; dans les documentaires comme *Porta White*, *Think on Me*, un portrait

### GYPSIES

dir. François Bouvier  
Michel Gauthier Productions inc.  
Cette série de 10 épisodes se déroule dans l'univers des forains qui, de village en village, proposent leurs manèges et leurs tombolas avec un arrière-goût de barbe à papa. Un monde marginal certes, mais qui a séduit semaine après semaine plus de 1 200 000 téléspectateurs.



### PORTIA WHITE: THINK ON ME

dir. Sylvia D. Hamilton  
Maroon Films Inc.  
Contralto au talent remarquable, la Canadienne Portia White a littéralement séduit les Canadiens et les Américains dans les années quarante. Cette biographie sera diffusée à l'automne au canal Vision TV.

de la cantatrice noire de la Nouvelle-Écosse qui a conquis le public international dans les années 40 ; dans la production autochtone, avec le bouleversant *Hebron Relocation*, une page dans la vie d'une communauté autochtone des années 50 ; et dans le multimédia, avec *Earthmission Climate Change Strategy Game*, un jeu de simulation par ordinateur qui permet aux adolescents d'intervenir sur les facteurs qui causent les changements de climat et de participer aux destinées de la Terre. Le cinéma atlantique poursuit son essor et fait entendre de nouvelles voix comme celles de *Rosemary House (Violet)* et *Andrea Dorfman (Parsley Days)*. Le bureau de l'Atlantique a aussi investi dans l'avenir en créant le Programme des jeunes cinéastes qui appuie la production et la post-production de premières œuvres professionnelles.

## QUÉBEC

Misant à la fois sur l'excellence et l'innovation, l'industrie du Québec a connu de grands succès en 1999-2000. Elle s'est illustrée par plusieurs nouvelles dramatiques fort populaires, dont *Fortier* et *Gypsies*, tandis que se confirmait la qualité de séries



en renouvellement telles *Diva* et *Caserne 24* et que naissaient de nouveaux concepts dramatiques comme *2 frères* et *La Vie, la Vie*. La production pour enfants a continué de faire la joie des jeunes francophones, et la contribution de Téléfilm s'avère essentielle à la continuité d'émissions comme *Cornemuse* et *Le Retour des débrouillards*. Le secteur documentaire a connu un boom considérable. Des projets reflétant la culture québécoise et sa diversité culturelle, des documentaires d'auteur (dont *Barbeau libre comme l'art*) et des séries documentaires (dont *Une Révolution tranquille*) ont côtoyé des œuvres à caractère scientifique dont *Anima* et *Oppression*. Le bureau a appuyé plusieurs projets en langue anglaise du Québec comme *Heart: the Marilyn Bell Story* et *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale*. Au cinéma, le bureau du Québec maintient son soutien à des réalisateurs confirmés (Charles Binamé, Pierre Falardeau), et participe à la découverte de talents tels Michel Jetté (*Hochelaga*) et Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), sans oublier des coproductions comme *En vacances* et *The Favourite Game*. Enfin, les créateurs québécois continuent de s'imposer dans les jeux et produits multimédias, ainsi qu'on le voit avec les productions *Cosmic Cinema* et *Le Monde selon Hemingway*, et la mise en marché du cédérom mettant en vedette la souris Mia. Quant à la production francophone hors-Québec, Téléfilm a appuyé un nombre record de projets provenant de toutes les régions du Canada.



## ONTARIO

En 1999-2000, le bureau de l'Ontario a appuyé une grande diversité de longs métrages. Le célèbre metteur en scène de théâtre et cinéaste Robert Lepage, a réalisé son premier film en anglais, *Possible Worlds*, adapté de la pièce de John Mighton ; Clement Virgo a signé un deuxième long métrage très attendu, *Love Come Down*, avec la star Deborah Cox ; John Greyson a terminé son quatrième long métrage, *The Law of Enclosures*, avec Sarah Polley ; et Colleen Murphy, avec *Desire*, coproduit avec l'Allemagne,



a confirmé le succès mondial de son premier film, *Shoemaker*. Des projets de l'exercice précédent, tels *The Five Senses*, *New Waterford Girl*, et *eXistenZ*, ont fait sensation dans les festivals à travers le monde. En Ontario, l'industrie de la télévision reste au premier plan avec des dramatiques comme *Drop the Beat*, qui met en vedette de jeunes artistes du hip hop et un site Internet innovateur, et la troisième série de *Anne of Green Gables*, avec la talentueuse Megan Follows. Les documentaires constituent toujours un point d'ancrage et plusieurs projets, dont *Crimes of Honour* et *The Holier It Gets*, ont été salués par la critique et ont remporté des prix. Parmi les projets pour enfants, on compte une coproduction avec le Royaume-Uni, *Watership Down*. Sur le front du multimédia, parmi les projets financés, on trouve des sites Internet extraordinaires pour les enfants. Téléfilm a financé la production de deux cédéroms de la série vedette *Nikolai's Adventures* et a appuyé leur campagne de marketing mondiale. Un site Internet interactif, *Monster by Mistake*, a été conçu d'après l'émission d'animation à succès du même nom. Le bureau a financé la construction du site et un programme de marketing comprenant des lancements interactifs, une campagne de publicité multi-médiatique et des partenariats pour la vente de produits dérivés dans la section de commerce électronique du site.

## RÉGION DE L'OUEST

L'année 1999-2000 a été l'année de tous les succès pour l'industrie de la production dans l'Ouest, incluant ceux du téléfilm *Milgaard* et de la série *Da Vinci's Inquest* qui ont remporté des prix Gemini. De plus, plusieurs émissions venant de la région de l'Ouest continuent d'attirer un vaste public. Par exemple, le téléfilm *Trial by Fire – A North of 60 Mystery* a rejoint plus de 1 million de spectateurs, tandis que la série *Champions of the Wild III* est diffusée dans 16 pays et territoires. Du côté autochtone, la région de l'Ouest a fait sa marque grâce au succès confirmé de *Stories from the Seventh Fire*, une émission d'animation pour enfants qui a raflé de nombreux prix aux quatre coins du globe, et a été sélectionnée et projetée dans le cadre d'événements tels l'American Indian Film Festival à San Francisco et le Sami Film Festival en Finlande. La promotion des jeunes cinéastes continue d'être prioritaire. Ainsi le bureau de l'Ouest a-t-il appuyé les premiers films de quatre réalisateurs et a-t-il contribué à des initiatives telles que le programme *Features First* de l'Institut national des arts de l'écran. Les investissements précédents ont porté fruit puisque *Rollercoaster* de Scott Smith a été en première ligne du circuit des festivals. Le bureau de l'Ouest a aussi investi dans la production de deux nouveaux titres de la célèbre série sur cédérom, *Buddy Brush* ; depuis le lancement de la série au marché E<sup>3</sup>, des accords de diffusion ont été conclus avec sept partenaires internationaux et des ententes de distribution ont été signées avec de grands détaillants et des chaînes spécialisées au Canada et aux États-Unis. Enfin, le programme *Initiative Asie-Pacifique* continue de susciter des alliances et des possibilités d'affaires pour l'ensemble de l'industrie canadienne.

### DESIRE

r. Colleen Murphy  
Subjective Eye/Buffalo Gal Pictures Inc.  
Une histoire d'amour troublante entre un musicien et une enseignante esseulée, assombrie toutefois par la disparition d'une jeune élève. *Desire* est le premier long métrage de la réalisatrice Colleen Murphy.

### TRIAL BY FIRE – A NORTH OF 60 MYSTERY

r. Francis Damberger  
Alberta Filmworks Movie Two  
Ce téléfilm produit à partir de la populaire série *North of 60*, dont l'action se déroule dans les Territoires du Nord-Ouest, a attiré plus de 1 million de téléspectateurs lors de sa diffusion à CBC en janvier.



# DES HISTOIRES ET DES IMAGES CANADIENNES INOUBLIABLES

## Des portraits canadiens

Les œuvres de l'exercice nous font découvrir un vaste éventail de personnalités canadiennes. De Northop Frye, l'un des plus grands penseurs que le Canada ait produits, à Sylvie Fréchette, médaillée d'or des Jeux Olympiques de 1994 et en passant par Louise Arbour, procureure en chef du Tribunal pénal international pour le Rwanda et l'ex-Yougoslavie, les productions canadiennes mettent aussi à l'honneur les comédiens Leslie Nielsen et Mary Walsh, l'homme politique Jean Drapeau, le docteur Henry Morgentaler, le philosophe Marshall McLuhan, l'auteure et féministe de Winnipeg Nellie McClung, le peintre Marcel Barbeau, les frères Esposito et Manon Rhéaume, célèbres hockeyeurs, et le magnat de la finance Ted Rogers. Sans oublier le docteur Lucille Teasdale, qui a travaillé plus de 30 ans en Ouganda, la championne de natation Marilyn Bell et l'acteur et auteur canadien William Shatner, l'inoctable capitaine Kirk de *Star Trek*.



## Une histoire riche en événements et personnages

L'histoire d'ici et d'ailleurs fascine créateurs et publics. On en traite dans *Flightpath*, des moments importants de l'aviation canadienne; *Island of Shadows*, sur le destin tragique des lépreux chinois de l'île d'Arcy (1891-1924); *Camp X*, le premier camp d'entraînement pour les espions en Amérique du Nord, dans les Maritimes; *Anticosti au temps des Menier*, une page d'histoire d'une île mythique; *Out of the Fire*, l'histoire d'une photographe juive qui a échappé aux camps de la mort, habite depuis 50 ans au Canada et témoigne enfin de ce qu'elle a vécu. L'histoire est également au cœur du long métrage de Pierre Falardeau, *15 février 1839* et du cédérom *Un pacte, un pays*. Enfin, elle prend parfois la figure d'un combat quotidien, comme celui de JoAnn Mayew, qui a vécu sept ans en prison pour avoir défendu les droits de la personne.

## Une terre de diversité

Terre de multiculturalisme, le Canada donne la parole à ses communautés. *The Saint Soldier* nous fait rencontrer la communauté Sikh de Vancouver, la plus grande en dehors de l'Inde. *Scattering of Seeds: The Creation of Canada III* salue les immigrants méconnus qui ont choisi notre pays pour donner une nouvelle chance à leur famille. Par ailleurs, le réalisateur Clement Virgo continue de s'intéresser à la communauté noire dans son long métrage *Love Come Down* qui a comme héros deux frères, dont l'un est blanc et l'autre noir. Le visage de la diversité culturelle prend parfois les traits d'une recherche des origines. Ce sont alors d'émouvantes retrouvailles avec des paysages, des parents et une culture, telles que filmées par des équipes canadiennes. Ou encore, c'est un regard neuf, comme celui que Jon Einarsson Gustafsson, arrivé d'Islande en 1997, pose sur une certaine jeunesse canadienne dans son long métrage *Kanadiana*.

## La francophonie à l'honneur

1999 ayant été l'Année de la francophonie, les cinéastes canadiens se sont penchés avec beaucoup d'intérêt sur ce sujet fascinant et ont tourné des films sur l'évolution des francophonies d'Amérique, que ce soit en Acadie, au Manitoba, en Ontario, en Louisiane, dans les Territoires du Nord-Ouest ou au Yukon. On y traite aussi des défis que la mondialisation des marchés pose à la francophonie d'Amérique.



## ANTICOSTI AU TEMPS DES MENIER

r. Jean-Claude Labrecque  
Téléfiction Productions  
Office national du film  
du Canada

Diffusé en primeur à Ex-centris,  
ce documentaire qui raconte  
l'aventure fabuleuse de la  
colonisation de l'île d'Anticosti  
par le riche industriel français  
Henri Menier à la fin du XIX<sup>e</sup>  
siècle, fut également présenté  
sur TV5 Europe.

## FLIGHTPATH IV

r. Divers

ScreenLife Inc.

Cette série sur l'aviation a  
maintenu des cotes d'écoute  
entre 80 000 et 100 000  
téléspectateurs chez les 18 à  
49 ans, score remarquable  
pour un canal spécialisé.  
Les trois premières séries  
ont été vendues aux  
États-Unis, au Royaume-Uni,  
en Allemagne, en France  
et au Proche-Orient.

La quatrième série sera  
présentée au canal Discovery  
en octobre 2000, alors  
que la cinquième série est  
actuellement en production.

### Place aux autochtones

Grâce au réseau national de télévision autochtone APTN et au Fonds canadien de télévision, les créateurs autochtones expriment davantage leur culture, en français, en anglais et en langues autochtones. Les Inuit sont présents dans *Kikkitt*, une récréation des événements qui ont mis fin à la vie nomade des Inuit, et dans *Inuit Piqusingit* qui montre comment les Inuit d'hier et d'aujourd'hui ont réussi à survivre. *I'tusto: To Rise Again*, sur les Namgis de Colombie-Britannique, illustre le rôle des centres communautaires dans le mode de vie autochtone, tandis que *The Fairy Faith* nous fait découvrir l'imaginaire foisonnant des Mi'kmaq du Cap Breton. D'autres œuvres font revivre les légendes des peuples circumpolaires, le combat d'une femme pour la fierté autochtone après le suicide de son fils, une enquête sur les 50 langues autochtones au Canada dont plusieurs sont menacées de disparition... ou nous présentent des communautés comme les Sto:lo dont le territoire ancestral, en Colombie-Britannique, est coupé par une autoroute.

### Des sujets d'actualité

Au menu de l'exercice, on retrouve des thèmes d'actualité comme l'écologie, l'exode des cerveaux, les relations parents-enfants, la passion du jeu, la vie en milieu urbain, l'éducation, la mentalité criminelle, les forces policières, la guerre contre la drogue, le rôle des médias, la fascination pour les nouvelles technologies, les perspectives d'avenir de l'humanité et des œuvres passionnantes comme *Cod: A Biography of a Fish that Changed the World*, l'histoire d'un poisson dont le destin se confond avec celui du dernier millénaire, ou encore *Insectia – Le jeu*, un cédérom qui traite d'environnement. Par ailleurs, les longs métrages de l'exercice jettent des regards décapants ou hilarants sur les grandeurs et misères de notre condition d'humain.



### Une ouverture sur le monde

Les créateurs canadiens sont ouverts sur le monde : la production de l'année compte des documents qui apportent un point de vue canadien sur les enfants de Roumanie, le Chili de Pinochet, les champions de boxe de Cuba, les femmes et le travail en Afrique, l'immigration des Tamouls, les Mayas du Mexique, les défenseurs des animaux à travers le monde, et des personnages aussi universels que le Père Noël... Sous le thème « La paix de demain commence par l'amitié d'aujourd'hui », *La Danse des enfants* nous fait vivre aux rythmes d'une quinzaine de troupes de danse de douze pays qui se sont réunies à Beauport, près de Québec, pour célébrer le nouveau millénaire. Par ailleurs, la recherche de solutions aux problèmes mondiaux amène parfois les cinéastes à comparer la vision du monde canadienne à celle de spécialistes du Brésil, de l'Inde, des États-Unis, de Hong-Kong ou de Russie.

Pour plus de renseignements sur les plus récentes productions canadiennes, veuillez consulter les catalogues de télévision, de longs métrages et de productions multimédias de Téléfilm Canada.

### ATANARJUAT (L'HOMME NU)

r. Zacharias Kunuk,  
Paul Apak Angilirq  
Iglolik Isuma  
Productions,  
Office national  
du film du Canada  
Ce film d'aventure  
dont l'action  
se déroule dans  
l'Arctique canadien  
est le premier long  
métrage de fiction  
écrit et produit  
au Canada en une  
langue autochtone.



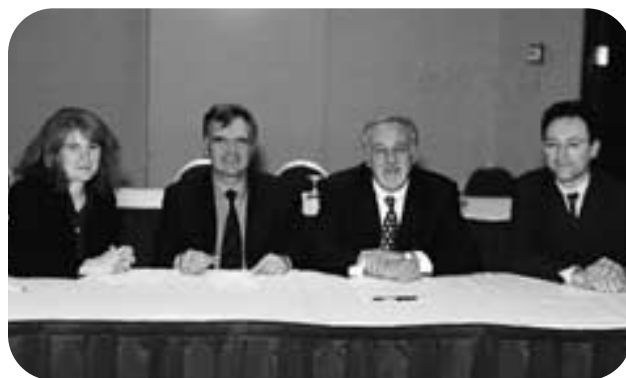
**IMMERSION DOCUMENTAIRE – PARIS, NOVEMBRE 1999**

Vingt-huit producteurs canadiens ont rencontré plus de 50 joueurs français dont les plus importants réalisateurs de documentaires, producteurs, télédiffuseurs et distributeurs.



**RÉCEPTION POUR LE 50<sup>E</sup> ANNIVERSAIRE DE LA BERLINALE, LE 14 FÉVRIER 2000**

Alexander Thies, directeur général de Neue Produktion GmbH et Gabriela Pfaendner, directrice générale de Neue FilmproduktionTV GmbH, producteurs du film *Bonhoeffer* – une coproduction entre le Canada et l'Allemagne qui fut projetée en première mondiale au cours de la soirée – en compagnie de Pat Ferns, président-directeur général du Festival de télévision de Banff et de François Macerola



**COMMISSION MIXTE CANADA – FRANCE À MONTRÉAL, JANVIER 2000**

Deborah Drisdell, alors directrice – relations internationales, Téléfilm Canada, Jean-Pierre Hoss, Centre national de la cinématographie, François Macerola, directeur général de Téléfilm Canada, Michel Romand-Monnier (CNC)

**PREMIÈRE MONDIALE DU TÉLÉFILM *Docteur Lucille*, la remarquable histoire de Lucille Teasdale AU CENTRE NATIONAL DES ARTS, À OTTAWA, LE 15 MARS 2000**



Marina Orsini, comédienne, le docteur Piero Corti et Dominque Corti, le mari et la fille de Lucille Teasdale



Laurier L. LaPierre, O.C., président de Téléfilm Canada et l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien



Son Excellence M. André Jacquet, haut-commissaire d'Afrique du Sud au Canada, madame Aline Chrétien et Laurier L. LaPierre, O.C.



**FESTIVAL DE TÉLÉVISION DE BANFF,  
JUN 2000**

Greg Coyes, président du jury autochtone, félicite Doug Cuthand, lauréat du prix Téléfilm Canada/APTN pour la Meilleure production autochtone en français ou en anglais, décerné à son film *Circle of Voices*.



**Stardom, FILM DE CLÔTURE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM  
DE CANNES, LE 21 MAI 2000**

François Macerola, Denise Robert, productrice, Cinémaginaire, Denys Arcand, réalisateur du film, Jessica Paré, comédienne et Laurier L. LaPierre, O.C.



**PROJECTION DE Stardom À RIDEAU HALL, À OTTAWA, LE 8 JUIN 2000**

François Macerola, Jessica Paré, comédienne, leurs Excellences John Ralston Saul et Adrienne Clarkson, gouverneure générale du Canada, Denys Arcand, réalisateur du film, l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien et Laurier L. LaPierre, O.C.



**STAND OMBRELLE DE TÉLÉFILM CANADA AU MIPCOM**

Quelque 70 entreprises ont partagé un stand de Téléfilm Canada dans les marchés internationaux au cours de l'année dont celui du MIPCOM, à Cannes.

**TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ACADÉMIE  
CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION,  
SOUS LA COPRÉSIDENTE D'HONNEUR DE  
FRANÇOIS MACEROLA ET DANIEL LAMARRE,  
LE 22 JUIN 2000  
UNE JOURNÉE AU BÉNÉFICE DE L'ACADÉMIE  
ET DES ÉTUDIANTS DE L'INIS**

De gauche à droite, François Macerola, Michel Trudel, président - Locations Michel Trudel inc., Mel Hoppenheim, président - Mel's Cité du Cinéma, André Bureau, président - Astral Communications, Louis-Georges Girard - comédien, Pierre Roy, président-directeur général - Les Chaînes Télé Astral, Louise Spickler, directrice générale de l'INIS (Institut national de l'image et du son).



## ENGAGEMENTS DE L'EXERCICE : 160,7 MILLIONS DE DOLLARS

### Appui aux activités du secteur canadien du film, de la télévision et du multimédia

Les engagements de Téléfilm Canada sont les contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur privé canadien pour des activités de production, de développement, de distribution, de marketing, de doublage, de promotion, de développement industriel et de formation professionnelle, y compris les dépenses administratives afférentes.

En 1999-2000, ces engagements se sont élevés à 160,7 millions de dollars, comparativement à 172,4 millions de dollars au cours du précédent exercice.

Cette diminution est liée en grande partie au fait que le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision a administré cette année sa propre part de l'enveloppe du FCT consacrée au long métrage, soit 7,5 millions de dollars. Cette somme était auparavant administrée par Téléfilm. On note également une diminution des engagements du Fonds de financement de longs métrages (4 millions de dollars), un phénomène ponctuel qui s'explique par les cycles de production de l'industrie.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 31 des 160,7 millions de dollars engagés en 1999-2000 seront versés au cours du prochain exercice financier.

### Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 15,1 millions de dollars, soit 9,3 % des engagements de l'exercice. Téléfilm estime que ce pourcentage est très performant, d'autant plus que la Société administre cinq bureaux qui offrent un large éventail de services personnalisés à ses clientèles, qu'elle gère une quinzaine de Fonds et programmes taillés sur mesure pour l'industrie de toutes les régions, et que son mandat est à la fois national et international. Les activités et services de Téléfilm constituent une valeur ajoutée réelle pour l'industrie canadienne, comme en témoigne l'essor croissant de celle-ci. Rappelons que les dépenses administratives ont diminué par rapport au début des années 1990, alors qu'elles atteignaient près de 12 %.

Ainsi que l'indique la double astérisque sur les Engagements 1999-2000, que l'on trouvera à la page suivante, le déménagement du siège social de Téléfilm en novembre 1999 a occasionné des dépenses non récurrentes de 1 958 000 \$. Afin d'emménager dans des locaux moins coûteux à longue échéance, Téléfilm a dû sous-louer à coût réduit ses locaux précédents. Il est important de mentionner que ce déménagement permettra de réaliser des économies annuelles de plus de 700 000 \$ jusqu'à la fin du bail actuel. Cette diminution se reflétera dans les dépenses administratives des prochains exercices.

## Un modèle unique

Le modèle de Téléfilm Canada est unique au pays, et comprend un mandat national et international. Au cours de l'exercice 1999-2000, les dépenses administratives pour les activités et services de la Société à l'industrie ont été de 15,1 millions de dollars. Par ailleurs, les recettes générées par les investissements de la Société ont été nettement supérieures à ce montant puisqu'elle se sont élevées à plus de 24 millions de dollars, somme qui a été entièrement réinjectée dans l'industrie. Ainsi, non seulement les recettes dépassent-elles largement les dépenses administratives de Téléfilm, mais elles se traduisent par une plus grande productivité du secteur audiovisuel.

## CAPACITÉ D'ENGAGEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

### Contribution du gouvernement fédéral

La capacité d'engagement de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- une allocation parlementaire de 78,7 millions de dollars ; et
- des contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 58 millions de dollars, dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du FCT ; 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia ; et 2,4 millions de dollars pour les écoles nationales de formation.

### Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 24 millions de dollars en 1999-2000. Les recettes de la Société contribuent à la diversité de l'appui de Téléfilm et à la vitalité de l'industrie canadienne. Réinjectées dans l'industrie, elles permettent à Téléfilm d'appuyer davantage la production et des activités connexes. Ainsi, chaque dollar investi par Téléfilm en production se traduit par quatre dollars en activité de production. On estime donc que les recettes réinjectées en production, soit 17 des 24 millions de dollars, auront généré cette année un volume de production additionnel de plus de 60 millions de dollars.

### N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada pendant l'exercice 1999-2000, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société.

Pour faciliter la lecture, les nombres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

**ENGAGEMENTS 1999-2000**

	Engagements pour de nouveaux projets	Modifications aux engagements des années précédentes*	Total
	En millions de dollars	En millions de dollars	En millions de dollars
<b>FCT – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL</b>			
Production	92,5	-0,2	92,3
Développement	3,8	0,4	4,2
<b>Total</b>	<b>96,3</b>	<b>0,2</b>	<b>96,5</b>
<b>FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES</b>			
Production	14,1	0,4	14,5
Développement	1,6	0,6	2,2
<b>Total</b>	<b>15,7</b>	<b>1,0</b>	<b>16,7</b>
<b>PROGRAMME DE PARTAGE DES REVENUS DE PRODUCTION</b>	<b>1,5</b>	<b>0,5</b>	<b>2,0</b>
<b>FONDS D'AIDE AUX ACTIVITÉS COMMERCIALES DE PRODUCTION</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>
<b>FONDS POUR LE MULTIMÉDIA</b>	<b>5,9</b>	<b>0,0</b>	<b>5,9</b>
<b>COPRODUCTIONS OFFICIELLES (MINI-TRAITÉS)</b>	<b>1,3</b>	<b>0,0</b>	<b>1,3</b>
<b>FONDS D'AIDE AU DOUBLAGE ET AU SOUS-TITRAGE</b>	<b>2,1</b>	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>
<b>FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES</b>	<b>10,2</b>	<b>0,7</b>	<b>10,9</b>
<b>AUTRES FORMES D'AIDE</b>			
Fonds régulier – Production et développement	0,4	0,0	0,4
Marketing national	0,8	0,0	0,8
Marketing international	0,5	0,0	0,5
Participation aux marchés	0,8	0,0	0,8
Participation aux festivals étrangers	0,5	0,0	0,5
Subventions aux festivals canadiens	1,4	0,5	1,9
Développement industriel et professionnel	1,9	0,2	2,1
Développement professionnel – Écoles de formation	1,9	0,9	2,8
Autres formes d'aide	0,6	0,0	0,6
<b>Total</b>	<b>8,8</b>	<b>1,6</b>	<b>10,4</b>
<b>DÉPENSES ADMINISTRATIVES**</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>15,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>141,8</b>	<b>3,8</b>	<b>160,7</b>

\* Incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.

\*\* Exclut les dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision ainsi que la perte découlant d'un contrat de location-exploitation.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

# FAITS SAILLANTS





# FAITS SAILLANTS

## 1999-2000

### TÉLÉFILM CANADA : AU CŒUR DES POLITIQUES CULTURELLES CANADIENNES

Téléfilm collabore avec l'ensemble du milieu audiovisuel pour que l'industrie évolue dans un environnement favorable à la création de produits diversifiés et d'une grande valeur culturelle.

Au Canada, offrir aux créateurs la possibilité de s'exprimer et de rejoindre le public repose sur un système dynamique et complexe incluant une industrie qui donne vie au contenu canadien, un vaste système de télédistribution et des organismes de réglementation et de financement qui témoignent d'une volonté politique d'appuyer le contenu canadien.

En tant qu'organisme d'État et partenaire de l'industrie, Téléfilm Canada a participé activement, en 1999-2000, au développement des politiques publiques de financement, notamment pour le long métrage, dans le cadre d'une future politique nationale.



#### FORTIER

r. François Gingras, Érik Canuel  
Aetios Productions  
Chaque semaine, plus de 1 850 000 téléspectateurs vivent au rythme d'Anne Fortier, une psychologue membre d'un corps d'élite chargé d'élucider des crimes bizarres. Cette série dramatique a même, à quelques reprises, dépassé les 2 000 000 de téléspectateurs.

#### Télévision, long métrage, multimédia

En 1999, Téléfilm Canada a participé aux consultations du Fonds canadien de télévision et à la définition des principes directeurs 2000-2001. Les exercices précédents ayant été fructueux à maints égards, la continuité était à l'ordre du jour, notamment quant aux exigences en matière de contenu canadien. Cependant, pour répondre aux vœux de l'industrie, le FCT a visé plus de transparence, a tenu compte davantage des priorités des télédiffuseurs, a assoupli ses exigences à l'égard de certains types de productions comme les documentaires, la production en langues autochtones et les coproductions, et a créé des mesures incitatives pour les PME, la production en région et en situation linguistique minoritaire.

Même si la création d'un nouveau fonds pour le long métrage a été mise en veilleuse cette année, Téléfilm a continué de travailler à ce dossier prioritaire en collaboration avec l'industrie et le ministère du Patrimoine canadien. Ainsi, un groupe de travail de la Société a été chargé d'élaborer un nouveau modèle de financement du long métrage qui serait davantage axé sur le marché et qui favoriserait l'audace et la performance. Par ailleurs, l'organisme a utilisé au mieux les ressources disponibles, ce qui s'est traduit par des projets de qualité et un meilleur

#### Une Société à l'écoute

Téléfilm est à l'écoute du milieu audiovisuel. Ses bureaux sont en contact quotidien avec l'industrie, et leur connaissance des besoins financiers, stratégiques et promotionnels de celle-ci inspire le plan d'affaires quinquennal et les plans d'affaires régionaux. De plus, Téléfilm travaille en interrelation avec les associations du milieu, dont l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, l'Association canadienne de production de film et télévision, et le nouveau regroupement national du multimédia, IMPAC.

appui à la relève, aux PME et au développement international des entreprises.

Créé en 1998, le Fonds pour le multimédia est crucial pour une industrie qui se veut à la fine pointe des nouvelles technologies. Au cours de l'exercice, le ministère a commandé une étude sur l'impact et le rendement du Fonds. De plus, Téléfilm a continué de travailler avec le comité consultatif du Fonds et a formé son propre groupe de travail interne pour mieux cerner les tendances du marché des nouveaux médias. La Société collaborera à l'évaluation statutaire du Fonds qui aura lieu en 2000-2001. On peut donc prévoir que le Fonds évoluera au cours de la prochaine année, notamment en ce qui concerne les outils financiers qu'il offre à l'industrie et le poids relatif du soutien qu'il accorde au développement, à la production et au marketing.

#### Contributions aux audiences du CRTC

Téléfilm participe régulièrement aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). En juin 1999, la

#### POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE DU LONG MÉTRAGE Miser sur le marché et favoriser l'audace

Téléfilm et le ministère du Patrimoine canadien ont élaboré un nouveau projet de politique pour le long métrage. Cinq objectifs ont été identifiés :

- que le cinéma canadien rejoigne un plus grand auditoire au pays tout d'abord et ensuite sur la scène internationale ;
- que la production canadienne soit de très grande qualité, culturellement pertinente pour les Canadiens et attrayante pour les cinéphiles de tous les coins du monde ;
- que la production augmente pour que les cinéastes canadiens puissent travailler dans la continuité et qu'il y ait une masse critique de films canadiens sur les écrans ;
- que les politiques et programmes encouragent la performance, c'est-à-dire le succès culturel et commercial ;
- que la relève soit appuyée efficacement et trouve sa place dans un environnement axé sur le savoir.

Société a salué la nouvelle politique du CRTC sur la télévision comme étant un engagement ferme envers le contenu canadien, le CRTC ayant notamment décidé d'inclure les émissions produites en région dans la catégorie des émissions prioritaires et de favoriser l'augmentation des dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute. Téléfilm avait recommandé que le CRTC continue d'avoir des exigences à l'égard des radiodiffuseurs, entre autres pour la diffusion aux heures de grande écoute et la programmation de dramatiques, de documentaires et de longs métrages.

Dans ses avis au CRTC en 1999-2000, Téléfilm a mis l'accent sur la nécessité d'encourager les télédiffuseurs à appuyer la production régionale, le cinéma canadien, la diversité culturelle, les communautés en situation linguistique minoritaire et les communautés autochtones. L'accessibilité des produits dans toutes les régions, de même que l'essor du contenu canadien dans les nouvelles technologies dont l'Internet, ont aussi été au cœur des interventions de la Société.

#### Scène internationale : une expertise à partager

Organisme d'État d'un pays qui a pris fermement position en faveur de la diversité culturelle et qui a signé des accords de coproduction avec 55 pays, Téléfilm jouit d'un prestige considérable sur la scène internationale. L'expertise internationale unique de la Société est d'ailleurs fréquemment sollicitée par des organismes et professionnels canadiens et étrangers, et Téléfilm joue un rôle important en regard des stratégies internationales des PME canadiennes. Elle agit entre autres comme un agent de développement des relations audiovisuelles avec l'Europe, l'Asie et les pays hispaniques.



## PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT

### Une cuvée fascinante

La production canadienne de 1999-2000 est un fascinant kaléidoscope où l'on retrouve les couleurs parfois sombres, parfois éclatantes de la vie urbaine moderne, des personnages qui nous ressemblent, des incursions dans un passé aux multiples échos, des expéditions audacieuses au cœur de la science et du futur, et tous les signes d'une humanité en quête incessante de bonheur, de reconnaissance, de dépassement de soi et de justice.

Partir à la découverte des émissions de télévision, des longs métrages et des produits multimédias canadiens, c'est explorer des terres aimées ou inconnues, s'engager au cœur de l'aventure humaine, telle que vue, exprimée et interprétée par des Canadiens de grand talent, qu'ils soient de Moncton, d'Halifax, de St. John's, de Montréal, d'Ottawa, de Toronto, de Winnipeg, de Régina, de Calgary, de Vancouver ou du Nunavut.

Voici les faits saillants de cet exercice particulièrement fructueux sur le plan de la création.

### Un record de 644 projets – télévision, longs métrages, nouveaux médias

L'exercice 1999-2000 a constitué une année record sur le plan de la création télévisuelle, cinématographique et multimédia : 644 projets de production et de développement ont vu le jour, comparativement à 503 en 1996-1997, 506 en 1997-1998 et 588 en 1998-1999.

Les secteurs de la télévision, du cinéma et du multimédia ont fait preuve d'un dynamisme remarquable, proposant des projets de qualité, au contenu canadien diversifié, et destinés à un large public.

### Téléfilm assume 24 % des devis

Le nombre de projets a augmenté tant en production qu'en développement. Téléfilm a appuyé 290 projets de production et 354 projets de développement dont les devis se sont élevés à 504 millions de dollars. La contribution de la Société, 121 millions de dollars, a représenté 24 % de cette activité audiovisuelle.

La production de l'exercice s'est traduite par quelque 16 000 emplois directs et indirects à travers

#### ADIEU MES SŒURS

r. Paul Bourgeault

Les Productions

Avanti Ciné Vidéo inc.

Présenté à Radio-Canada dans le cadre de l'émission *Zone libre*, ce documentaire d'auteur de la réputée journaliste et animatrice Denise Bombardier sur les religieuses a reçu les louanges unanimes des critiques et a intéressé près de un million de téléspectateurs.

*Adieu mes sœurs* fut également diffusé à TV 5.



L'exportation des produits culturels canadiens est une priorité du gouvernement fédéral et Téléfilm collabore à cette fin avec d'autres organismes fédéraux et provinciaux, de même qu'avec des ministères dont Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

#### LA MAISON DU MAGICIEN/ THE MAGICIAN'S HOUSE

r. Paul Lynch

Forefront Entertainment/  
Kudos Productions

Dans cette série d'action coproduite avec le Royaume-Uni, trois enfants sont confrontés à des sorciers qui voyagent dans le temps et à des animaux qui ont le pouvoir de parler. La série a été vendue notamment en Australie, au Danemark, en Finlande, en France, en Allemagne, en Irlande, à Hong Kong, aux Pays-bas, au Sri Lanka et au Proche-Orient.

**INUIT PIQUSINGIT  
- INUIT WAYS,  
INUIT SURVIVAL**  
r. Noah Papatsie, Sylvia Cloutier,  
David Maltby  
Inuit Communications  
Systems Ltd.  
Inuit d'hier, Inuit d'aujourd'hui,  
voilà l'essence de cette grande  
série d'aventure diffusée à  
l'automne sur le réseau  
Aboriginal Peoples Television  
Network (APTN). Un site  
Internet ([www.icsl.ca/piq](http://www.icsl.ca/piq))  
a été développé en parallèle  
à la série.

le pays. Quelque 475 compagnies, dont la majorité sont des PME, ont bénéficié de l'appui financier de Téléfilm.

### Des résultats positifs sur les plans linguistique et régional

Téléfilm encourage de façon équitable la production dans les deux langues officielles, comme on peut le voir dans le tableau suivant. La Société porte une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire. Cette année, l'appui de la Société à 58 projets de ce type s'est élevée à plus de 11 millions de dollars, soit 9 % des ressources en production et développement.

## Développement et production

### Répartition linguistique des ressources

Projets en français	32,7 %
Projets en anglais	65,6 %
Projets en langues autochtones	1,7 %

### Répartition régionale des ressources

Québec	36,8 %
Ontario	31,3 %
Région de l'Ouest	24,5 %
Région atlantique	7,4 %

Le mandat du FCT permet aussi à la Société de jouer un rôle important en regard de la production en langues autochtones. Les œuvres de cette année font entendre, entre autres, l'inuit, l'inuktitut, le déné, l'ojibway, le cri, l'oji-cri, le kaska et le kwakwiltl.

Depuis quatre ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées aux projets régionaux – c'est-à-dire ceux qui proviennent d'autres villes que Montréal et Toronto – n'a cessé d'augmenter. Elle se situe à 34 % en 1999-2000. On note une augmentation des activités en Colombie Britannique, au Manitoba, dans la région du Nord et à l'île du Prince-Édouard.

La contribution de Téléfilm aux projets de la Colombie-Britannique est la plus élevée de toute son histoire, soit 20,2 millions de dollars ou 17,3 % des ressources engagées en production et en développement. L'activité audiovisuelle a aussi été fructueuse au Manitoba, où la contribution de la Société a presque triplé en raison de dramatiques comme *The Adventures of Shirley Holmes* et de plusieurs documentaires d'envergure dont ceux de la série *Francophonies d'Amérique*.

### Fonds pour la production et le développement Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital, (96,5 millions de dollars)

Le FCT est un partenariat des secteurs public et privé créé en 1996 par le gouvernement canadien et l'industrie de télévision par câble. Téléfilm administre le Programme de participation au capital du FCT, qui appuie l'industrie de la télévision et du long métrage, incluant les projets en langues autochtones.



### Fonds de financement de longs métrages (16,7 millions de dollars)

Créé en 1986, ce fonds soutient la production et le développement de longs métrages destinés aux salles, en français et en anglais.

### Fonds pour le multimédia (4,3 millions de dollars\*)

Créé en 1998, ce fonds appuie le développement, la production et le marketing (\* cette somme exclut les projets de marketing) de produits multimédias destinés au grand public, dans les domaines éducatif, ludo-éducatif et du divertissement.

Téléfilm Canada est aussi un partenaire des créateurs par l'entremise :

- de mini-traités avec la France (1,3 million de dollars) ; il s'agit de ressources pour la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement en télévision.
- du Fonds régulier (400 000 dollars), qui appuie surtout des projets à petit budget produits en région ;

### >>> Un coup de pouce aux PME pour le développement

En 1999-2000, Téléfilm a alloué 9 millions de dollars au développement et à la scénarisation de nouveaux projets, soit près de 8 % des ressources en production et développement de l'exercice. Cette activité assure un renouvellement constant du contenu canadien destiné aux petit et grand écrans et aux nouveaux médias. En juin 1999, Téléfilm annonçait par ailleurs que seules les PME auraient désormais accès aux ressources en développement.

Au moment de cette annonce, François Macerola déclarait : « Les PME sont la pierre angulaire de l'industrie canadienne. Plus de 90 % des clients de Téléfilm sont des PME, et les entreprises cotées en bourse aujourd'hui étaient des PME il n'y a pas si longtemps. Le développement est une activité à haut risque. Notre initiative fera en sorte qu'une somme plus importante sera accessible à un plus grand nombre de PME. »

- et du Programme de partage des revenus de production (2 millions de dollars); ce programme destiné aux PME peut être utilisé pour le développement ou la production.

#### 46 nouveaux longs métrages sur les écrans

Le long métrage est un haut-lieu de la créativité canadienne et Téléfilm Canada lui apporte un appui substantiel par l'entremise de cinq fonds et programmes, dont le Programme de participation au capital du FCT et le Fonds de financement de longs métrages. Cette année, 46 longs métrages ont vu le jour grâce à la participation de la Société, qui y a alloué 22,6 millions de dollars. Les devis totaux de ces films s'élevaient à 131 millions de dollars.

>>> Du côté du long métrage, la cuvée 1999-2000 comprend des réalisateurs d'expérience dont Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau et Robert Favreau.

On note avec plaisir le retour de Clement Virgo, de Denis Villeneuve, d'Arto Paragamian, de Gabriel Pelletier, de Denise Filiatrault et de John Fawcett, dont les premières œuvres avaient été fort remarquées.

La relève est en force avec plusieurs premiers longs métrages. Des noms à retenir : Rosemary House (Terre-Neuve), Andrea Dorfman (Nouvelle-Écosse), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto) et Arne Olsen (Vancouver), parmi beaucoup d'autres.

Le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars, si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

La Société a consacré 40 % de ses ressources pour le long métrage à des projets en français et 60 % à des projets en anglais. Ces projets sont issus de toutes les régions.



#### RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL DE L'INDUSTRIE ET DES PRODUITS CANADIENS

Téléfilm Canada contribue à l'augmentation des auditoires des produits canadiens, au pays et à l'étranger. De plus, la Société encourage les partenariats internationaux de l'industrie canadienne, ce qui ouvre de nouveaux marchés. Plusieurs fonds, programmes et activités de communications contribuent de façon efficace à la réalisation du mandat de Téléfilm Canada quant à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multi-média. La Société y a alloué près de 20 millions de dollars en 1999-2000.

#### Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (10,9 millions de dollars)

Ce fonds s'adresse principalement aux distributeurs canadiens reconnus et les aide à acquérir les droits de distribution de longs métrages canadiens et à assurer leur mise en marché.

#### >>> Doublage

Quarante-neuf productions ont été doublées ou sous-titrées dans l'une ou l'autre des langues officielles; 76 % des allocations ont été accordées pour le doublage en version française et 24 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, 83 % des engagements ont été alloués à des productions télévisuelles.

#### Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (2,1 millions de dollars)

Ce fonds permet une meilleure circulation des œuvres canadiennes en assurant leur disponibilité dans les deux langues officielles, tant à la télévision que dans les salles de cinéma.

#### Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes (1,3 million de dollars)

Ce fonds comprend un volet national (tests de marché, lancement, publicité et promotion) et

#### LE VIEIL HOMME ET LA MER

r. Alexander Petrov  
Productions Pascal Blais  
Récipiendaire d'une douzaine de prix prestigieux dont l'Oscar du meilleur court métrage d'animation et le Prix du meilleur film IMAX en 2D, *Le Vieil Homme et la mer* est une adaptation, en quelque 29 000 images peintes à l'huile, du célèbre récit d'Ernest Hemingway.



#### POSSIBLE WORLDS

r. Robert Lepage  
The East Side Film Co./  
In Extremis Images  
Pour son premier long métrage en anglais, le réputé Robert Lepage a imaginé un univers où s'entrecroisent science, philosophie et sensationnalisme. Le film sera présenté en première mondiale au Festival du film de Venise 2000, et en première nord-américaine au Festival de Toronto.

### Marketing

Grâce au Fonds d'aide au marketing, Téléfilm a alloué 800 000 \$ au marketing canadien des produits et 500 000 \$ au marketing international. Mentionnons que le Fonds pour le multimédia comprend un volet pour le marketing (1,6 million de dollars cette année) et que le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages appuie le marketing des longs métrages canadiens (3 millions de dollars cette année).

#### HOSTAGES TO JUSTICE

r. Sun Kyung-Yi  
Aysha Productions Inc.  
D'abord présenté à CBC dans la série *Witness*, ce documentaire s'intéresse au sort des Canadiens détenus à l'étranger et aux effets dévastateurs de cet emprisonnement sur leurs familles.

international (campagnes de promotion, publicité dans les magazines spécialisés, marketing lors des marchés, etc.).

#### Fonds pour le multimédia – volet marketing (1,6 million de dollars)

Tel qu'indiqué plus haut, ce fonds comprend trois volets : production, développement et marketing.

#### Le Canada à l'affiche (1,9 million de dollars)

Téléfilm appuie près de 30 festivals canadiens. Ces événements ont une programmation canadienne importante et plusieurs organisent des activités de marché et des forums internationaux.

### Communications

Téléfilm contribue à la reconnaissance de l'industrie par des publications – dont les catalogues de productions, des guides sur la coproduction et les industries étrangères, des bulletins, des répertoires – et des campagnes publicitaires à l'occasion des principaux festivals et marchés. Elle s'associe aussi à des publications et à des événements de l'industrie. De plus, elle participe à l'organisation de projections pour les parlementaires et dignitaires à Ottawa, dont celle de *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale*, en mars 2000.

#### DINNER AT THE EDGE

r. David New  
Sienna Films Inc.  
Rappelant les films muets de Chaplin et Keaton, cette émission de variétés fusionne la danse, les arts du cirque... et les arts de la table. Un tourbillon musical qui a séduit le public de la chaîne Bravo!



#### Participation aux marchés (800 000 dollars)

Téléfilm a participé à neuf marchés internationaux de la télévision, du film et du multimédia, en France, aux États-Unis et au pays.

#### Festivals internationaux (500 000 dollars)

La Société appuie la présence canadienne dans les festivals internationaux, tant sur le plan logistique que promotionnel. Téléfilm maintient des liens avec quelque 200 festivals étrangers.

#### Autres formes d'aide (600 000 dollars)

Des publications, l'organisation d'événements, la promotion dans les festivals et marchés, le site Internet de Téléfilm et d'autres activités contribuent à la reconnaissance de l'industrie canadienne.

### FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Le succès de l'industrie à longue échéance repose sur sa capacité à produire et à mettre en marché des œuvres de qualité, mais aussi sur les efforts qui seront consentis pour le perfectionnement continu de ses membres et la formation d'une relève solide. L'industrie évolue dans un univers concurrentiel, en perpétuelle mutation, où la performance est tributaire du savoir.

Au cours de l'exercice, Téléfilm a engagé 4,9 millions de dollars dans l'ensemble du pays pour appuyer la formation et le développement, comparativement à 2,3 millions de dollars au cours de l'exercice précédent.

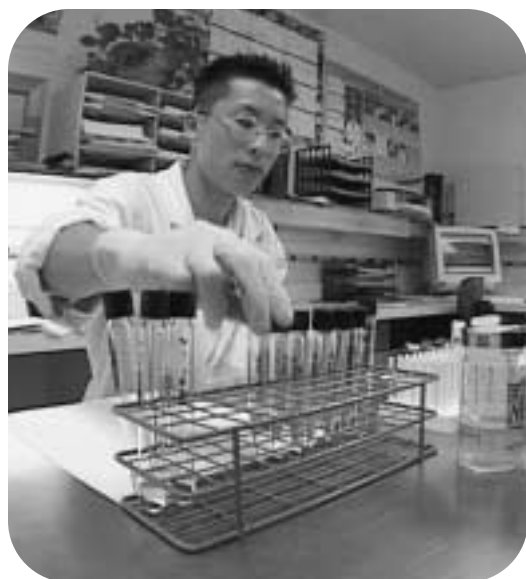
Téléfilm a donné plus de poids au Fonds de développement industriel et professionnel, dont les engagements sont passés de 1,1 à 2,1 millions de dollars et qui a financé des forums et des activités de formation, de perfectionnement, de recherches et de promotion. Par ailleurs, le ministère du Patrimoine canadien a augmenté les ressources du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo administré par Téléfilm, et la Société a pu allouer 2,8 millions de dollars à des écoles nationales de formation, comparativement à 1,2 million en 1998-1999.

### Un appui à plus de 50 institutions, associations et organismes

Ont bénéficié de ces ressources quatre écoles nationales de formation professionnelle, soit l'Institut national de l'image et du son (Montréal), le Centre canadien du film (Toronto), l'Institut national des arts de l'écran (Edmonton et Winnipeg) et le Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens (Ottawa), de même qu'une cinquantaine d'associations, de festivals et d'organismes culturels. On y retrouve l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, l'Alliance pour l'enfant et la télévision, Media-Jeune, Praxis Film Development Workshops, Aboriginal Visions and Voices, le Banff Centre for Media and Visual Arts, Hot Docs, New Brunswick Filmmakers Coop et Women in Film and Television/Femmes du film et de la télévision.

### Événements marquants

Il faut souligner deux événements d'importance. L'Aboriginal Training Tour a permis à des autochtones d'une dizaine de villes du Nord de parfaire leur connaissance de la production audiovisuelle. Et un programme d'immersion a fait en sorte qu'une quinzaine de professionnels francophones en situation linguistique minoritaire ont pu rencontrer les diffuseurs francophones de Montréal. Cette immersion, une première au pays, a été organisée avec le ministère du Patrimoine canadien et la nouvelle Alliance des producteurs francophones du Canada pour stimuler la production en français en dehors du Québec et pour en faciliter la diffusion.



### Des programmes pour la relève

En 1999-2000, Téléfilm a contribué à l'essor de la relève par plusieurs programmes dont certains sont administrés en collaboration avec d'autres organismes. Il s'agit entre autres, dans l'Ouest, de Drama Prize, Kick Start et Features First; dans la région atlantique, du Programme des nouveaux cinéastes; de bourses aux étudiants de l'INIS à Montréal; et d'une commandite du programme Feature Film Project à Toronto. Une vingtaine de jeunes producteurs, scénaristes et réalisateurs en ont bénéficié cette année. Ce sont les grands noms de demain!

## RELATIONS INTERNATIONALES

### Une nouvelle synergie pour un nouveau millénaire

L'année 1999-2000 a été le théâtre d'une restructuration importante de la direction des relations internationales, qui avait pour but de garantir une synergie maximale entre les trois principaux champs d'activité de l'équipe : les festivals et marchés, la coproduction internationale et le bureau européen de Paris.

Cette restructuration correspond à une nouvelle réalité. Depuis trois ans, le volume des activités internationales a beaucoup augmenté et l'expertise de Téléfilm est de plus en plus sollicitée. La nouvelle structure favorise une vision internationale globale, tout en améliorant les services offerts, en particulier ceux qui sont destinés aux PME.

### THE WORST WITCH II AMANDINE MALABUL II

r. Stefan Pleszczynski,  
Andrew Morgan, John Smith  
Galafilm, coproduction avec  
le Royaume-Uni

Cette série pour enfants qui se déroule dans une étonnante Académie de sorcellerie est diffusée au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Canada tant en version anglaise qu'en version française.



### Coproductions internationales

À ce jour, 47 accords de coproduction ont été signés avec 55 pays, dont un accord conclu avec l'Autriche en 1999-2000. La coproduction encourage la création de projets aussi émouvants que divertissants tels que *Docteur Lucille : la remarquable histoire de Lucille Teasdale*, *Stardom* et *The Worst Witch III*. Téléfilm est fier de deux coproductions canadiennes, *Le Violon rouge* de François Girard et *Le Vieil Homme et la Mer* d'Alexander Petrov, aient remporté des Oscars en mars 2000.

Grâce à diverses initiatives, dont les commissions mixtes avec les pays coproducteurs, Téléfilm veille à ce que les accords soient mis à jour en fonction du développement de l'industrie. En janvier 2000, une commission mixte avec la France s'est tenue à Montréal. Deux commissions techniques Canada-France auront lieu désormais chaque année. Nous pouvons nous attendre à une augmentation du nombre de coproductions et à une diversification de nos relations avec la France sur le front du multimédia.

### DYING TO WIN

r. Ted Remerowski,  
Marrin Canell  
Paradigm Pictures Corp.  
Ce documentaire troublant sur l'usage des drogues par les athlètes fut diffusé en mars 2000 à CBC. L'émission figure également à la programmation d'automne de la chaîne américaine A&E.

### Accréditation de 100 coproductions – devis de plus de 715 millions de dollars

Cette année, le service des coproductions a accrédité 100 projets de coproduction représentant des devis de plus de 715 millions de dollars. Parmi ces projets, on compte 76 émissions de télévision et 24 longs métrages. La France et le Royaume-Uni sont les pays coproducteurs les plus actifs avec le Canada. Bien que la majorité des coproductions soient signées avec des pays européens, de nouvelles alliances ont vu le jour avec l'Asie. Cette année, 19 pays ont signé des coproductions avec le Canada, dont l'Allemagne, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Irlande, l'Australie et Hong-Kong. Un fait à retenir : le nombre des coproductions d'animation a considérablement augmenté et représente, avec 51 projets, plus de la moitié des activités de coproduction de l'exercice.

### Téléfilm investit 9,8 millions de dollars dans la coproduction

En plus de l'accréditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets qui présentent un intérêt culturel particulier. En 1999-2000, la Société a engagé 9,8 millions de dollars dans la production de 28 projets de coproduction. De même, près de 200 000 dollars ont été alloués à cinq projets de développement de coproduction, dont trois avec la France par l'intermédiaire de mini-traités et deux avec le Royaume-Uni dans le cadre du programme de développement de longs métrages *English-Language Cinema Plan* (ELCP).

### Marchés internationaux

En 1999-2000, Téléfilm a participé à neuf marchés. Le Canada constitue une figure majeure de ces marchés :

- Télévision : MIP-TV et MIPCOM à Cannes, NATPE à la Nouvelle-Orléans ;
- Film : Festival international du film de Berlin, Festival international du film de Cannes et Independent Feature Film Market de New York ;
- Multimédia : MILIA à Cannes, E<sup>3</sup> à Los Angeles et MIM à Montréal.

#### ANIMA III

r. Denise Payette  
Icotop inc.  
Cette fascinante série documentaire sur le monde des animaux et ce qu'ils peuvent nous apprendre est diffusée dans une dizaine de pays, tant en Asie qu'en Europe.



### Vers le développement international des PME

Au cours de l'exercice, plusieurs initiatives sont allées en ce sens. Par exemple :

- les frais de participation des PME au stand de Téléfilm dans les marchés européens ont été réduits ;
- le programme de marketing international a été réservé aux PME ;
- le bureau de Vancouver a facilité la participation des PME de l'Ouest à l'édition 2000 de l'International Film Financing Conference (IFFCON) à San Francisco, un événement qui offre d'excellentes occasions de se promouvoir auprès des acheteurs du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie ;
- le bureau de l'Atlantique a financé le symposium *Strategic Partners* au Festival du film de l'Atlantique, pour faciliter les relations d'affaires des PME avec les pays nordiques ;
- l'immersion documentaire à Paris, organisée par le bureau européen, a regroupé des représentants des PME de toutes les régions.

Quelque 70 entreprises ont partagé le stand de Téléfilm dans les marchés internationaux en 1999-2000. La plupart sont des PME qui représentent toutes les régions du pays. Téléfilm offre une large gamme de services à sa clientèle : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de réunions, participation à des conférences et à des discussions avec les délégations et associations étrangères.

À l'ère de la convergence numérique, Téléfilm Canada mise sur les nouveaux médias. Au E<sup>3</sup>, la plus importante foire internationale de produits de divertissement interactifs, son stand a accueilli 18 compagnies canadiennes. À la suite d'un sondage très positif sur la pertinence de ses activités dans les marchés et sur les besoins de l'industrie du multimédia, Téléfilm participera aussi au ECTS (European Computer Trade Show) à Londres, en 2000.

Les marchés permettent à Téléfilm d'accroître son partenariat avec des associations telles que IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), les ministères fédéraux et les organismes provinciaux afin de maximiser les ressources offertes. L'industrie des nouveaux médias est en plein essor, et Téléfilm a soutenu des initiatives visant l'expansion de ce secteur, dont le lancement, à l'occasion du MILIA, du magazine *Convergence* et du guide d'IMPAC, *New Media in Canada*.

### Au palmarès : 1 216 inscriptions à 90 événements internationaux

Le bureau des festivals internationaux continue de promouvoir les produits canadiens à l'étranger. En 1999-2000, il a procédé à 1 216 inscriptions canadiennes dans 90 festivals et événements internationaux, une hausse remarquable par rapport aux 1 171 inscriptions de l'année précédente. Les productions canadiennes ont remporté plus de 30 prix

internationaux très convoités. Le bureau avait facilité le processus de sélection en organisant la projection de 397 œuvres pour les représentants de festivals. Il a aussi permis à 69 réalisateurs canadiens de faire la promotion de leurs œuvres dans de grands festivals et a participé à la mise sur pied de rétrospectives du cinéma canadien, notamment au Mexique, en France, en Israël, en Grèce, en Chine, en Autriche, au Portugal, en Finlande, aux États-Unis et en Espagne.

### Festivals canadiens

En 1999-2000, Téléfilm Canada a appuyé 29 festivals canadiens en leur allouant 1,9 million de dollars dans le cadre du programme Le Canada à l'affiche. Ce programme appuie les principaux événements canadiens – Festival international du film de Montréal, Festival international du film de Toronto, Festival international du film de Vancouver et Festival de télévision de Banff – ainsi que 25 festivals régionaux ou spécialisés, qui mettent à l'honneur, entre autres, les documentaires, les courts métrages, les films sur l'art, les films d'animation, les émissions pour enfants, les productions autochtones, les nouveaux médias et les productions expérimentales.

Téléfilm appuie des festivals qui offrent une programmation dans la langue officielle minoritaire de la province où ils sont présentés. Il s'agit des Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver, du Festival international du cinéma francophone en Acadie, et de Cinémental au Manitoba, qui donnent la chance au public de voir un large éventail de films.

Plusieurs prix viennent couronner de jeunes réalisateurs canadiens de courts et de moyens métrages, de même que des cinéastes de la région de l'Ouest et de la région atlantique. La Société encourage également la production autochtone en lui consacrant deux prix chaque année au Festival de Banff.

En 1999-2000, Téléfilm Canada a repensé ses prix, dont la réputation ne s'est jamais démentie depuis leur création en 1996, en leur associant souvent une somme d'argent en espèces qui les rend plus intéressants pour les créateurs.

### BARBEAU LIBRE COMME L'ART

r. Manon Barbeau  
InformAction,  
coproduction avec l'ONF  
Présenté en primeur en mars  
au FIFA, ce documentaire  
de Manon Barbeau trace un  
portrait touchant du peintre  
Marcel Barbeau, irréductible  
signataire de Refus Global,  
artiste toujours insoumis... et  
père de la cinéaste.



### Le bureau européen de Paris : une présence dynamique à l'étranger

Le bureau européen de Téléfilm à Paris constitue la vitrine du Canada sur la scène audiovisuelle européenne, mais représente aussi un centre d'information stratégique pour les Européens qui souhaitent développer des partenariats avec le Canada.

Au cours de la dernière année, le bureau européen a participé à plusieurs événements d'envergure, dont la 20<sup>e</sup> Université d'été des communications à Hourtin, en France, la première Conférence du film et de la télévision de Babelsberg et la Conférence latino-américaine des organismes cinématographiques à Madrid. Par sa présence à ces événements prestigieux, Téléfilm a réitéré le rôle important que l'industrie canadienne du film et de la télévision continue de jouer dans la poursuite des grands débats culturels et commerciaux.

Par ailleurs, le bureau a contribué à la promotion des films canadiens en Europe en prenant part à des projections spéciales – dont le lancement du film *Le Violon rouge* dans le magnifique auditorium du Louvre.

Après le succès des quatre programmes d'immersion pour les producteurs canadiens au Royaume-Uni, le bureau européen a organisé une première immersion parisienne, avec pour objectif de multiplier les relations entre deux industries du documentaire en plein essor. Vingt-huit producteurs canadiens ont ainsi eu la chance de rencontrer plus de 50 joueurs français dont les plus importants producteurs, télédiffuseurs, distributeurs et réalisateurs de documentaires.

### COLD SQUAD III

r. Divers  
Keatley Macleod Productions /  
Alliance Atlantis  
Communications Inc.  
Dans cette série à succès,  
deux détectives ont la tâche  
peu enviable de faire la lumière  
sur de vieux meurtres non  
résolus. Les trois premières  
séries ont été vendues dans le  
monde, notamment en Europe,  
au Proche-Orient, en Asie,  
en Australie, en Afrique,  
en Amérique Centrale et  
en Amérique du Sud.



### Les prix Téléfilm Canada dans les festivals canadiens

Téléfilm a accordé 19 prix pour une somme totale de 147 000 dollars dans le cadre de 12 festivals canadiens du film, de la télévision et du multimédia. La Société a décerné pour la première fois un prix de 10 000 \$ à l'occasion de l'édition 1999 de l'Atlantic Digital Media Festival (ADMF), à l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse. L'ADMF est un festival compétitif important, axé sur la création multimédia.



En collaboration avec le Haut-Commissariat du Canada à Londres, le bureau européen a organisé une table ronde au Festival international du film de Toronto. Intitulé « Histoires sans frontières – nouvelles approches du développement de scénarios », cet événement a attiré plus d'une centaine de délégués du Festival et a mis en vedette un groupe renommé de professionnels canadiens et européens.

**CRIMINAL INSTINCTS:  
DEADLY APPEARANCES**

dir. George Bloomfield  
Shaftesbury Films Inc.  
Lorsque l'ex-policier Joanne Kilbourn tente d'aider Andy Boychuk, un ami accusé du meurtre d'une jeune adolescente, elle est convaincue de l'innocence de son vieux copain. Mais elle découvrira peu à peu qu'Andy n'est peut-être pas l'homme qu'elle croyait connaître.



Le bureau européen a aussi participé activement à l'organisation des activités de Téléfilm lors de festivals et de marchés du film internationaux dont ceux de Rotterdam, de Berlin et de Cannes. Au Festival international du film de Cannes, le bureau a organisé quatre petits déjeuners stratégiques entre des producteurs canadiens et européens.

Le bureau de Téléfilm à Paris est un centre d'information stratégique. Il publie des revues de presse hebdomadaires, des guides sur l'industrie européenne et d'autres publications spéciales tout aussi appréciées dont le *Zoom International*, un bulletin mensuel qui procure à 300 lecteurs des informations et des analyses approfondies concernant le marché européen.

**Initiative Asie-Pacifique**

Dans le cadre du programme Initiative Asie-Pacifique créé en 1998 et administré par le bureau de l'Ouest, Téléfilm Canada contribue au développement des relations avec les marchés asiatiques. Les efforts consacrés aux échanges avec la République populaire de Chine au cours des trois dernières années commencent à porter fruit. En effet, depuis 1998, le nombre de projets de coproduction augmente régulièrement.

En collaboration avec le Consulat général du Canada à Shanghai, Téléfilm a mis sur pied une rétrospective de neuf films canadiens dans le cadre de l'édition 1999 du Festival international du film de Shanghai. Le *Canadian Film Showcase* a été décrit comme l'événement qui a eu le plus de succès au cours du Festival, et *Le Violon rouge*, qui a été tourné en partie à Shanghai, a été classé parmi les 10 films de l'événement à voir absolument.

# TÉLÉVISION



## FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

### PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Contrats signés

Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets*	Devis totaux** En milliers de dollars	Téléfilm Canada En milliers de dollars	Répartition linguistique %
<b>FRANÇAIS</b>				
Production	81	126 478	28 867	
Modifications – production***	–	–	-133	
<b>Sous-total</b>	<b>81</b>	<b>126 478</b>	<b>28 734</b>	
Scénarisation et développement	59	4 103	1 417	
Modifications – développement***	–	–	253	
<b>Sous-total</b>	<b>59</b>	<b>4 103</b>	<b>1 670</b>	
<b>Sous-total – français</b>	<b>140</b>	<b>130 581</b>	<b>30 404</b>	<b>31,5</b>
<b>ANGLAIS</b>				
Production	119	292 147	61 700	
Modifications – production***	–	–	-98	
<b>Sous-total</b>	<b>119</b>	<b>292 147</b>	<b>61 602</b>	
Scénarisation et développement	144	6 641	2 366	
Modifications – développement***	–	–	160	
<b>Sous-total</b>	<b>144</b>	<b>6 641</b>	<b>2 526</b>	
<b>Sous-total – anglais</b>	<b>263</b>	<b>298 788</b>	<b>64 128</b>	<b>66,4</b>
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>				
Production	16	4 388	1 979	
Modifications – production***	–	–	–	
<b>Sous-total</b>	<b>16</b>	<b>4 388</b>	<b>1 979</b>	
Scénarisation et développement	1	42	21	
Modifications – développement***	–	–	-2	
<b>Sous-total</b>	<b>1</b>	<b>42</b>	<b>19</b>	
<b>Sous-total – langues autochtones</b>	<b>17</b>	<b>4 430</b>	<b>1 998</b>	<b>2,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>420</b>	<b>433 799</b>	<b>96 530</b>	<b>100,0</b>

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.

\*\* Comprend les devis totaux des coproductions.

\*\*\* Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.

# FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

## PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

**T**éléfilm Canada est un partenaire du Fonds canadien de télévision (FCT) depuis sa création, en septembre 1996. Au cours des quatre premiers exercices, ce partenariat des secteurs public (Programme de participation au capital administré par Téléfilm Canada) et privé (Programme de droits de diffusion) s'est traduit par un appui à plus de 1 500 productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants et émissions de variétés et des arts de la scène.

Grâce aux ressources du FCT, les télédiffuseurs canadiens ont mis en ondes quelque 8 500 heures de programmation originale, créées par des scénaristes et réalisateurs canadiens, produites par des entreprises de toutes les régions du pays. Et le public canadien a eu accès à un panorama culturel d'une grande richesse.



### Programme de participation au capital du FCT

En 1999-2000, le budget du Programme de participation au capital (PPC) était de 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il comprend aussi bien la production télévisuelle, incluant l'enveloppe du FCT pour la création en langues autochtones, que la production de longs métrages. Le PPC appuie également le développement et la scénarisation de nouveaux projets télévisuels, un investissement dans la télévision de demain.

### Un record de 420 projets de production et de développement

Appuyer une grande diversité de projets – sur le plan des catégories, des devis, des sujets et de la provenance régionale – est l'un des objectifs fondamentaux du PPC. Le Programme encourage ainsi un large éventail de scénaristes, de réalisateurs et de producteurs, tout en répondant aux goûts de publics variés, de même qu'aux besoins des télédiffuseurs en terme de contenu canadien.

De fait, le nombre de projets soutenus chaque année par le Programme n'a cessé d'augmenter : 321 en 1997-1998, 383 en 1998-1999 et 420 en 1999-2000. Cette année, le nombre de projets a augmenté à la fois en production et en développement. Les devis totaux se sont élevés à 433,8 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

### Plus de 885 heures de production canadienne sur nos écrans

On note également une augmentation marquée des heures de production originales diffusées sur les écrans canadiens : 741 en 1997-1998, 850 en 1998-1999, et plus de 885 cette année. Cette augmentation touche principalement les dramatiques en français et en anglais, et les émissions pour enfants en anglais.

Plusieurs projets sont présentés par plus d'un diffuseur, et les 885 heures de production correspondent ainsi à quelque 1 256 heures de diffusion, comme on peut le voir dans le tableau concernant la *Présentation des émissions au public canadien*.

### Des dramatiques, documentaires, variétés et émissions pour enfants

En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), le PPC a consacré 68 % de ses investissements aux dramatiques, 17 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Les dramatiques continuent d'occuper une place de choix dans la programmation canadienne, tandis que les autres types de production bénéficient de débouchés de plus en plus nombreux, notamment en raison des nouveaux réseaux spécialisés canadiens et étrangers. Notons que la production en langues autochtones s'illustre tout particulièrement dans le secteur des documentaires et des variétés.

### CASERNE 24

r. Jean Bourbonnais,  
François Côté  
Les Productions Sovimage  
Chaque semaine depuis deux ans, plus d'un million de téléspectateurs suivent assidûment les drames et les joies qui meublent l'univers professionnel et personnel des désormais célèbres pompiers de la Caserne 24.

### >>> Dramatiques

Des intrigues professionnelles et personnelles bien ficelées, des personnages hauts en couleurs – psychologues, pompiers, policiers, gens d'affaires, médecins, agriculteurs, vedettes du *showbiz*, journalistes, criminels ou nomades – voilà ce qui fait le charme unique des dramatiques canadiennes. On y retrouve des travailleurs et des aventuriers, des adolescents et des parents, des personnages virtuels et des amoureux. Autant de figures inoubliables, dont certaines n'ont rien de fictif – comme le docteur Lucille Teasdale – et de milieux fascinants à découvrir et redécouvrir. Des miroirs de notre société auxquels le public canadien est très sensible.

### Un vaste réseau de partenaires canadiens et étrangers

#### Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision

La contribution du PPC est un important levier de financement. En 1999-2000, sa part a représenté 22,3 % des devis, comparativement à 25 % pendant l'exercice précédent. Cette diminution de la contribution moyenne a permis à Téléfilm d'appuyer un plus grand nombre de projets.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'*Analyse de la participation financière*, plusieurs projets bénéficient aussi de l'apport d'autres ressources de Téléfilm, soit du Fonds de financement de longs métrages, du Programme de partage des revenus de production et des mini-traités avec la France.

Au total, la participation de Téléfilm et des deux programmes du Fonds canadien de télévision, soit le PPC et le PDD, représente 38,5 % des devis de l'exercice.

#### Entreprises de télédiffusion canadiennes

La contribution des entreprises de télédiffusion aux projets est en croissance : elle était de 17,8 % en 1997-1998, de 19,3 % en 1998-1999 et de 21,5 %



#### L'ENFANT DE LA MUSIQUE

dir. Raymond Saint-Jean  
Ciné Qua Non Films  
Diffusée en primeur au canal Bravo! en octobre 1999, cette œuvre transpose en images poétiques *Le Quatuor à cordes en ré mineur*, K. 421 de Mozart. *L'Enfant de la musique* est le quatrième titre de la collection *Musique de chambre*. La série est vendue sur l'ensemble du territoire nord-américain, de même qu'en France et en Allemagne.

### RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT - Programme de participation au capital

Lieu	Nombre de projets*	Nombre d'heures de production	Devis** En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada	
				En milliers de dollars	% du devis
Montréal	85	375,0	141 364	<b>31 442</b>	<b>22</b>
Toronto	43	189,9	142 223	<b>28 086</b>	<b>20</b>
<b>Sous-total</b>	<b>128</b>	<b>564,9</b>	<b>283 587</b>	<b>59 529</b>	<b>21</b>
Colombie-Britannique	31	108,0	66 505	<b>16 219</b>	<b>24</b>
Alberta	8	23,2	9 317	<b>2 526</b>	<b>27</b>
Saskatchewan	5	21,5	6 414	<b>1 464</b>	<b>23</b>
Manitoba	5	19,5	8 581	<b>2 150</b>	<b>25</b>
Région du Nord	3	4,0	2 527	<b>762</b>	<b>30</b>
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	7	45,2	4 779	<b>1 669</b>	<b>35</b>
Québec (à l'exclusion de Montréal)	6	22,0	2 080	<b>417</b>	<b>20</b>
Nouveau-Brunswick	4	23,0	2 664	<b>773</b>	<b>29</b>
Nouvelle-Écosse	14	43,0	21 074	<b>4 960</b>	<b>24</b>
Île-du-Prince-Édouard	1	6,5	5 657	<b>1 220</b>	<b>22</b>
Terre-Neuve	3	3,5	2 060	<b>717</b>	<b>35</b>
Yukon	1	1,0	351	<b>141</b>	<b>40</b>
<b>Sous-total</b>	<b>88</b>	<b>320,3</b>	<b>132 009</b>	<b>33 018</b>	<b>25</b>
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>885,2</b>	<b>415 596</b>	<b>92 546</b>	<b>22</b>

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.

\*\* Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

#### Émissions de variétés et des arts de la scène

Les héros des émissions de variétés et des arts de la scène sont des chanteurs, des danseurs, des musiciens et des compositeurs de grand talent, et de toutes les régions du pays. Ils expriment à leur façon l'âme et le cœur de leur communauté, dont les groupes autochtones, et nous procurent des moments hautement artistiques et divertissants.

cette année. En 1999-2000, leur apport a augmenté dans le secteur des dramatiques, des émissions pour enfants et des documentaires.

Le PPC a alloué 52 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 48 % à des projets pour les télédiffuseurs privés.

#### Autres sources de financement canadiennes

Alors que l'apport du secteur privé (producteurs/équipes/services, fonds d'aide privés, commanditaires) et des distributeurs varie d'un exercice à l'autre en fonction des projets, celui des sources fédérales et provinciales se maintient à près de 18 % et se traduit principalement par des crédits d'impôt. Téléfilm est fier de s'associer aux gouvernements provinciaux pour faciliter la production de projets originaux et diversifiés.

### Partenariats internationaux

Les partenariats internationaux sont essentiels à la production canadienne. Cette année, la part des coproducteurs, télédiffuseurs et distributeurs étrangers aux projets du PPC s'est élevée à 33,5 millions de dollars. Plus de la moitié de cette somme, soit 17,5 millions de dollars, provient des distributeurs étrangers des productions canadiennes en anglais.

### Record des allocations en dehors de Montréal et de Toronto : 36 % des allocations du PPC

Le PPC encourage la créativité à l'échelle canadienne, ce qui permet à toutes les communautés de présenter leurs histoires et leurs images sur les écrans. Le Programme a alloué 34 % de ses contributions à des projets de Montréal, 30 % à des projets de Toronto et 36 % à des projets produits dans d'autres villes dont Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's et Halifax.

Il s'agit d'une nette augmentation des projets régionaux, qui représentaient 29 % des allocations du PPC en 1998-1999. Alors que l'aide à la production de la région atlantique restait stable, celle de la région de l'Ouest a augmenté de 24 %.

La Colombie-Britannique, avec 18 % des ressources du PPC, et les provinces des Prairies, avec 7 %, ont connu un boom considérable. Ainsi, la contribution aux projets de la Colombie-Britannique est passée de 12,9 millions à plus de 16 millions de dollars, et celle aux projets du Manitoba, de 800 000 \$



à 2,2 millions de dollars. L'activité a aussi augmenté en Ontario et dans la région du Nord, incluant le nouveau territoire du Nunavut.

### Des projets en langues française, anglaise et autochtones

Le PPC appuie équitablement la production en français et en anglais, et accorde une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire et à la production en langues autochtones.

### Répartition des allocations

En 1999-2000, 31,5 % de la contribution du PPC a été allouée à la production de langue française, 66,4 % à la production de langue anglaise et 2,1 % à la production de langues autochtones.

La contribution aux projets en français est inférieure à celle des années précédentes pour des raisons ponctuelles liées principalement aux cycles de production des entreprises. La moyenne de la contribution du PPC à des projets de langue française depuis 1996 est de 33,4 %.

### Production en situation linguistique minoritaire

Le PPC a contribué au financement de 44 projets de production et de développement issus de milieux en situation linguistique minoritaire, y allouant 8,9 millions de dollars. Les devis s'élevaient à près de 35 millions de dollars. Le PPC a accordé 5,6 millions de dollars à 19 projets en anglais

### CORNEMUSE

r. Divers  
Téléfiction Productions  
Au Québec chez les 2 à 6 ans, trois enfants sur quatre suivent quotidiennement les aventures extraordinaires des joyeux personnages-animaux de Cornemuse. Dès sa première année de diffusion, l'émission a réussi un tour de force en remportant pas moins de 5 prix Gémeaux!

### >>> Œuvres autochtones

1999-2000 a vu la création du premier réseau national autochtone au monde, APTN, un réseau canadien. Président du réseau au moment de son lancement, Abraham Tagalik a déclaré : « Cette décision historique créera des ponts importants entre les autochtones et les autres peuples du Canada. Des ponts qui favorisent la compréhension mutuelle. » Directeur de la programmation, Jim Compton ajoutait : « Nous créons ce réseau pour retrouver notre culture, nos traditions, nos langues. Nous voulons créer de l'emploi, nous voulons créer de l'espoir. » En témoignent les 16 projets en langues autochtones de l'exercice, et d'autres productions autochtones en français et en anglais.

## RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1996-2000	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
<b>FRANÇAIS</b>	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	<b>139 727</b>	<b>33,4</b>
<b>ANGLAIS</b>	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 128	66,4	<b>274 438</b>	<b>65,6</b>
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	<b>3 998</b>	<b>1,0</b>
<b>TOTAL</b>	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	<b>418 163</b>	<b>100,0</b>

**HANK AND JIMMIE:  
A STORY OF COUNTRY**

par John Martin  
Triad Film Productions Ltd.  
Ce documentaire retrace la vie  
du légendaire compositeur et  
chanteur country Hank Snow.  
Une histoire fascinante, mais  
aussi dramatique comme  
le montre la vie tourmentée  
de son fils, l'évangéliste  
Jimmie Rogers Snow.

produits à Montréal et 2,9 millions de dollars à 11 projets en français du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse, de l'Ontario, du Manitoba et de la Colombie-Britannique. Le Programme a aussi financé le développement de 14 projets des groupes minoritaires, y allouant plus de 300 000 \$.

**Productions en langues autochtones**

Le PPC administre la totalité de l'enveloppe du FCT consacrée à la production en langues autochtones, soit 2 millions de dollars. En 1999-2000, 16 productions ont été financées par le PPC. Neuf viennent des provinces de l'Ouest et de la région du Nord, et les autres projets sont issus de l'Ontario, du Québec et de Terre-Neuve. Ces histoires se déroulent en une douzaine de langues autochtones.

Les devis de ces projets ont été de 4,4 millions de dollars dont le PPC a assumé en moyenne 45 %. De fait, sa contribution aux projets s'échelonne entre 27 % et 75 % des devis. Pour encourager la création autochtone, le PPC fait preuve de souplesse quant aux droits de diffusion et aux heures de diffusion, et facilite l'embauche de stagiaires autochtones à la production.

APT (Aboriginal People's Television Network) est associé à 13 projets, soit la majorité. Les autres diffuseurs des histoires autochtones sont SCN, Channel 24 Igloolik, CTV Network (Baton), Vision TV et Canwest Global.

**Longs métrages : le PPC appuie****11 projets de production**

Le FCT consacre chaque année 15 millions de dollars aux longs métrages. Cette somme est répartie de façon égale entre le PPC et le PDD. Au cours des premières années du FCT, Téléfilm a administré la totalité de l'enveloppe. En 1999-2000, à la demande du conseil d'administration du Fonds, le PPC et le PDD ont administré leur part respective de l'enveloppe.

**ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE**

Production seulement – nouveaux contrats signés

Catégories	Nombre de projets*	Heures de production	Devis totaux	Devis**	Téléfilm Canada					
					FCT – Programme de participation au capital		Fonds de financement de longs métrages		Autres fonds (PPRP)	
				En milliers de dollars	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
<b>FRANÇAIS</b>										
Dramatiques	18	149,0	66 471	<b>66 471</b>	16 566	24,9	–	0,0	–	0,0
Variétés	7	18,0	4 981	<b>4 981</b>	1 309	26,3	–	0,0	–	0,0
Enfants	8	135,8	16 640	<b>16 640</b>	3 179	19,1	–	0,0	–	0,0
Documentaires	43	96,4	23 077	<b>23 077</b>	5 313	23,0	–	0,0	19	0,1
Longs métrages	5	8,2	15 309	<b>15 309</b>	2 500	16,3	–	0,0	–	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>81</b>	<b>407,3</b>	<b>126 478</b>	<b>126 478</b>	<b>28 867</b>	<b>22,8</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>19</b>	<b>0,0</b>
<b>ANGLAIS</b>										
Dramatiques	29	187,5	175 983	<b>175 983</b>	39 842	22,6	–	0,0	276	0,2
Variétés	3	3,0	3 015	<b>3 015</b>	763	25,3	–	0,0	100	3,3
Enfants	14	84,4	58 364	<b>51 397</b>	8 037	15,6	–	0,0	81	0,2
Documentaires	67	158,7	34 023	<b>33 573</b>	8 123	24,2	–	0,0	41	0,1
Longs métrages	6	10,0	20 761	<b>20 761</b>	4 935	23,8	1 098	5,3	–	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>119</b>	<b>443,6</b>	<b>292 147</b>	<b>284 729</b>	<b>61 700</b>	<b>21,7</b>	<b>1 098</b>	<b>0,4</b>	<b>498</b>	<b>0,2</b>
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>										
	16	34,3	4 388	<b>4 388</b>	1 979	45,1	0	0,0	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>885,2</b>	<b>423 013</b>	<b>415 596</b>	<b>92 546</b>	<b>22,3</b>	<b>1 098</b>	<b>0,3</b>	<b>518</b>	<b>0,1</b>

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.

\*\* Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

### »»» Longs métrages

L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon* le film de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télé-série éponyme, *PinPon* est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs

métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* d'Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violet* de Rosemary House (St. John's, Terre-Neuve).

En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance

### TWO THOUSAND AND NONE

Arto Paragamian Galafilm Productions 2000 Inc. Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'imminence de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires...



FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
12 678	19,1	18 974	28,5	2 776	4,2	838	1,3	14 639	22,0	–	0,0
410	8,2	1 256	25,2	663	13,3	214	4,3	1 129	22,7	–	0,0
3 282	19,7	5 115	30,7	1 246	7,5	200	1,2	3 618	21,7	–	0,0
4 282	18,6	4 680	20,3	1 318	5,7	553	2,4	6 587	28,5	323	1,4
1 991	13,0	225	1,5	683	4,5	1 610	10,5	8 300	54,2	–	0,0
22 644	17,9	30 251	23,9	6 687	5,3	3 415	2,7	34 272	27,1	323	0,3
30 403	17,3	39 298	22,3	20 466	11,6	13 799	7,8	22 054	12,5	9 845	5,6
372	12,3	525	17,4	131	4,3	239	7,9	474	15,7	412	13,7
4 859	9,5	8 707	16,9	8 513	16,6	5 242	10,2	4 850	9,4	11 108	21,6
4 476	13,3	9 461	28,2	2 773	8,3	1 249	3,7	5 396	16,1	2 054	6,1
3 096	14,9	673	3,2	724	3,5	2 741	13,2	5 127	24,7	2 368	11,4
43 207	15,2	58 663	20,6	32 607	11,5	23 269	8,2	37 900	13,3	25 787	9,1
0	0,0	448	10,2	819	18,7	0	0,0	1 142	26,0	0	0,0
65 851	15,8	89 361	21,5	40 113	9,7	26 684	6,4	73 315	17,6	26 110	6,3



**OPPRESSION**

r. Divers  
Icotop  
Diffusée à Télé-Québec à compter de septembre, cette série de quatre documentaires scientifiques livre les témoignages de personnes atteintes d'une maladie mentale tout en établissant l'état de la recherche sur chacune de ces maladies.

principalement des projets régionaux à petit budget. Au total, en 1999-2000, la Société a contribué à la production de 46 longs métrages et au développement de 102 nouveaux projets de longs métrages.

**Quatorze coproductions avec six pays**

Quatorze coproductions ont été signées avec l'appui du PPC cette année, qui y a alloué 4,3 millions de dollars. Les devis totaux de ces œuvres ont été de 43,7 millions de dollars. La part canadienne représentait 62 % de cette somme, dix coproductions

**Documentaires**

Miroirs d'un riche patrimoine, les documentaires donnent la parole aux diverses communautés canadiennes, dont les autochtones, célèbrent la beauté et les paysages de notre pays, tout en abordant certains des sujets les plus brûlants de l'heure, comme la préservation de la nature, le sort des minorités, l'alimentation, l'immigration, la jeunesse, la famille, les droits humains ou le rôle de la science. Des regards canadiens sur le passé, le présent et l'avenir, ici et ailleurs.

étant à majorité canadienne. Le PPC a assumé 16 % de la part canadienne des devis.

Ces projets de coproduction ont été signés avec six pays, soit la France, le Royaume-Uni, Israël, l'Australie, l'Afrique du Sud et la Chine.

**Développement de 204 projets : la télévision de l'avenir**

Développer et scénariser de nouveaux projets est de première importance, puisque notre télévision doit sans cesse se renouveler pour répondre aux attentes du public. Le PPC facilite la création en encourageant les producteurs à miser sur de nouvelles idées. C'est un partenaire important des producteurs à ce niveau, puisqu'il assume en moyenne 35 % des coûts de

**ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION**

Participation financière - Production seulement

Catégories	Total		Secteur public						Télévision éducative				
	En milliers de dollars	%	CBC/CBC - régions	CBC Newsworld	RDI	RC/RC - régions	Total	%	Télé-Québec	TVOntario/TFO	Access, Knowledge, SCN et autres	Total	%
<b>FRANÇAIS</b>													
Dramatiques	18 974	28,5	-	-	-	12 304	12 304	18,5	797	200	-	997	1,5
Variétés	1 256	25,2	-	-	-	534	534	10,7	71	482	-	553	11,1
Enfants	5 115	30,7	-	-	-	1 251	1 251	7,5	2 814	550	-	3 365	20,2
Documentaires	4 680	20,3	102	-	29	1 377	1 508	6,5	1 410	663	2	2 075	9,0
Longs métrages	225	1,5	-	-	-	25	25	0,2	-	-	-	-	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>30 251</b>	<b>23,9</b>	102	0	29	15 491	15 622	12,4	5 092	1 895	2	6 989	5,5
<b>ANGLAIS</b>													
Dramatiques	39 298	22,3	20 337	-	-	-	20 337	11,6	-	-	-	-	0,0
Variétés	525	17,4	258	-	-	-	258	8,5	-	-	-	-	0,0
Enfants	8 707	16,9	772	-	-	143	915	1,8	-	579	242	820	1,6
Documentaires	9 461	28,2	2 341	43	-	56	2 440	7,3	-	121	230	350	1,0
Longs métrages	673	3,2	150	-	-	-	150	0,7	-	-	-	-	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>58 663</b>	<b>20,6</b>	23 858	43	0	199	24 100	8,5	0	699	471	1 171	0,4
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>	<b>448</b>	<b>10,2</b>	0	0	0	0	0	0,0	0	0	74	74	1,7
<b>TOTAL</b>	<b>89 361</b>	<b>21,5</b>	23 960	43	29	15 690	39 723	9,6	5 092	2 594	547	8 234	2,0

\* Comprend les stations affiliées de CTV qui n'appartiennent pas à BATON, CHUM ou WIC.

développement des projets, qui sont considérés comme des investissements à risque. Rappelons que Téléfilm annonçait, en juin 1999, que les sommes pour le développement seraient désormais consacrées exclusivement aux PME.

Le PPC a alloué 3,8 millions de dollars à 204 projets de développement, comparativement à 3,4 millions de dollars à 180 projets l'année précédente. On note une augmentation considérable du nombre de projets issus de l'Alberta, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve, ce qui est de bon augure pour la programmation des prochaines années.

La répartition régionale est la suivante : 64 projets ont été conçus à Montréal, 44 à Toronto, 33 en Colombie-Britannique, 15 en Alberta, 9 en



### >>> Émissions pour enfants

À l'affiche des émissions pour enfants, on retrouve... des enfants petits et grands, des animaux, des magiciens, des ordinateurs et des personnages d'animation. Ils évoquent hier et aujourd'hui, aussi bien que l'an 2035. Ces émissions accompagnent les petits dans leur découverte du monde et encouragent l'apprentissage, l'imagination, la tolérance et la créativité. La reconnaissance internationale de la production canadienne pour enfants ne cesse de croître.

Saskatchewan, 6 au Manitoba, 3 en Ontario, 4 au Québec, 3 au Nouveau-Brunswick, 17 en Nouvelle-Écosse, 1 à l'Île-du-Prince-Édouard et 5 à Terre-Neuve.

Le PPC a appuyé le développement de projets dans toutes les catégories de production. Ses ressources ont été allouées ainsi : 51 % aux dramatiques, 37 % aux documentaires, 11 % aux émissions pour enfants, et moins de 1 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

### INCREDIBLE STORY STUDIO III

r. Divers  
Incredible Story Productions III  
Inc. (Minds Eye Pictures) /  
Vérité Films Inc.

Cette série unique donne l'occasion à des jeunes de partout dans le monde de tourner un court film à partir de leurs propres histoires. Elle compte plus de 125 millions d'adeptes dans le monde, notamment au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Proche-Orient, en Amérique latine, en Australie, en Afrique du Sud, en Chine, en Corée, au Japon, en Israël, en Irlande et à Singapour.

CHUM	WIC	CTV réseau (BATON)	CTV autres affiliées*	Canwest Global	Indé- pendantes	Groupe TVA	Télévision Quatre Saisons	Télévision payante	Services spécialisés	Secteur privé	
										Total	%
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
-	-	-	-	-	-	5 110	-	-	563	5 673	8,5
-	-	-	-	30	-	-	-	-	139	169	3,4
-	-	-	-	-	-	-	-	-	500	500	3,0
-	27	-	-	-	-	85	195	-	790	1 097	4,8
-	-	-	-	-	-	200	-	-	-	200	1,3
0	27	0	0	30	0	5 395	195	0	1 992	7 639	6,0
-	-	12 100	-	3 275	285	700	-	1 400	1 200	18 960	10,8
-	-	-	-	-	-	-	-	-	268	268	8,9
-	300	623	-	85	455	-	-	93	5 414	6 971	13,6
80	21	290	2	67	-	40	-	-	6 171	6 671	19,9
50	-	-	-	-	-	-	-	473	-	523	2,5
130	321	13 013	2	3 427	740	740	0	1 966	13 053	33 392	11,7
0	0	41	0	20	268	0	0	0	45	374	8,5
130	348	13 054	2	3 477	1 008	6 135	195	1 966	15 090	41 405	10,0

## SECTEUR PRIVÉ

Catégories	Total		Producteurs/ Équipes/ Services	Fonds d'aide privés	Commanditaires	Autres
	En milliers de dollars	%				
<b>FRANÇAIS</b>						
Dramatiques	2 776	4,2	1 915	350	511	-
Variétés	663	13,3	356	242	65	-
Enfants	1 246	7,5	1 046	200	-	-
Documentaires	1 318	5,7	1 010	239	20	49
Longs métrages	683	4,5	323	100	200	60
<b>Sous-total</b>	<b>6 687</b>	<b>5,3</b>	<b>4 651</b>	<b>1 131</b>	<b>796</b>	<b>109</b>
<b>ANGLAIS</b>						
Dramatiques	20 466	11,6	17 724	2 669	73	-
Variétés	131	4,3	131	-	-	-
Enfants	8 513	16,6	4 649	3 865	-	-
Documentaires	2 773	8,3	2 058	663	52	1
Longs métrages	724	3,5	724	-	-	-
<b>Sous-total</b>	<b>32 607</b>	<b>11,5</b>	<b>25 285</b>	<b>7 196</b>	<b>125</b>	<b>1</b>
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>	<b>819</b>	<b>18,7</b>	<b>614</b>	<b>101</b>	<b>22</b>	<b>82</b>
<b>TOTAL</b>	<b>40 113</b>	<b>9,7</b>	<b>30 550</b>	<b>8 429</b>	<b>942</b>	<b>192</b>

## AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière - Production seulement

Catégories	Total		Organismes fédéraux			Crédit d'impôt de Terre-Neuve	Crédit d'impôt de la Nouvelle- Écosse	Crédit d'impôt du Nouveau- Brunswick
	En milliers de dollars	%	ONF	Crédit d'impôt fédéral	Autres			
<b>FRANÇAIS</b>								
Dramatiques	14 639	22,0	-	4 691	-	-	-	-
Variétés	1 129	22,7	-	285	-	-	-	87
Enfants	3 618	21,7	-	1 142	-	-	-	148
Documentaires	6 587	28,5	225	1 245	133	-	19	141
Longs métrages	8 300	54,2	-	535	-	-	-	-
<b>Sous-total</b>	<b>34 272</b>	<b>27,1</b>	<b>225</b>	<b>7 897</b>	<b>133</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>377</b>
<b>ANGLAIS</b>								
Dramatiques	22 054	12,5	450	9 613	75	-	1 482	-
Variétés	474	15,7	-	220	60	-	-	-
Enfants	4 850	9,4	-	1 897	-	9	-	-
Documentaires	5 396	16,1	557	1 351	385	-	529	-
Longs métrages	5 127	24,7	-	1 352	-	259	-	-
<b>Sous-total</b>	<b>37 901</b>	<b>13,3</b>	<b>1 007</b>	<b>14 433</b>	<b>520</b>	<b>268</b>	<b>2 011</b>	<b>0</b>
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>	<b>1 142</b>	<b>26,0</b>	<b>165</b>	<b>0</b>	<b>808</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>73 315</b>	<b>17,6</b>	<b>1 397</b>	<b>22 330</b>	<b>1 461</b>	<b>268</b>	<b>2 030</b>	<b>377</b>

## PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Coproducteurs En milliers de dollars	Entreprises de télédiffusion En milliers de dollars	Distributeurs En milliers de dollars	Autres En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%				
<b>FRANÇAIS</b>						
Dramatiques	0	0,0	-	-	-	-
Variétés	0	0,0	-	-	-	-
Enfants	0	0,0	-	-	-	-
Documentaires	323	1,4	147	96	-	80
Longs métrages	0	0,0	-	-	-	-
<b>Sous-total</b>	<b>323</b>	<b>0,3</b>	147	96	0	80
<b>ANGLAIS</b>						
Dramatiques	9 845	5,6	1 149	-	8 696	-
Variétés	412	13,7	-	412	-	-
Enfants	11 108	21,6	3 305	68	6 887	849
Documentaires	2 054	6,1	3	1 412	410	228
Longs métrages	2 368	11,4	868	-	1 500	-
<b>Sous-total</b>	<b>25 787</b>	<b>9,1</b>	5 326	1 891	17 493	1 077
<b>LANGUES AUTOCHTONES</b>						
	0	0,0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>26 110</b>	<b>6,3</b>	5 473	1 987	17 493	1 157

Crédit d'impôt du Québec	Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt de la Colombie- Britannique	SODEC	SaskFilm	Organismes provinciaux		
						British Columbia Film	Nova Scotia Film	Autres
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
9 633	-	-	-	315	-	-	-	-
568	12	-	-	176	-	-	-	-
1 913	-	-	-	-	-	-	-	414
3 305	17	31	-	1 223	-	-	-	248
3 100	-	-	-	4 665	-	-	-	-
18 520	30	31	0	6 379	0	0	0	662
2 017	6 723	-	-	-	-	950	245	500
-	194	-	-	-	-	-	-	-
-	1 526	-	-	-	5	175	-	1 237
770	479	-	8	174	-	243	461	437
1 324	364	-	187	1 100	-	-	-	542
4 111	9 285	0	195	1 274	5	1 368	706	2 717
73	0	0	0	70	0	0	0	27
22 704	9 315	31	195	7 723	5	1 368	706	3 405

**PARTICIPATION TOTALE DES ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION CANADIENNES**

incluant les investissements et achats de droits

Entreprises de télédiffusion	Dramatiques	Variétés	Enfants	Documentaires	Longs métrages*	Total
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
<b>SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE</b>						
<b>Télévision conventionnelle</b>						
Canwest Global	3 275	30	85	87	-	<b>3 477</b>
CHUM	-	-	-	80	50	<b>130</b>
CTV - réseau (Baton)/autres affiliées	12 100	-	623	332	-	<b>13 056</b>
Indépendantes	285	13	455	255	-	<b>1 008</b>
Groupe TVA	5 810	-	-	125	200	<b>6 135</b>
Télévision Quatre Saisons	-	-	-	195	-	<b>195</b>
WIC	-	-	300	48	-	<b>348</b>
<b>Télévision éducative</b>						
Access	-	-	-	48	-	<b>48</b>
Canadian Learning Channel	-	-	-	2	-	<b>2</b>
Knowledge	-	-	-	108	-	<b>108</b>
SCN	-	-	242	148	-	<b>390</b>
Télé-Québec	797	71	2 814	1 410	-	<b>5 092</b>
TVOntario/TFO	200	482	1 129	784	-	<b>2 594</b>
<b>Télévision payante</b>						
Movie Network	-	-	-	-	455	<b>455</b>
Superchannel	1 400	-	93	-	18	<b>1 511</b>
<b>Services spécialisés</b>						
Bravo!	-	362	-	121	-	<b>482</b>
Canal D	-	-	-	699	-	<b>699</b>
Canal Famille	538	-	643	-	-	<b>1 181</b>
Comedy Network	674	-	-	-	-	<b>674</b>
Discovery Channel (The)	-	-	-	2 352	-	<b>2 352</b>
History Television	-	-	-	760	-	<b>760</b>
Life Network (The)	-	-	-	1 544	-	<b>1 544</b>
Teletoon	-	-	1 062	-	-	<b>1 062</b>
TV5	25	45	-	231	-	<b>301</b>
Vision TV	50	-	55	581	-	<b>686</b>
WTN	-	-	-	717	-	<b>717</b>
YTV	476	-	4 154	-	-	<b>4 630</b>
<b>Sous-total</b>	<b>25 630</b>	<b>1 002</b>	<b>11 656</b>	<b>10 628</b>	<b>723</b>	<b>49 639</b>
<b>SECTEUR PUBLIC</b>						
CBC réseau et stations régionales	20 337	258	772	2 443	150	<b>23 960</b>
CBC Newsworld	-	-	-	43	-	<b>43</b>
RC réseau et stations régionales	12 304	534	1 394	1 433	25	<b>15 690</b>
RDI - le réseau de l'information	-	-	-	29	-	<b>29</b>
<b>Sous-total</b>	<b>32 642</b>	<b>792</b>	<b>2 166</b>	<b>3 948</b>	<b>175</b>	<b>39 723</b>
<b>TOTAL</b>	<b>58 272</b>	<b>1 794</b>	<b>13 822</b>	<b>14 576</b>	<b>898</b>	<b>89 361</b>

\* Les droits payés par les diffuseurs pour les longs métrages étant en général inclus dans les avances de distribution, ils ne figurent donc pas tous au tableau.

## PRÉSENTATION DES ÉMISSIONS AU PUBLIC CANADIEN

Entreprises de télédiffusion				Nombre	Nombre d'heures en première diffusion
	En langues autochtones	En français	En anglais	de projets Total	
<b>SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE</b>					
<b>Télévision conventionnelle</b>					
Canwest Global	1	1	4	<b>6</b>	<b>24,3</b>
CHUM	-	-	2	<b>2</b>	<b>2,8</b>
CTV – réseau (Baton)/autres affiliées	2	-	15	<b>17</b>	<b>71,0</b>
Indépendantes	16	-	4	<b>20</b>	<b>55,8</b>
Groupe TVA	-	6	4	<b>10</b>	<b>68,7</b>
Télévision Quatre Saisons	-	1	-	<b>1</b>	<b>13,0</b>
WIC	-	2	4	<b>6</b>	<b>8,5</b>
<b>Télévision éducative</b>					
Access	-	-	4	<b>4</b>	<b>20,5</b>
Canadian Learning Channel	-	-	1	<b>1</b>	<b>1,0</b>
Knowledge	3	-	11	<b>14</b>	<b>27,8</b>
SCN	5	1	15	<b>21</b>	<b>61,7</b>
Télé-Québec	-	22	-	<b>22</b>	<b>122,5</b>
TVOntario/TFO	-	8	5	<b>13</b>	<b>77,0</b>
<b>Télévision payante</b>					
Movie Network	-	-	2	<b>2</b>	<b>3,5</b>
Superchannel	-	-	3	<b>3</b>	<b>15,0</b>
<b>Services spécialisés</b>					
Bravo!	-	6	5	<b>11</b>	<b>12,0</b>
Canal D	-	3	3	<b>6</b>	<b>41,0</b>
Canal Famille	-	2	1	<b>3</b>	<b>39,0</b>
Comedy Network	-	-	2	<b>2</b>	<b>12,0</b>
Discovery Channel (The)	-	-	6	<b>6</b>	<b>43,0</b>
History Television	-	-	6	<b>6</b>	<b>13,5</b>
Life Network (The)	-	-	5	<b>5</b>	<b>29,0</b>
Teletoon	-	-	1	<b>1</b>	<b>6,5</b>
TV5	-	13	2	<b>15</b>	<b>19,5</b>
Vision TV	2	1	16	<b>19</b>	<b>33,2</b>
WTN	1	-	8	<b>9</b>	<b>21,5</b>
YTV	-	-	9	<b>9</b>	<b>65,5</b>
<b>Sous-total</b>	<b>30</b>	<b>66</b>	<b>138</b>	<b>234</b>	<b>908,6</b>
<b>SECTEUR PUBLIC</b>					
CBC réseau et stations régionales	-	3	55	<b>58</b>	<b>158,2</b>
CBC Newsworld	-	-	1	<b>1</b>	<b>1,0</b>
RC réseau et stations régionales	-	47	2	<b>49</b>	<b>180,3</b>
RDI – le réseau de l'information	-	1	1	<b>2</b>	<b>7,5</b>
<b>Sous-total</b>	<b>0</b>	<b>51</b>	<b>59</b>	<b>110</b>	<b>347,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>117</b>	<b>197</b>	<b>344</b>	<b>1255,6</b>

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 1999-2000, les 216 projets financés correspondent à 344 projets diffusés et les 885,2 heures de production représentent 1255,6 heures de diffusion.

# CINÉMA



## FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets*	Devis totaux** En milliers de dollars	Téléfilm Canada En milliers de dollars	Répartition linguistique %
<b>FRANÇAIS</b>				
Production	12	26 616	5 290	
Modifications – production***	–	–	50	
<b>Sous-total</b>	<b>12</b>	<b>26 616</b>	<b>5 340</b>	
Scénarisation et développement	28	1 699	520	
Modifications – développement***	–	–	129	
<b>Sous-total</b>	<b>28</b>	<b>1 699</b>	<b>649</b>	
<b>Sous-total – français</b>	<b>40</b>	<b>28 315</b>	<b>5 989</b>	<b>35,9</b>
<b>ANGLAIS</b>				
Production	12	38 084	8 859	
Modifications – production***	–	–	305	
<b>Sous-total</b>	<b>12</b>	<b>38 084</b>	<b>9 164</b>	
Scénarisation et développement	74	3 248	1 036	
Modifications – développement***	–	–	487	
<b>Sous-total</b>	<b>74</b>	<b>3 248</b>	<b>1 522</b>	
<b>Sous-total – anglais</b>	<b>86</b>	<b>41 332</b>	<b>10 686</b>	<b>64,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>69 647</b>	<b>16 675</b>	<b>100,0</b>

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.

\*\* Comprend les devis totaux des coproductions.

\*\*\* Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des exercices précédents.



# FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

## FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

**D**epuis 1986, le Fonds de financement de longs métrages (FFLM) de Téléfilm Canada est le principal levier public du cinéma canadien. Grâce à son appui, près de 300 longs métrages canadiens ont été portés à l'écran, dont plusieurs constituent des classiques de notre patrimoine culturel. Le Fonds mise sur la qualité, la diversité et l'originalité, et il encourage la créativité à l'échelle nationale.

### Un exercice fructueux

L'exercice 1999-2000 a été particulièrement fructueux, avec 24 productions et 102 projets de développement, comparativement à 21 productions et 85 projets de développement pendant l'exercice précédent. Les devis des 126 projets de l'exercice représentaient près de 70 millions de dollars, si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire (17 millions de dollars). Ces résultats sont un excellent indice de la vitalité de l'industrie et de sa force créatrice à travers le pays.

Téléfilm Canada appuie le cinéma canadien par d'autres fonds et programmes. Au total, la Société a contribué cette année à la création de 46 longs métrages dont plusieurs seront aussi diffusés à la télévision en raison des normes du Fonds canadien de télévision dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Pour plus de renseignements, veuillez consulter la section *Longs métrages* du chapitre *Faits saillants* de l'exercice.

### >>> Prix Génie 2000 : Téléfilm Canada est fier du succès de ses investissements !

Le Gala des prix Génie illustre la vitalité de notre cinéma et l'immense talent de ses artisans. Neuf longs métrages financés par Téléfilm ont raflé 13 prix Génie en janvier 2000 dont ceux du Meilleur film (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamori), de la Meilleure réalisation (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), du Meilleur scénario original (*Post Mortem*, Louis Bélanger) et des Meilleures recettes aux guichets (*Les Boys II*, Melenny Productions). Les autres lauréats sont *eXistenZ* de David Cronenberg, *Souvenirs intimes* de Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* de George Bloomfield, *Dog Park* de Bruce McCulloch et *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti.

### Développement et scénarisation : un boom dans les Prairies et la région atlantique

Un bon scénario est un passeport vers la qualité et le succès. Téléfilm Canada s'avère un partenaire de premier plan de l'industrie à cet égard. En 1999-2000, elle a assumé 31 % des devis totaux des projets de développement, qui s'élevaient à 4,9 millions de dollars. Notons que la majorité des projets de l'exercice proviennent des petites et moyennes entreprises canadiennes, Téléfilm ayant annoncé, en juin 1999, que les ressources en développement seraient désormais allouées uniquement à ces compagnies.

Le Fonds a appuyé 29 projets de Montréal et 32 de Toronto, y consacrant 66 % de ses ressources.



Treize projets viennent de la Colombie-Britannique, 12 des provinces des Prairies, 14 de la région atlantique et 2 de différentes régions du Québec et de l'Ontario. L'augmentation du nombre de projets des provinces des Prairies et de l'Atlantique témoigne du dynamisme des producteurs de ces régions.

### Production : Le Fonds assume 30 % des devis de 24 longs métrages Importance des autres sources gouvernemen- tales de financement

En raison des cycles de développement et de production des longs métrages, l'éventail des projets varie d'une année à l'autre en ce qui concerne les devis des productions, le nombre et l'envergure des coproductions, et la contribution des diverses sources de financement.

Cette année, la contribution s'est révélée particulièrement déterminante. De fait, le FFLM a assumé 30 % des devis de l'exercice (14,1 millions de dollars), comparativement à 21 % en 1998-1999. Les devis de l'exercice étaient moins élevés qu'en 1998-1999, la Société ayant appuyé plusieurs premiers longs métrages de la relève.

Plusieurs projets ont obtenu l'appui d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un total de près de 2 millions de dollars, ce qui porte à près de 34 % la contribution de la Société aux projets de l'exercice. Ainsi *Possible Worlds* de Robert Lepage et *Ginger Snaps* de John Fawcett ont été appuyés à la fois par le FFLM et le PPC.

### >>> De grands noms de notre cinéma

Par l'entremise du FFLM, Téléfilm Canada a appuyé depuis 1986 la carrière de cinéastes comme Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald et Anne Wheeler. Leurs œuvres et celles de dizaines d'autres cinéastes de talent ont offert au public d'ici et d'ailleurs des images, des histoires et des personnages à nuls autres pareils.

### STARDOM

r. Denys Arcand  
Cinémaginaire inc. /  
Alliance Atlantis  
Communications inc. /  
Serendipity Point Films /  
Ciné b  
Le dernier long métrage  
du réalisateur vedette  
Denys Arcand offre un exposé  
percutant de notre culture  
obnubilée par la célébrité.  
Présenté à la soirée de clôture  
du festival de Cannes, le film  
a été sélectionné pour ouvrir  
le Festival international  
du film de Toronto.

**MARINE LIFE**

r. Anne Wheeler  
Crescent Entertainment/  
Decode Entertainment/  
Strom Haus Production  
Le dernier film de la réputée cinéaste Anne Wheeler raconte la quête d'amour d'une adolescente de 12 ans au sein d'une famille éminemment dysfonctionnelle.

Les autres sources gouvernementales ont assumé près de 31 % des devis, comparativement à 15 % en 1998-1999. Les crédits d'impôt représentent la moitié de leur apport. Téléfilm Canada a été heureuse de s'associer à l'Office national du film du Canada, au Conseil des Arts du Canada, aux gouvernements du Manitoba, du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et à d'autres organismes provinciaux pour la création de longs métrages.

Un certain nombre de projets sont des coproductions inter-provinciales entre plusieurs entre-

»»» Le Fonds encourage la relève en finançant chaque année des premiers longs métrages. C'est ainsi que de jeunes cinéastes comme Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean et Mina Shum ont fait des débuts remarquables au grand écran au cours des dernières années. À surveiller de près, les carrières prometteuses de la relève 1999-2000 en long métrage dont Claude Demers (*L'invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Kanadiana*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) et Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).

Vingt-trois pour cent des ressources du Fonds ont été allouées à la production régionale, soit approximativement la moyenne des derniers exercices. Il faut noter que deux coproductions d'envergure sont issues de la Colombie-Britannique, soit *On the Nose* (Royaume-Uni/Irlande) et *Lunch with Charles*, une coproduction avec Hong-Kong.

Le FFLM n'a appuyé aucune production de la région atlantique cette année, mais il faut mentionner que trois projets de longs métrages ont été financés par l'entremise d'autres fonds, soit *Violet* et *The Bingo Robbers* (Terre-Neuve), et *Parsley Days* (Nouvelle-Écosse). Par ailleurs, 14 projets de



prises, ce qui a facilité leur financement. Parmi ces projets, on retrouve *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* et *Saint-Jude*.

Les entreprises de télédiffusion ont maintenu leur contribution sensiblement au même montant, tandis que les fonds d'aide privés jouent un rôle plus important dans le financement de notre cinéma. Quant aux distributeurs canadiens et aux participants étrangers, ils demeurent des partenaires déterminants de l'essor du cinéma canadien.

**Répartition régionale et linguistique**

Les ressources du FFLM ont été réparties équitablement entre la production en français (36 %) et en anglais (64 %). Le Fonds a contribué à l'essor de la production en situation linguistique minoritaire en participant à deux projets en anglais à Montréal, *The Favourite Game* et *Eisenstein*.

**GINGER SNAPS**

r. John Fawcett  
Copper Heart Entertainment /  
Water Pictures  
À la veille de son 16<sup>e</sup> anniversaire, la jeune Ginger est happée par une folie destructrice sur fond de violence, de sexe et d'agression sociale. Présenté en première au Festival international du film de Toronto, ce long métrage est distribué au Canada par TVA International, aux États-Unis par Unipix, et sur la scène internationale par Lions Gate Films.

**RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS**

Production, scénarisation, développement et modifications

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
<b>FRANÇAIS</b>	9 720	44,5	7 447	48,0	11 334	54,0
<b>ANGLAIS</b>	12 116	55,5	8 065	52,0	9 666	46,0
<b>TOTAL</b>	21 836	100,0	15 512	100,0	21 000	100,0

## RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

Lieu	Nombre de projets*	Devis** En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada	
			En milliers de dollars	% du devis
Montréal	13	22 305	<b>6 365</b>	<b>28,5</b>
Toronto	6	18 234	<b>4 735</b>	<b>26,0</b>
<b>Sous-total</b>	19	40 539	<b>11 100</b>	<b>27,4</b>
Colombie-Britannique	2	5 053	<b>2 250</b>	<b>44,5</b>
Alberta	1	715	<b>336</b>	<b>47,0</b>
Saskatchewan	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Manitoba	1	273	<b>138</b>	<b>50,5</b>
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Québec (à l'exclusion de Montréal)	1	1 075	<b>325</b>	<b>30,2</b>
Nouveau-Brunswick	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Nouvelle-Écosse	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Île-du-Prince-Édouard	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Terre-Neuve	-	-	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Sous-total</b>	5	7 116	<b>3 049</b>	<b>42,8</b>
<b>TOTAL</b>	24	47 654	<b>14 149</b>	<b>29,7</b>

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

\*\* Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

**ON THE NOSE**  
r. David Caffrey  
Cadence Entertainment Inc. /  
Subotica Entertainment Ltd.  
Première coproduction  
Canada-Irlande, ce long  
métrage relate les aventures  
de Brendan, portier au Dublin  
Medical College. Aux prises  
avec des problèmes financiers,  
il renoue avec son passé  
d'ancien joueur compulsif  
et se rend au champ de  
course local, quelques  
complots bien en tête.

développement de la région atlantique ont été mis en route dans le cadre du FFLM et annoncent des exercices fructueux sur le plan du cinéma.

### Sept coproductions avec sept pays

Quatre coproductions ont été financées avec la France et d'autres pays partenaires : *Des chiens dans la neige* (France), *Desire* (Allemagne-France), *En vacances* (France-Belgique) et *Une petite fête* (Belgique/France). *Eisenstein* a été produite avec l'Allemagne, *On the Nose* est une coproduction avec la Grande-Bretagne et l'Irlande, et *Lunch with Charles* a été produite avec Hong-Kong.

Une des sept coproductions était à part égale, une autre était une majoritaire canadienne, et cinq autres étaient des minoritaires canadiennes. Les devis totaux des sept coproductions se sont élevés à près de 29 millions de dollars. Téléfilm Canada a assumé 38 % de la part canadienne des devis.



1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1993-2000	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
7 560	34,8	6 464	39,5	7 139	34,5	5 989	35,9	<b>55 653</b>	<b>41,6</b>
14 152	65,2	9 921	60,5	13 545	65,5	10 686	64,1	<b>78 151</b>	<b>58,4</b>
21 712	100,0	16 385	100,0	20 684	100,0	16 675	100,0	<b>133 804</b>	<b>100,0</b>

## ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement – nouveaux contrats signés

	Nombre de projets*	Devis totaux		Devis**		Fonds de financement de longs métrages		FCT – Programme de participation au capital		Téléfilm Canada Autres Fonds (Mini-traités et PPRP)	
		En milliers de dollars		En milliers de dollars		En milliers de dollars		En milliers de dollars		En milliers de dollars	
							%		%		%
<b>FRANÇAIS</b>	12	26 616	<b>17 760</b>	<b>5 290</b>	<b>29,8</b>	–	0,0	293	1,7		
<b>ANGLAIS</b>	12	38 084	<b>29 895</b>	<b>8 859</b>	<b>29,6</b>	1 663	5,6	–	0,0		
<b>TOTAL</b>	24	64 700	<b>47 654</b>	<b>14 149</b>	<b>29,7</b>	1 663	3,5	293	0,6		

\* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

\*\* Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

## DISTRIBUTEURS

Participation financière – Production seulement

	Total	
	En milliers de dollars	%
<b>FRANÇAIS</b>	<b>1 660</b>	<b>9,3</b>
<b>ANGLAIS</b>	<b>4 426</b>	<b>14,8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6 086</b>	<b>12,8</b>

## SECTEUR PRIVÉ

Participation financière – Production seulement

	Total		Producteurs/ Équipes/ Services	Fonds d'aide privés	Investisseurs privés	Commanditaires	Autres
	En milliers de dollars	%					
<b>FRANÇAIS</b>	<b>1 539</b>	<b>8,7</b>	900	639	–	–	–
<b>ANGLAIS</b>	<b>5 151</b>	<b>17,2</b>	2 589	2 562	–	–	–
<b>TOTAL</b>	<b>6 690</b>	<b>14,0</b>	3 489	3 201	0	0	0

## AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière – Production seulement

	Total		ONF	Conseil des arts du Canada	Organismes fédéraux Crédit d'impôt
	En milliers de dollars	%			
<b>FRANÇAIS</b>	<b>8 367</b>	<b>47,1</b>	24	117	410
<b>ANGLAIS</b>	<b>6 228</b>	<b>20,8</b>	–	15	1 255
<b>TOTAL</b>	<b>14 596</b>	<b>30,6</b>	24	132	1 665

Distributeurs		Secteur privé		Autres sources gouvernementales		Entreprises de télédiffusion		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
1 660	9,3	1 539	8,7	8 367	47,1	356	2,0	254	1,4
4 426	14,8	5 151	17,2	6 228	20,8	945	3,2	2 623	8,8
6 086	12,8	6 690	14,0	14 596	30,6	1 301	2,7	2 877	6,0

## PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

	En milliers de dollars	Total %	Coproducteurs En milliers de dollars	Distributeurs En milliers de dollars	Télédiffuseurs En milliers de dollars
<b>FRANÇAIS</b>	<b>254</b>	<b>1,4</b>	–	–	254
<b>ANGLAIS</b>	<b>2 623</b>	<b>8,8</b>	2 024	150	449
<b>TOTAL</b>	<b>2 877</b>	<b>6,0</b>	2 024	150	703

## ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

	En milliers de dollars	Total %	Entreprises de télédiffusion En milliers de dollars	Télévision payante En milliers de dollars
<b>FRANÇAIS</b>	<b>356</b>	<b>2,0</b>	356	–
<b>ANGLAIS</b>	<b>945</b>	<b>3,2</b>	75	870
<b>TOTAL</b>	<b>1 301</b>	<b>2,7</b>	431	870

Crédit d'impôt du Manitoba En milliers de dollars	Crédit d'impôt du Québec En milliers de dollars	Crédit d'impôt de l'Ontario En milliers de dollars	SODEC En milliers de dollars	British Columbia Film En milliers de dollars	Organismes provinciaux Autres En milliers de dollars
–	3 428	–	4 380	–	8
465	1 239	628	1 865	200	561
465	4 667	628	6 245	200	569

## FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

### FULL BLAST

dir. Rodrigue Jean  
Transmar – Les Films de l'île  
Inspiré du roman *L'ennemi*, de  
l'écrivain acadien Martin Pître,  
récipiendaire du prestigieux  
prix France-Acadie, *Full Blast*  
montre bien que les jeunes  
des régions, comme ceux  
des grandes villes, vivent  
à l'heure planétaire.

La politique publique de développement du long métrage canadien est actuellement en révision. Téléfilm Canada, le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie visent une politique globale, incluant les secteurs de la production, de la distribution et du marketing. On entend faire en sorte, entre autres, que le cinéma canadien soit plus visible et rejoigne de plus vastes auditoires.



Depuis 1988, les ressources financières du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages jouent un rôle à cet égard. Le Fonds intervient à plusieurs phases de la vie d'un long métrage en appuyant de multiples activités des distributeurs, de l'acquisition des droits de distribution (accordés sous forme de minimums garantis sur les recettes futures) jusqu'au lancement en salles et à la promotion.

» » » Au total, le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution de 41 longs métrages, et contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 24 longs métrages.

Le cinéma canadien fait face à une forte compétition qui exige un travail de collaboration étroit de tous les intervenants du milieu. Téléfilm encourage notamment une plus grande synergie entre les producteurs et les distributeurs et cela, le plus tôt possible dans l'évolution des projets. Cette synergie s'avère cruciale pour la mise en place de stratégies de mise en marché qui retiennent l'attention de publics cibles bien identifiés.

## Des marges de crédit selon la performance des compagnies

Le Fonds offre des marges de crédit basées sur la performance des compagnies de distribution, laquelle se mesure par les retours sur la contribution de Téléfilm et par les recettes aux guichets. Il comprend deux volets. Le Fonds principal s'adresse aux compagnies expérimentées, qui sont fortement engagées dans la diffusion d'œuvres canadiennes. Le Fonds auxiliaire appuie de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens est moindre, de façon à encourager le développement de ces entreprises et leur contribution à l'essor de notre cinéma.

» » » Les tests de marché et les tests de projection auprès de différents publics sont des outils de plus en plus utilisés par les producteurs et distributeurs de longs métrages. Quant à la promotion des produits, elle se diversifie et se modernise : de plus en plus de longs métrages ont un site Internet. Au Québec, le pourcentage atteint 35 % et la majorité des plans de marketing pour les demandes de 2000-2001 comprennent cette technologie.

## Objectif marketing

En 1999-2000, le Fonds a engagé une somme de 10,9 millions de dollars, appuyant ainsi les activités de dix entreprises de distribution. Les débours se sont élevés à 11 millions de dollars. Une somme de 8,2 millions de dollars a été allouée à de nouveaux projets, soit 5,1 millions de dollars pour les minimums garantis aux producteurs, 3 millions de dollars pour des activités de marketing et 125 000 \$ en prêts corporatifs. Une somme de 2,8 millions de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents.

Soulignons que le pourcentage du Fonds alloué au marketing atteint pour la première fois plus de 30 % des ressources consacrées aux nouveaux projets, ce qui dénote la volonté des distributeurs de mettre l'accent sur la promotion. Parmi les activités de marketing, on compte la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires (notamment à la télévision), les frais de copie de films, le déplacement en région de réalisateurs et de comédiens principaux, l'embauche d'une attachée de presse, des tests de projection, des tests de marché et la création de sites Internet.

## FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Compagnies bénéficiaires

	Fonds principal En milliers de dollars	Fonds auxiliaire En milliers de dollars	Total En milliers de dollars
<b>CRÉDITS DISPONIBLES</b>	10 523	990	11 512
<b>TOTAL</b>	<b>10 523</b>	<b>990</b>	<b>11 512</b>
<b>UTILISATION DES CRÉDITS</b>			
Alliance Releasing/Odeon Films*	2 562	-	2 562
Aska Film Distribution	-	122	122
Compagnie France Film	874	-	874
Film Tonic	805	218	1 023
Films Lions Gate	2 813	-	2 813
Films Seville	1 650	-	1 650
Motion International	933	-	933
Red Sky Entertainment	-	326	326
Remstar Distribution	599	15	614
Société de distribution Cinéma Libre	-	90	90
<b>TOTAL</b>	<b>10 236</b>	<b>771</b>	<b>11 007</b>

\* Odeon Films a été acquis par le groupe Alliance Releasing.

# MULTIMÉDIA





**FONDS POUR LE MULTIMÉDIA**

Répartition des projets par composante – incluant les modifications aux projets des années précédentes

	Nombre de projets	Devis  En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada	
			En milliers de dollars	% du devis
<b>DÉVELOPPEMENT</b>				
Français	8	1 629	494	30,3
Anglais	25	3 005	1 255	41,8
<b>Sous-total – développement</b>	<b>33</b>	<b>4 634</b>	<b>1 750</b>	<b>37,8</b>
<b>PRODUCTION</b>				
Français	6	3 256	954	29,3
Anglais	11	4 912	1 565	31,9
<b>Sous-total – production</b>	<b>17</b>	<b>8 168</b>	<b>2 519</b>	<b>30,8</b>
<b>MARKETING</b>				
Français	5	1 432	550	38,4
Anglais	10	2 470	1 043	42,2
<b>Sous-total – marketing</b>	<b>15</b>	<b>3 901</b>	<b>1 593</b>	<b>40,8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>16 703</b>	<b>5 861</b>	<b>35,1</b>

**RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS**

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement du développement, de la production et du marketing (incluant les modifications aux projets des années précédentes)

Lieu	Nombre de projets	Devis  En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada	
			En milliers de dollars	% du devis
Montréal	22	7 428	2 411	32,5
Toronto	12	2 157	898	41,6
<b>Sous-total</b>	<b>34</b>	<b>9 585</b>	<b>3 309</b>	<b>34,5</b>
Colombie-Britannique	18	3 768	1 606	42,6
Alberta	1	225	100	44,5
Saskatchewan	1	129	45	35,0
Manitoba	0	0	0	0,0
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	1	234	65	27,8
Québec (à l'exclusion de Montréal)	4	1 189	420	35,3
Nouveau-Brunswick	0	0	0	0,0
Nouvelle-Écosse	5	1 457	286	19,6
Île-du-Prince-Édouard	0	0	0	0,0
Terre-Neuve	1	117	30	25,6
<b>Sous-total</b>	<b>31</b>	<b>7 118</b>	<b>2 552</b>	<b>35,9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>16 703</b>	<b>5 861</b>	<b>35,1</b>

# FONDS POUR LE MULTIMÉDIA

**D**u côté des nouveaux médias, l'exercice 1999-2000 a été marqué par des projets de grande qualité, aux thèmes diversifiés, par une forte participation aux marchés internationaux et par des succès à l'échelle mondiale. En investissant en force le champ des nouveaux médias, les créateurs canadiens démontrent qu'ils sont à l'avant-garde sur le plan de l'innovation, tant en ce qui concerne le contenu que les nouvelles technologies.

Grâce à un budget de 30 millions de dollars répartis sur cinq exercices, soit 1998 à 2003, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada contribue à cette vitalité. Au cours de l'exercice, il a apporté un appui financier de 5,9 millions de dollars au développement, à la production et à la mise en marché d'œuvres canadiennes multimédias destinées au grand public.

Téléfilm administre le Fonds dans le même esprit que ses autres ressources : elle encourage un contenu de grande qualité, créé par des Canadiens de toutes les régions. La Société appuie des projets en français et en anglais, et accorde une attention particulière aux demandes des petites et moyennes entreprises. La Société facilite l'accès du public aux œuvres multimédias canadiennes. Elle entend faire en sorte que les entreprises canadiennes du multimédia soient plus stables et bénéficient d'assises financières plus solides.

## Résultats de l'exercice 1999-2000

Le Fonds pour le multimédia a participé au financement de 65 projets dont les devis s'élevaient à 16,7 millions de dollars. La Société a assumé 35 % des devis, comparativement à 33 % au cours du dernier exercice. Cette contribution est plus élevée que celle de Téléfilm à l'industrie du film et de la télévision. Le multimédia est encore un secteur à haut risque, dont les entreprises sont souvent sous-capitalisées et pour lequel il faut créer une nouvelle tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux.

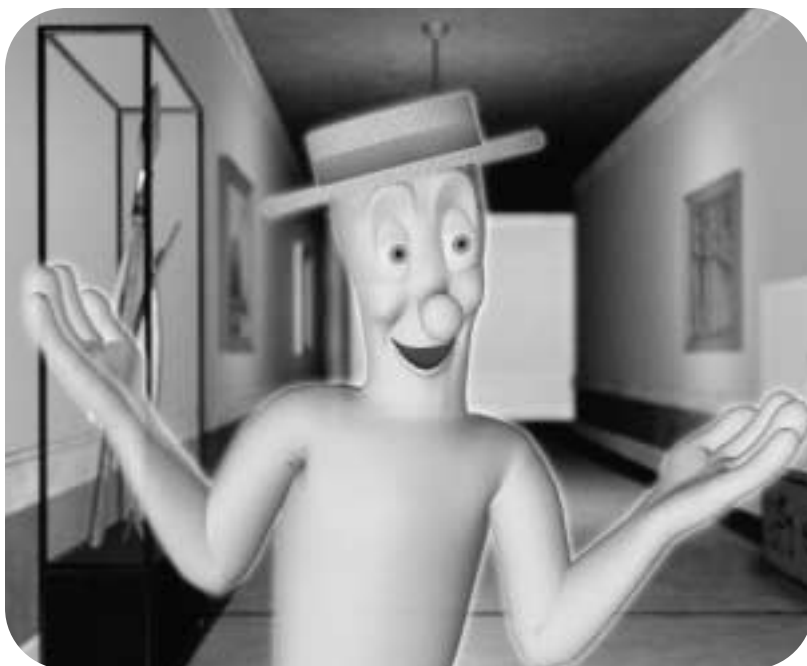
## »»» Œuvres multimédias

Les produits multimédias canadiens sont d'extraordinaires machines à voyager dans le temps et l'espace, foisonnantes de sons, d'images, d'histoires et de couleurs. On se ballade dans l'histoire du Canada de 1500 à nos jours, on s'y promène librement dans des musées imaginaires, on y visite les plus succulents pays du monde, on décrypte les messages et le pouvoir des médias, on crée des maisons virtuelles, on se familiarise avec la chimie de l'antiquité à l'ère atomique, on explore de nouvelles planètes, on y commande des flottes de vaisseaux intersidéraux et, pour finir, on y invente l'avenir, ni plus ni moins...

### MONSTER BY MISTAKE - ONLINE ADVENTURE/ MONSTRE PAR ERREUR - L'AVENTURE EN LIGNE

Cambium Entertainment/  
Catapult Productions

Depuis sa création à l'automne 1999, ce site Internet interactif destiné aux jeunes a reçu plus de 2,2 millions de visiteurs, et a remporté plusieurs prix dont le Intermedia-globe Gold Award du meilleur design au World Media Festival de Hambourg, ainsi que plusieurs prix aux Golden Internet Awards.



La Société a alloué 30 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 43 % à des projets de production et 27 % à des projets de marketing. Depuis la création du Fonds, de plus en plus de projets complètent le cycle développement-production-mise en marché. Conséquemment, les ressources allouées au marketing de projets augmentent chaque année.

Au cours de l'exercice, 66 % des fonds ont été consacrés à des projets en anglais et 34 % à des projets en français. La production régionale augmente et représente cette année près de 50 % des ressources du Fonds, mais le développement du secteur du multimédia demeure inégal au pays en raison, principalement, des mesures incitatives qui varient beaucoup d'un gouvernement provincial à l'autre.

Montréal et Vancouver se révèlent les principaux centres de multimédia du pays, avec une part respective de 41 % et de 27 % des ressources du Fonds. Des projets sont également issus des provinces des Prairies, de la région atlantique et de différentes régions du Québec et de l'Ontario, ce qui reflète l'intérêt national envers les nouvelles technologies de création.

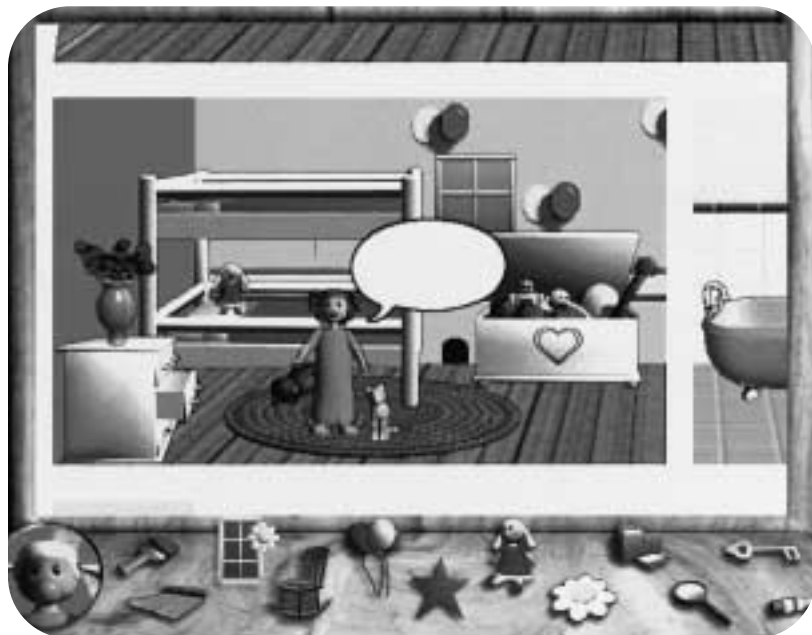
### LE MONDE SELON HEMINGWAY

r. Judith Beauregard,  
Élie Charest  
Productions Pascal Blais  
Produit dérivé du film  
d'animation *Le Vieil Homme  
et la mer*, gagnant d'un Oscar,  
ce cédé-rom ludo-éducatif  
est destiné aux jeunes entre  
12 et 17 ans. Produit en  
français et en anglais, il  
fera l'objet d'une distribution  
sur le marché américain  
à l'automne.



### Dix-sept projets de production

L'analyse de la structure financière des 17 projets de production de l'exercice démontre que l'appui du Fonds représente 31 % des devis ; le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 32 % ; les fonds d'aide privés, 5 % ; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 18 % ; les organismes fédéraux et provinciaux, 9 % ; et les participants étrangers, 5 %.



#### SUZI'S DOLLHOUSE

MMI Multimédia Interactif  
Il est rare qu'un jeu multimédia suscite autant d'intérêt : pour Suzi's Dollhouse, le distributeur a même garanti au producteur un certain nombre de ventes. Destiné aux enfants de 4 à 7 ans, le jeu multimédia permet de créer une maison de poupée virtuelle.

### 1999-2000 : une centaine de compagnies ont eu accès au Fonds

Le Fonds appuie des projets variés : documentaires, documents de référence, produits éducatifs et ludo-éducatifs, jeux d'action et de stratégie, et sites Internet. Les projets financés ont été présentés par une centaine de compagnies canadiennes, principalement des entreprises spécialisées en multimédia, mais aussi des producteurs de films et d'émissions de télévision qui diversifient leurs activités, et des maisons d'édition traditionnelles qui explorent aussi de nouvelles voies.

Plusieurs projets s'adressent spécifiquement aux enfants. Les jeunes consommateurs ont ainsi l'occasion de découvrir les nouveaux médias grâce à des produits culturels canadiens qui encouragent la connaissance et stimulent leur imagination et leur esprit de découverte.

### >>> Création d'un regroupement national

1999-2000 a vu la création d'un regroupement national des associations du multimédia, IMPAC, ce qui témoigne de la vitalité de cette industrie. Plusieurs nouveaux outils de communication ont été créés au cours de l'exercice – répertoires, guides, magazines, sites Internet – qui illustrent l'envergure, le savoir-faire et les défis d'une industrie qui compte plus de 1 000 compagnies à l'échelle canadienne.

### Cap sur la formation et sur le développement international

La Société s'assure que l'industrie de la production et de la distribution d'œuvres multimédias soit concurrentielle sur les marchés national et international. Ainsi, tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm a injecté, en 1999-2000, une somme de 500 000 \$ pour appuyer diverses activités de l'industrie.

La Société a appuyé des activités encourageant le développement professionnel et industriel du secteur du multimédia. Il s'agit principalement d'activités de formation, de recherche, de promotion et de publication des professionnels du multimédia. Le développement international des entreprises a été à l'ordre du jour. Les entreprises ont ainsi eu accès aux services logistiques et promotionnels de Téléfilm dans les événements internationaux, soit le MILIA à Cannes, le E<sup>3</sup> à Los Angeles, le MIM à Montréal et l'Atlantic Digital Media Awards (ADMF) à Baddeck, en Nouvelle-Écosse. En 2000-2001, Téléfilm participera aussi au ECTS de Londres, un marché qui ouvrira de nouvelles perspectives aux créateurs, producteurs et distributeurs canadiens.

### >>> À Téléfilm Canada, des experts-conseils en multimédia

Téléfilm Canada met à la disposition des producteurs et distributeurs de produits multimédias les services d'experts-conseils en la matière. De plus, l'industrie du multimédia bénéficie de l'expertise de Téléfilm en matière d'analyse de contenu, d'analyse financière et juridique, de marketing, de communications et de relations internationales.

[www.telefilm.gc.ca](http://www.telefilm.gc.ca)

Pour plus de renseignements sur Téléfilm Canada et l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias.

# ÉTATS FINANCIERS

\$

,

)

%

# RAPPORT DE LA DIRECTION

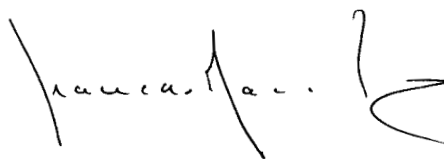
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque 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 garantie raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les éléments de l'actif 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. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable

que les opérations sont conformes à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, 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 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 rapports s'y rattachant; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et, peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien.



Le directeur général  
François Macerola



Le directeur, finances et administration  
Danny Chalifour

Montréal, Canada  
Le 26 mai 2000

# RAPPORT DU VÉRIFICATEUR À LA MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN

**J**'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2000 et les états des résultats 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. 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 égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2000 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus. Conformément aux exigences de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, 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, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour le vérificateur général du Canada



Richard Flageole, FCA  
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada  
Le 26 mai 2000

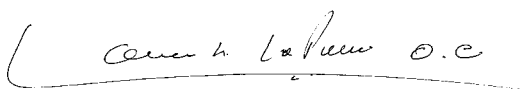
**BILAN**

31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
<b>ACTIF</b>		
<b>Actif à court terme</b>		
À recevoir du Canada (note 3)	<b>31 454</b>	27 777
Prêts (note 4)	<b>1 348</b>	1 075
Débiteurs	<b>4 090</b>	5 242
Frais payés d'avance	<b>540</b>	681
	<b>37 432</b>	34 775
<b>Prêts</b> (note 4)	<b>4 399</b>	5 340
<b>Investissements</b>	<b>109</b>	109
<b>Immobilisations</b> (note 5)	<b>2 113</b>	1 816
	<b>44 053</b>	42 040

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :


Laurier L. LaPierre, O.C.  
Président

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
<b>PASSIF ET AVOIR DU CANADA</b>		
<b>Passif à court terme</b>		
Créditeurs et frais courus	<b>7 339</b>	8 145
<b>Passif à long terme</b>		
Provision pour prestations de cessation d'emploi	<b>440</b>	773
Avantages incitatifs reportés sur bail	<b>879</b>	83
Aide en capital reportée (note 6)	<b>2 113</b>	1 816
Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	<b>996</b>	-
	<b>4 428</b>	2 672
<b>Avoir du Canada</b>	<b>32 286</b>	31 223
Engagements (note 12)		
Éventualités (note 14)		
	<b>44 053</b>	42 040

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :



François Macerola  
Directeur général



**ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA**

Exercice terminé le 31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	Investissements	Récupération sur investissements	2000 Montant net	1999 Montant net
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
<b>DÉPENSES DE SUPPORT</b>				
<b>Production et développement</b>				
Fonds canadien de télévision (note 10)	95 763	(11 524)	84 239	97 029
Fonds de financement de longs métrages	17 537	(3 065)	14 472	17 256
Multimédia	5 719	(298)	5 421	1 103
Programme de partage des revenus de production	1 702	(476)	1 226	985
Coproductions officielles	1 286	(437)	849	1 631
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	211	(984)	(773)	104
Autres	411	(89)	322	329
	<b>122 629</b>	<b>(16 873)</b>	<b>105 756</b>	<b>118 437</b>
<b>Distribution et marketing</b>				
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	10 007	(6 337)	3 670	5 829
Marketing national et international	1 228	(155)	1 073	1 389
	<b>11 235</b>	<b>(6 492)</b>	<b>4 743</b>	<b>7 218</b>
<b>Doublage et sous-titrage</b>				
	<b>2 087</b>	<b>(1 216)</b>	<b>871</b>	<b>851</b>
<b>Activités complémentaires</b>				
Développement préprofessionnel	2 285	-	2 285	1 300
Développement industriel et professionnel	1 957	-	1 957	1 536
Subventions aux festivals canadiens	1 908	-	1 908	1 879
Participation aux marchés étrangers	842	-	842	724
Publicité, promotion et publications	547	-	547	457
Participation aux festivals étrangers	485	-	485	520
Autres	170	-	170	183
	<b>8 194</b>	<b>-</b>	<b>8 194</b>	<b>6 599</b>
	<b>144 145</b>	<b>(24 581)</b>	<b>119 564</b>	<b>133 105</b>
<b>DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT</b> (note 11)			<b>17 436</b>	15 770
<b>COÛT DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE</b>			<b>137 000</b>	148 875
<b>REVENUS</b>				
Intérêts sur prêts			(26)	(161)
Autres intérêts			(326)	(264)
Frais de gestion			(9)	(33)
Autre contribution (note 9)			(1 000)	-
			<b>(1 361)</b>	<b>(458)</b>
<b>COÛT NET DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE AVANT FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL</b>			<b>135 639</b>	148 417
<b>FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL</b>				
Crédit parlementaire pour l'exploitation			77 605	78 301
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8)			58 099	64 291
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 6)			998	579
			<b>136 702</b>	<b>143 171</b>
<b>BÉNÉFICE NET (PERTE NETTE) D'EXPLOITATION</b>			<b>1 063</b>	(5 246)
<b>AVOIR DU CANADA AU DÉBUT</b>			<b>31 223</b>	36 469
<b>AVOIR DU CANADA À LA FIN</b>			<b>32 286</b>	31 223

Voir les notes afférentes aux états financiers.

**ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE**

Exercice terminé le 31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>		
Bénéfice net (perte nette) d'exploitation	<b>1 063</b>	(5 246)
Ajustements pour		
Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux	<b>3 756</b>	(479)
Radiations de prêts non-provisionnés	-	39
Amortissement des immobilisations	<b>446</b>	529
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	<b>541</b>	44
Augmentation (diminution) de la provision pour cessation d'emploi	<b>(333)</b>	16
Augmentation (diminution) des avantages incitatifs reportés sur bail	<b>796</b>	(27)
Amortissement de l'aide en capital reportée	<b>(998)</b>	(579)
Augmentation de l'obligation découlant d'un contrat de location-exploitation	<b>996</b>	-
	<b>6 267</b>	(5 703)
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Diminution (augmentation) des débiteurs	<b>1 152</b>	(1 329)
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	<b>141</b>	(53)
Diminution des créiteurs et frais courus	<b>(806)</b>	(3 584)
	<b>6 754</b>	(10 669)
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>		
Crédit parlementaire – aide en capital	<b>1 295</b>	163
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>		
Prêts	<b>(4 649)</b>	(5 568)
Encaissements de prêt	<b>1 561</b>	5 971
Investissements	-	(75)
Acquisition d'immobilisations	<b>(1 295)</b>	(163)
Produit sur l'aliénation d'immobilisations	<b>11</b>	6
	<b>(4 372)</b>	171
<b>AUGMENTATION (DIMINUTION) DES LIQUIDITÉS</b>	<b>3 677</b>	(10 335)
<b>À RECEVOIR DU CANADA AU DÉBUT</b> <small>(note 3)</small>	<b>27 777</b>	38 112
<b>À RECEVOIR DU CANADA À LA FIN</b> <small>(note 3)</small>	<b>31 454</b>	27 777

Voir les notes afférentes aux états financiers.

## 1. STATUT ET ACTIVITÉS

La Société a été constituée en 1967 par la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est vue confier la gestion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi le 1<sup>er</sup> juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de la radiotélédiffusion ainsi que la gestion de nouveaux programmes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, le ministre du Patrimoine canadien a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds de production des câblo-distributeurs. Deux programmes d'aide financière composent le FCT : le programme de participation au capital et le programme de droits de diffusion. La Société s'est vue confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds pour le multimédia.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la Loi sur la gestion des finances publiques selon les dispositions de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

### a) Sources de financement de la Société

La Société obtient des fonds principalement du gouvernement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisition d'immobilisations est comptabilisée comme aide en capital reportée au bilan, et est amortie selon la même base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte. L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

### b) Liquidité et montant à recevoir du Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à recevoir du Canada est composé des recettes cumulatives non utilisées et des déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant.

### c) Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts. Les investissements sont comptabilisés comme suit :

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.
- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation, autres que ceux assortis d'une obligation de remboursement préétablie, ainsi que les investissements ne prévoyant pas de récupération sont imputés aux résultats à titre de dépenses de support. Ces dépenses sont comptabilisées dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou exigibles.
- Les récupérations sur investissements autres que ceux reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui excède le montant de l'investissement est comptabilisée comme revenu.

### d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions de télévision canadiennes, de longs métrages et de produits multimédias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour perte sur les prêts douteux. La provision pour pertes est établie en examinant chaque prêt individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur.

Un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt. Quand un prêt est jugé douteux, la valeur comptable du prêt est réduite à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

### e) Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sauf pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

### f) Autres revenus d'intérêts

Les autres revenus d'intérêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et représentent les montants chargés sur les sommes dues à la Société, autres que les prêts, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant individuellement.

**g) Immobilisations**

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants :

Élément d'actif	Méthode	Taux
Installations informatiques	Dégressif	20 %
Logiciels	Linéaire	5 ans
Mobilier et équipement	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	Durée des baux

**h) Prestations de cessation d'emploi**

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces prestations est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés.

**i) Régime de retraite**

Les employés admissibles participent au régime de retraite administré par le gouvernement du Canada. Les employés et la Société partagent également le coût du régime. Cette contribution représente la responsabilité totale de la Société. Les contributions pour les services courants et pour les services antérieurs admissibles sont imputées aux résultats de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique.

**j) Incertitude relative à la mesure**

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus 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 et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les prestations de cessation d'emploi et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

**3. À RECEVOIR DU CANADA**

Le solde à recevoir du Canada comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Recettes cumulatives non utilisées	25 019	19 926
Déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant	6 435	7 851
	<b>31 454</b>	<b>27 777</b>

**4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES**

Les prêts d'une valeur comptable de 8 394 852 \$ (5 020 537 \$ en 1999) octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt-quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

	Montant En milliers de dollars	Provision pour pertes En milliers de dollars	2000 Montant net En milliers de dollars	1999 Montant net En milliers de dollars
Prêts	<b>5 747</b>	-	<b>5 747</b>	6 251
Prêts douteux	<b>4 161</b>	<b>(4 161)</b>	-	164
	<b>9 908</b>	<b>(4 161)</b>	<b>5 747</b>	6 415
Moins portion à court terme	<b>2 676</b>	<b>(1 328)</b>	<b>1 348</b>	1 075
Portion à long terme	<b>7 232</b>	<b>(2 833)</b>	<b>4 399</b>	5 340

**4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES (SUITE)**

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Solde au début	<b>525</b>	1 004
Radiations	<b>(120)</b>	-
Recouvrements	<b>(272)</b>	(510)
Provision	<b>4 028</b>	31
<b>Solde à la fin</b>	<b>4 161</b>	525

**5. IMMOBILISATIONS**

	Prix coûtant En milliers de dollars	Amortissement cumulé En milliers de dollars	2000 Valeur nette En milliers de dollars	1999 Valeur nette En milliers de dollars
Améliorations locatives	<b>1 391</b>	<b>518</b>	<b>873</b>	314
Logiciels	<b>3 558</b>	<b>2 885</b>	<b>673</b>	496
Installations informatiques	<b>2 019</b>	<b>1 511</b>	<b>508</b>	784
Mobilier et équipement	<b>1 045</b>	<b>986</b>	<b>59</b>	222
	<b>8 013</b>	<b>5 900</b>	<b>2 113</b>	1 816

**6. AIDE EN CAPITAL REPORTÉE**

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Solde au début	<b>1 816</b>	2 232
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	<b>1 295</b>	163
Amortissement de l'aide en capital reportée	<b>(998)</b>	(579)
<b>Solde à la fin</b>	<b>2 113</b>	1 816

**7. OBLIGATION DÉCOULANT D'UN CONTRAT DE LOCATION-EXPLOITATION**

Durant l'exercice terminé le 31 mars 2000, la Société a cessé d'utiliser un bien pour lequel elle avait signé un bail à long terme. Le loyer net futur lié au bail a été constaté à la dépense et au passif au cours de l'exercice.

**8. CONTRIBUTIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN**

Les contributions reçues du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Fonds Canadien de télévision – Programme de participation au capital	<b>49 775</b>	57 241
Multimédia	<b>5 750</b>	5 750
Développement préprofessionnel	<b>2 400</b>	1 300
Autre	<b>174</b>	-
	<b>58 099</b>	64 291

**9. AUTRE CONTRIBUTION**

La Société a reçu une contribution de 1 000 000 \$ du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes en langues autochtones.

**10. FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL**

Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

	Société En milliers de dollars	Ministère En milliers de dollars	2000 Total En milliers de dollars	1999 Total En milliers de dollars
<b>Investissements</b>				
Émissions canadiennes	<b>47 798</b>	<b>39 319</b>	<b>87 117</b>	93 082
Longs métrages	-	<b>8 646</b>	<b>8 646</b>	16 067
	<b>47 798</b>	<b>47 965</b>	<b>95 763</b>	109 149
<b>Récupération sur investissements</b>	<b>(8 159)</b>	<b>(3 365)</b>	<b>(11 524)</b>	(12 120)
	<b>39 639</b>	<b>44 600</b>	<b>84 239</b>	97 029

**11. DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT**

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	<b>8 490</b>	8 480
Location, taxes, chauffage et électricité	<b>1 623</b>	2 141
Honoraires professionnels	<b>1 428</b>	1 440
Frais de bureau	<b>1 171</b>	1 041
Voyages	<b>695</b>	717
Perte sur disposition d'immobilisations	<b>541</b>	44
Amortissement	<b>446</b>	529
Frais de relocalisation	<b>231</b>	108
Publicité et publications	<b>206</b>	279
Télécommunications	<b>201</b>	208
Frais de représentation	<b>80</b>	61
<b>Sous-total</b>	<b>15 112</b>	15 048
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	<b>366</b>	722
Perte découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	<b>1 958</b>	-
<b>TOTAL</b>	<b>17 436</b>	15 770

**12. ENGAGEMENTS****a) Projets**

Au 31 mars 2000, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

	Société En milliers de dollars	Ministère En milliers de dollars	Total En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision			
– Programme de participation au capital	<b>14 098</b>	<b>7 980</b>	22 078
Autres programmes	<b>7 158</b>	<b>1 829</b>	8 987
	<b>21 256</b>	<b>9 809</b>	31 065

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des déboursés de 319 918 \$. En vertu du Programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 2000 des fonds totalisant 1 789 048 \$ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

**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 :

	Total En milliers de dollars
2001	<b>2 616</b>
2002	<b>2 638</b>
2003	<b>2 568</b>
2004	<b>1 141</b>
2005	<b>672</b>
2006-2015	<b>5 379</b>
	<b>15 014</b>

**13. 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.

**14. ÉVENTUALITÉS**

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 \$. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2000 totalisent 1 452 379 \$ (1999 – 2 660 961 \$). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes; par conséquent, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société. Si jamais de telles dépenses étaient engagées, elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

**15. JUSTE VALEUR COMPTABLE DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS**

La valeur comptable des investissements, des débiteurs et des créditeurs et frais courus correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relativement brèves.

Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclus :

	2000		1999	
	Valeur comptable En milliers de dollars	Juste valeur En milliers de dollars	Valeur comptable En milliers de dollars	Juste valeur En milliers de dollars
Prêts à court terme	<b>1 348</b>	<b>1 236</b>	1 075	952
Prêts à long terme	<b>4 399</b>	<b>3 690</b>	5 340	4 524

Les justes valeurs des prêts ont été déterminées par l'actualisation des flux de trésorerie futurs prévus aux termes des mécanismes de prêts actuels, à des taux d'actualisation équivalents au taux d'intérêt pratiqué sur le marché pour des instruments financiers qui présentent essentiellement les mêmes conditions et caractéristiques.

**16. CHIFFRES COMPARATIFS**

Certains chiffres comparatifs de 1999 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2000.