

Rapport annuel

2000-2001



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 <i>www.telefilm.gc.ca</i>
Halifax	1684, rue Barrington 3 ^e étage Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2A2 Téléphone : (902) 426-8425 Télécopieur : (902) 426-4445
Toronto	2, rue Bloor Ouest 22 ^e 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

* 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

Impression

Integria Inc.



Table des matières

Téléfilm Canada, un investisseur culturel en cinéma, télévision et nouveaux médias	7
Message de la présidente du conseil d'administration	9
Les membres du conseil d'administration ont la parole	13
Régie de la Société	14
Message du directeur général	15
Téléfilm Canada au travail Faits saillants des cinq dernières années	18
Résultats financiers 2000-2001	20
Engagements 2000-2001	21
D'un océan à l'autre	22
FAITS SAILLANTS	
Une année historique : nouvelle Politique canadienne du long métrage	28
Production et développement	30
Rayonnement de l'industrie canadienne	32
Formation et développement professionnel	34
Relations internationales	35
Au cœur de la création	38
TÉLÉVISION	
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	42
LONGS MÉTRAGES	
Fonds de financement de longs métrages	56
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	62
Nouveau Fonds du long métrage du Canada	64
NOUVEAUX MÉDIAS	
Fonds pour le multimédia	68
ÉTATS FINANCIERS	74

Laurier L. LaPierre, O.C.*

Président
Ottawa (Ontario)

Jeanine C. Beaubien, O.C.

Vice-présidente
Montréal (Québec)

Bluma Appel

Membre
Toronto (Ontario)

Ronald S. Bremner

Membre
Calgary (Alberta)

Louise Pelletier

Membre
Montréal (Québec)

Elvira Sánchez de Malicki

Présidente du comité de vérification
et des finances
Etobicoke (Ontario)

Sandra Macdonald

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

François Macerola

Directeur général

Danny Chalifour

Directeur – finances et administration

Danielle Dansereau

Directrice – communications
et affaires publiques

Guy DeRepentigny

Directeur – politiques,
planification et recherches

Peter Katadotis

Directeur – opérations canadiennes

Stella Riggi

Directrice – ressources humaines

Johanne St-Arnauld

Directrice – relations internationales

John P. Pelletier

Conseiller juridique général
Secrétaire du Conseil d'administration

* M. LaPierre a quitté le C.A. le 13 juin 2001

Lettre à la Ministre

Montréal, le 29 juin 2001

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 33^e 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 2001.

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

La présidente,



Jeanine C. Beaubien, O.C.

François Macerola

Directeur général

OPÉRATIONS CANADIENNES

Peter Katadotis

Directeur – opérations canadiennes

Bureau de l'Ontario

Karen Franklin

Directrice – opérations

Ontario

John Fulton

Directeur – unité d'affaires
longs métrages et multimédia

John Galway

Directeur – unités d'affaires
télévision

Bureau du Québec

Joëlle Levie

Directrice – opérations

Québec

Pierre Even

Directeur – unité d'affaires
longs métrages

Michel Pradier

Chef – unité d'affaires
télévision

Bureau de la région de l'Atlantique

Ralph Holt

Directeur – opérations
Région de l'Atlantique

Bureau de la région de l'Ouest

Elizabeth Friesen

Directrice – opérations

Région de l'Ouest

John Dippong

Directeur – unité d'affaires
longs métrages

Lauren Davis

Directrice – unité d'affaires
télévision

COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

Danielle Dansereau

Directrice – communications
et affaires publiques

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chalifour

Directeur – finances et administration

Marina Darveau

Contrôleure

Carolle Brabant

Directrice – systèmes, technologies
et gestion des contrats

POLITIQUES, PLANIFICATION ET RECHERCHES

Guy DeRepentigny

Directeur – politiques,
planification et recherches

RELATIONS INTERNATIONALES

Johanne St-Arnauld

Directrice – 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 P. Pelletier

Conseiller juridique général et
Secrétaire du conseil d'administration

Téléfilm Canada, un investisseur culturel en cinéma, télévision et nouveaux médias

TÉLÉFILM CANADA EN BREF

En tant qu'investisseur appuyant des œuvres à contenu canadien élevé, destinées à la télévision, au cinéma et aux nouveaux médias, Téléfilm Canada répond aux aspirations culturelles des Canadiens.

La Société offre à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité – longs métrages, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et produits pour les nouveaux médias – reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle. En 2000-2001, Téléfilm Canada a ainsi appuyé le développement et la production de près de 800 projets.

Le soutien de la Société favorise aussi la plus large diffusion possible des œuvres canadiennes au pays et à l'étranger en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de l'industrie dans les festivals, marchés et autres événements nationaux et internationaux.

Téléfilm accorde surtout des investissements en production mais aussi des avances, des prêts, des cautionnements de prêts, des marges de crédit et des subventions. Les sommes qu'elle récupère sont réinvesties dans l'industrie.

Téléfilm Canada administre par ailleurs les accords de coproduction du Canada avec 57 pays et agit à titre d'expert conseil en matière de développement culturel, tant au pays qu'à l'étranger.

La Société relève du ministère du Patrimoine canadien. Elle a cinq bureaux dont quatre au Canada, soit à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax, et un bureau européen, à Paris.

En 2000-2001, la contribution de Téléfilm Canada à l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias a été de 179,4 millions de dollars.

LES GRANDES ÉTAPES DE L'HISTOIRE DE TÉLÉFILM CANADA

1967

Le gouvernement du Canada alloue 10 millions de dollars à la nouvelle Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC), créée dans le but de soutenir l'industrie du cinéma. Cette somme se révélera rapidement insuffisante.

1968

Ouverture des bureaux de la Société à Montréal et à Toronto.

Les années 70 : des ressources enfin stables et permanentes

1971

Le gouvernement du Canada accorde 10 millions de dollars additionnels à la Société, ce qui porte la contribution gouvernementale à 20 millions de dollars.

1976

Le budget de la SDICC augmente de 5 millions de dollars pour atteindre 25 millions de dollars et le gouvernement décide de financer la SDICC par l'entremise d'une allocation parlementaire annuelle.

Les années 80 : la décennie du boom

1983

Création du Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision dans le but de donner une nouvelle impulsion à la télévision canadienne. À cette époque, 85 % des émissions présentées aux heures de grande écoute sur les ondes canadiennes étaient étrangères.

1984

La SDICC prend le nom de Téléfilm Canada pour mieux refléter l'éventail de ses activités du côté du film et de la télévision.

Ouverture des bureaux de Vancouver et de Halifax. Téléfilm Canada prend aussi la responsabilité du bureau de Paris et du bureau des festivals, qui relevaient auparavant du ministère des Communications. La même année, la Société verra augmenter ses responsabilités quant au développement des projets et à leur mise en marché au pays et à l'étranger.

1986

Création du Fonds de financement de longs métrages afin de soutenir les œuvres des cinéastes canadiens. Ce fonds jouera un rôle déterminant quant à l'essor de notre cinéma.

1988

Création du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages, qui offre aux compagnies de distribution canadiennes la possibilité d'obtenir une marge de crédit, afin d'assurer la plus large diffusion possible des films canadiens sur les marchés.

Les années 90 : diversification et augmentation des partenariats nationaux et internationaux

1996

Création du Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes (maintenant appelé le Fonds canadien de télévision), un partenariat public-privé innovateur entre le gouvernement du Canada et l'industrie de la télévision par câble, dont le budget est d'environ 215 millions de dollars. Téléfilm Canada administre le Programme de participation au capital de ce fonds.

1998

Création du Fonds pour le multimédia, doté de 30 millions de dollars pour une période de cinq ans. Ce fonds a pour but d'appuyer la créativité à l'ère numérique et de permettre à l'industrie canadienne de se positionner favorablement dans le champ des nouvelles technologies.

Parallèlement, le nombre de coproductions internationales croît considérablement depuis 1995, les devis totaux augmentant de 250 millions de dollars à plus d'un demi-milliard de dollars.

Le III^e millénaire : une vision à longue échéance

2000

Lancement d'une nouvelle Politique canadienne du long métrage intitulée *Du scénario à l'écran*. Le nouveau Fonds du long métrage du Canada est un élément clé de cette politique. Le FLMC est entré en vigueur le 1^{er} avril 2001 et son budget annuel est de 100 millions de dollars par année, soit le double des ressources disponibles auparavant pour le long métrage.

2001-2002

Lancement d'un plan d'affaires quinquennal pour les exercices 2001-2002 à 2005-2006, qui inspirera les investissements et les initiatives régionales, nationales et internationales de Téléfilm Canada.

Pour plus de renseignements : www.telefilm.gc.ca

Message de la présidente du conseil d'administration

Au Festival international du film de Cannes 2001 s'est produit ce qui apparaît à première vue comme un véritable miracle culturel. La Caméra d'or du Meilleur premier long métrage a été décernée au cinéaste inuit Zacharias Kunuk pour *Atanarjuat (L'Homme nu)*, un long métrage inspiré d'une légende inuite, tourné à Igloodik, dans le Grand Nord canadien, avec des comédiens amateurs inuits.

Miracle, vraiment, ce prix international décerné à une production en inuktitut, venue du bout du monde ? Je pense qu'il faut plutôt souligner que ce film remarquable est né d'une passion, celle de raconter des histoires et de tourner des images, et d'un besoin impérieux de témoigner, puisqu'il recrée une légende ancestrale, transmise précieusement de génération en génération. Zacharias Kunuk a su créer, à partir de la tradition orale de son peuple, un produit éminemment moderne, un long métrage !

Lui et son équipe ont fait œuvre de pionniers. Ils ont démontré qu'un film créé en toute sincérité et simplicité, en dehors des centres de financement, de production et de diffusion, pouvait s'avérer un chef-d'œuvre, recevoir les plus grands éloges et faire le tour du monde.

L'exemple d'*Atanarjuat* est d'autant plus intéressant qu'il illustre en quelque sorte la grande aventure du cinéma canadien. Avec peu de moyens et un marché intérieur limité, mais avec beaucoup de détermination, de talent et même d'ambition, le cinéma canadien s'est peu à peu imposé à travers le monde par ses qualités uniques. Chaque cinéaste, à sa façon, ouvre des portes. Il en est de même des artistes et des artisans de notre télévision, et maintenant, des nouveaux médias.

La carrière de Zacharias Kunuk en long métrage ne fait que commencer : sa prochaine œuvre racontera les premières rencontres entre les Inuits et les missionnaires. Une histoire passionnante, comme il y en a des milliers au Canada. Certaines ont déjà été racontées et font partie de notre patrimoine culturel, mais bien d'autres, tout aussi fascinantes, restent à découvrir. Il faut faire en sorte que ces histoires inédites prennent vie, dans toutes les régions, en français, en anglais, en langues autochtones et, pourquoi pas, dans d'autres langues parlées au pays, et viennent témoigner de notre diversité culturelle et linguistique, enfin pleinement assumée.



Un appui public essentiel

Le gouvernement canadien appuie avec beaucoup de force et de conviction le développement culturel de ce pays. Et ses investissements ont du succès, comme le démontrent l'exemple d'*Atanarjuat* et une trentaine de prix internationaux récoltés chaque année.

Sur le plan du long métrage, l'exercice 2000-2001 constitue une année historique. En octobre dernier, en annonçant la nouvelle Politique canadienne du long métrage et la création du Fonds du long métrage du Canada, doté d'un budget de 100 millions de dollars par année, la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, lançait un message clair : le cinéma est plus que jamais prioritaire, donnons-lui enfin les moyens de ses ambitions. La création du Fonds a été une opération d'envergure, un travail conjoint du ministère du Patrimoine canadien, de Téléfilm Canada et de l'industrie du cinéma de toutes les régions, dont l'apport s'est révélé très important au cours de nos nombreuses consultations.

L'heure est aux partenariats des secteurs public et privé. Le partenariat avec le Fonds canadien de télévision continue d'être fructueux et nous avons travaillé avec le comité consultatif du Fonds pour le multimédia comme nous collaborerons avec le groupe consultatif permanent du Fonds du long métrage du Canada nommé par la ministre du Patrimoine canadien. Ce dialogue permanent avec des représentants clés du secteur privé nous permet de ne jamais perdre de vue les besoins concrets de l'industrie.

Une cuvée remarquable

Sur le plan de la création et du rayonnement des produits canadiens, l'exercice 2000-2001 a été exemplaire à plus d'un titre :

- record des projets en développement et en production ;
- record de la production issue des régions, de St-Jean (Terre-Neuve) à Victoria (Colombie-Britannique) ;
- nombreux succès d'auditoires à la télévision et en salles ;
- record de la participation canadienne aux marchés internationaux ;
- présence canadienne remarquable dans les grands festivals internationaux dont Cannes, Berlin, Rotterdam, Annecy et Sundance.

Grâce à des scénaristes et à des réalisateurs de grand talent, la production canadienne continue d'illustrer les multiples facettes de l'expérience humaine.

Mentionnons, entre autres, les dramatiques *Fortier*, *2 Frères*, *Cold Squad*, *Da Vinci's Inquest*, *Blue Murder*, *Lucky Girl*, *The Sheldon Kennedy Story*, *Made in Canada* ; les émissions pour enfants *Screech Owls*, *Sciences Point Com*, *Incredible Story Studio*, *Eckhart*, *Ollie's Under-the-Bed Adventures* ; les documentaires *Jailhouse Romance*, *My Left Breast*, *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler*, *Quiet Places*, *The Disciples*, *Les 30 journées qui ont fait le Québec*, *Une Révolution tranquille – une histoire populaire du Québec et T'lina*, *The Rendering of Wealth* ; et des variétés, telles *Un air de famille* et *Adventures in Comedy*.

La cuvée des longs métrages comprend *Maelström* de Denis Villeneuve, *waydowntown* de Gary Burns, *The Law of Enclosures* de John Greyson, *Lost and Delirious* de Léa Pool, *Love Come Down* de Clement Virgo, *Hey, Happy!* de Noam Gonick et *La Femme qui boit* de Bernard Émond, qui ont reçu un excellent accueil international. La France a rendu un hommage bien mérité à David Cronenberg : rétrospective et exposition au Centre culturel canadien à Paris et à l'Espace Cardin, publication spéciale des *Cahiers du cinéma*, etc. Ici, au pays, il faut rappeler le succès de *Hochelaga*, de *Les Boys II*, de *15 février 1839*, de *New Waterford Girl* et de *Parsley Days*.

Du côté des nouveaux médias, *The Toy Castle Website*, *Cyber Film School*, *Buddy Brush and the Painted Circus*, *Encyclopedia of British Columbia*, *La Nouvelle-France – Sur la route des explorateurs* et le site Internet *Izzigo* (sur la série *Contes pour tous*) illustrent le génie canadien en matière de nouvelles technologies de création.

Un plan d'affaires à longue échéance

En 2001-2002, le budget de Téléfilm sera de quelque 225 millions de dollars. La Société sera plus active et présente que jamais dans tous les secteurs d'activité de l'industrie, du développement des projets à leur rayonnement international. Notre action sera guidée par notre nouveau plan d'affaires, un plan d'envergure qui couvre les exercices 2001-2006.

Ce plan reflète un vaste consensus au sein du conseil d'administration et de l'ensemble de l'équipe de Téléfilm Canada. Il réaffirme et précise la mission fondamentale de Téléfilm Canada, qui est d'investir dans la production de contenus nationaux de grande qualité afin de répondre aux aspirations culturelles de tous les Canadiens. En soutenant les industries du film, de la télévision et des nouveaux médias, Téléfilm Canada appuiera et encouragera une plus grande diversité de voix et de modes d'expression, qui rejoignent des auditoires de plus en plus larges, autant au Canada qu'à l'étranger.

Face à un milieu en constante évolution, Téléfilm Canada entend aussi améliorer sa régie, son infrastructure et ses outils de gestion, miser sur la compétence et l'expertise professionnelle de son équipe, s'investir encore davantage dans le développement de relations internationales fructueuses et durables, tout en privilégiant une meilleure synergie d'entreprise et une plus grande cohésion des communications institutionnelles.

Le plan d'affaires s'articule autour de quatre grands objectifs :

- appuyer les productions canadiennes originales et de grande qualité ;
- accroître les auditoires et le nombre d'utilisateurs des produits canadiens ;
- appuyer et stimuler la diversité culturelle du Canada, sa dualité linguistique ainsi que les modes d'expression tels qu'ils se manifestent dans l'ensemble des genres, des formats, des entreprises et des régions ;
- être une société d'État responsable et d'avant-garde faisant appel aux pratiques d'affaires les plus novatrices.

Comité sur la diversité linguistique et culturelle

Téléfilm Canada entend mieux refléter l'évolution démographique du Canada et de sa mosaïque culturelle. La Société a créé un comité dont le but est de réviser les politiques et les processus de ses programmes pour encourager la production et la distribution multi-culturelle et ethnique, de même que la production et la distribution dans une langue autre que le français et l'anglais. Ce comité relève de la présidence du conseil d'administration. Un responsable de la réalisation de cet objectif sera nommé en 2001-2002.

Le comité s'est doté d'un plan d'action et mise sur une collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et le Fonds canadien de télévision (FCT) pour faciliter et encourager l'accès des groupes ethniques et des groupes minoritaires canadiens aux ressources existantes. Téléfilm organisera à l'automne 2001 une table ronde sur la diversité linguistique et culturelle. La Société souhaite que les protocoles de ses Fonds permettent plus d'ouverture sur le plan de la diversité linguistique et culturelle, comme c'est le cas pour le Fonds du long métrage du Canada. Par ailleurs, Téléfilm étudiera avec le FCT la possibilité de mettre en place des enveloppes et des primes qui encourageraient une meilleure représentation des groupes ethniques au petit et au grand écran. Téléfilm consultera les milieux ethniques afin de les informer de son mandat et de ses programmes et d'évaluer leurs besoins de formation; ainsi, un budget a déjà été prévu à des fins de développement professionnel.

De plus, la Société fera en sorte que sa propre équipe reflète davantage la société canadienne dans son ensemble.

Un rôle actif pour le conseil d'administration de Téléfilm Canada

Le rôle du conseil d'administration a été précisé au cours de l'exercice, ses membres ayant adopté un énoncé de régie officiel qui s'inspire des directives du Conseil du Trésor et du ministère des Finances publiées dans le document *La Régie des sociétés d'État et autres entreprises publiques*. Le conseil s'assure notamment que Téléfilm Canada assume pleinement son rôle en ce qui concerne le développement de l'industrie et les intérêts culturels du public canadien.

Le conseil a créé plusieurs comités de travail, dont un sur la vérification et les finances, qui travaille avec la direction pour que les pratiques d'affaires assurent la transparence et l'imputabilité des activités de la Société; un comité sur la diversité culturelle, qui s'est doté d'un plan d'action pour 2001-2002; et un comité sur la régie de l'organisme qui doit s'assurer que le mode de fonctionnement de Téléfilm réponde aux besoins actuels et futurs de l'industrie.

Lors de ses rencontres dans différentes villes du pays, le conseil se fait toujours un point d'honneur de rencontrer des représentants de l'industrie afin de mieux comprendre leurs inquiétudes et priorités, qu'il s'agisse de la télévision, du long métrage ou des nouveaux médias. À Halifax, Vancouver, Toronto et Montréal, nos interlocuteurs nous ont incités, au cours de la dernière année, à maintenir la diversité des modes de financement de Téléfilm, à encourager le pluralisme des voix dans un contexte de consolidation de l'industrie, tout en tenant compte de la maturité et de la performance des entreprises. La consultation nationale sur le long métrage qui a eu lieu en novembre et en décembre 2000 a confirmé ces préoccupations.

Nous avons été heureux de constater que Téléfilm, en tant qu'organisme public, est vue comme un catalyseur important des talents canadiens, et comme un levier essentiel du contenu culturel canadien. Nos interlocuteurs étaient en faveur d'un guichet unique pour l'industrie, et Téléfilm est perçue comme l'instrument privilégié de cet objectif.

Téléfilm Canada continuera d'être une force active et efficace en cinéma, en télévision et dans les nouveaux médias et cela, en favorisant une approche d'ouverture et de partenariat avec les autres organismes de financement du pays, le secteur privé et nos partenaires étrangers. Nous allons miser sur la convergence et l'intégration des médias, ce qui exigera une capacité d'adaptation et beaucoup de souplesse dans l'administration de nos Fonds. En ce domaine, nous serons très attentifs à l'évolution des marchés nationaux et internationaux. Le développement international de l'industrie est plus que jamais à l'ordre du jour.

Mille mercis !

C'est avec un grand regret que nous avons appris le départ de Laurier L. LaPierre, O.C., le 13 juin 2001, après un mandat de près de trois ans à la présidence de notre conseil d'administration. M. LaPierre a fait preuve d'un leadership et d'un engagement de tous les instants, et nous sommes persuadés qu'il jouera un rôle important comme sénateur.

Sandra Macdonald a quitté le conseil de Téléfilm, dont elle était membre d'office à titre de commissaire du gouvernement à la cinématographie. Son expertise du long métrage, de la télévision et des nouvelles technologies a été fort appréciée. C'est avec plaisir que nous accueillons au conseil le nouveau commissaire du gouvernement à la cinématographie, Jacques Bensimon. Ce grand professionnel apportera certainement une contribution importante aux travaux du conseil et à la réalisation de notre plan d'affaires.

Au nom du conseil, je tiens à remercier François Macerola, qui quitte son poste de directeur général de Téléfilm après un mandat de six ans. Homme de cœur et de vision, M. Macerola a donné une nouvelle impulsion à Téléfilm. Son mandat a été marqué par une augmentation considérable des responsabilités et du budget de la Société, sans oublier la mise en œuvre de nouveaux partenariats entre le gouvernement, la Société et le secteur privé, dont le Fonds canadien de télévision. François Macerola a engagé Téléfilm sur la voie des nouvelles technologies et a été l'un des plus fervents artisans du nouveau cadre de soutien au long métrage. Il a également misé sur les relations internationales, de sorte que notre industrie s'illustre plus que jamais sur le plan des coproductions et des exportations. Ouvert au changement, toujours désireux d'améliorer les services à l'industrie, et tout particulièrement aux P.M.E., François Macerola laisse un bel héritage culturel.

Tous nos remerciements, aussi, à Peter Katadotis, qui nous quitte après avoir relevé pendant 13 ans le lourd défi de la direction des opérations canadiennes. Son équipe a beaucoup contribué à l'essor et au succès des investissements publics dans toutes les régions du pays. Le professionnalisme de Peter Katadotis, son engagement profond envers l'industrie, sa capacité d'écoute et sa volonté de répondre aux besoins régionaux tout en préservant une vision globale du mandat de la Société auront été des atouts importants pour Téléfilm, pendant les périodes difficiles comme pendant les périodes d'expansion.

En terminant, je salue les artistes et les artisans du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias du pays. Votre talent et votre dynamisme sont des sources de fierté pour les Canadiens et les Canadiennes.



Jeanine C. Beaubien, O.C.

Merci, sénateur LaPierre !

Historien de grand renom et communicateur émérite, Laurier L. LaPierre, O.C., a été nommé membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada en 1997. Il est devenu président du conseil en 1998 et s'est illustré à ce poste jusqu'à sa nomination au Sénat canadien en juin 2001.

La culture de M. LaPierre et sa connaissance du milieu de la télédiffusion ont été des atouts inestimables pour Téléfilm Canada au moment où la Société connaissait une ère d'expansion sans précédent et définissait les objectifs et stratégies du troisième millénaire.

Ardent défenseur de la culture canadienne, Laurier L. LaPierre a multiplié les rencontres entre le conseil et l'industrie, d'un océan à l'autre. Il vouait une profonde admiration aux artistes et artisans du secteur du film, de la télévision et des nouveaux médias. En ce sens, il aura été une véritable source d'inspiration pour nous tous.



Les membres du conseil d'administration ont la parole



Bluma Appel

(Toronto)

« C'est un privilège de faire partie du conseil de Téléfilm Canada.

Les membres du conseil forment une équipe très engagée, dont le leadership fait preuve de force et de créativité. Téléfilm joue un

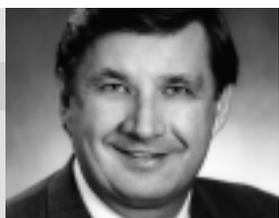
rôle déterminant en appuyant les talents canadiens et en contribuant à leur développement. Ces efforts ont été couronnés de succès, et la Société bénéficie d'une reconnaissance et d'un respect qui ne cessent de croître. Le défi que nous avons à relever est grand – et les demandes sont encore plus élevées. Téléfilm vit une époque à la fois exigeante et fascinante. »

Elvira Sánchez de Malicki

(Etobicoke)

« Je suis très heureuse du travail que j'ai pu accomplir l'année dernière en tant que présidente du comité de la vérification et des finances et présidente du comité sur la diversité linguistique et culturelle. Nous avons

fait de grands pas. L'objectif de diversité culturelle fait partie intégrante de notre plan d'affaires quinquennal. L'année prochaine, je compte m'intéresser de plus près aux nouveaux médias. Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est passionnant. La Société appuie l'émergence de nouveaux talents tout en contribuant à l'économie de ce pays. »



Ronald S. Bremner

(Calgary)

« Téléfilm Canada et son conseil d'administration font face à un formidable défi : nous devons être capables de jumeler des créations de calibre international avec une imputabilité financière rigoureuse.

Cette année, nous avons amélioré les outils nécessaires au développement, à la production, à la mise en marché et à la distribution des films canadiens. Et quand les histoires uniques du Canada auront trouvé la place de choix qui leur revient dans tous les médias de communication, au pays et à l'étranger, nous aurons atteint notre but. »

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 télé-

vision, 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. »



Louise Pelletier

(Montréal)

« Il est important que Téléfilm Canada soit à l'écoute de l'industrie, et que les politiques de la Société assurent le respect et le développement de tous les secteurs d'activité dont, bien sûr, celui des

créateurs, qui sont à la base même de la production.

Les questions d'imputabilité et de transparence doivent par ailleurs continuer d'être à l'ordre du jour. À ce niveau, les consultations pour la mise en œuvre du Fonds du long métrage du Canada ont été importantes. Ce fonds devrait contribuer à la vitalité de l'industrie du cinéma tout comme le Fonds canadien de télévision a été déterminant pour la création et l'écoute télévisuelles. »

Les membres du conseil d'administration de Téléfilm Canada ont adopté, le 21 juin 2000, un « énoncé de régie ». Cet énoncé précise le rôle principal des membres du conseil à titre de « régisseurs administratifs » ainsi que leur engagement envers la conception et la mise en œuvre d'une structure de régie pour Téléfilm Canada. Essentiel à une telle réussite est le fait, pour les membres du conseil et les gestionnaires de la Société, de travailler en coordination étroite, dans un climat d'ouverture et de confiance ; et cela, tout particulièrement en ce qui touche la définition de leurs tâches et de leurs responsabilités respectives ainsi que le processus d'élaboration de l'orientation stratégique de Téléfilm Canada et de son plan d'affaires. Cette mise en œuvre se déroule actuellement, étape par étape, et l'ensemble des composantes de l'énoncé de régie devrait être en place d'ici quelques mois.

Le but que fixe le cadre de l'énoncé de régie est de mettre en place des structures visant l'efficacité du conseil. Ces structures comprennent : un secrétariat et des postes budgétaires, un soutien à l'information et au conseil, des mesures pour la planification de l'ordre du jour et des réunions, et un appui à la prise de décision.

L'énoncé de régie est constitué de dix déclarations de responsabilité, lesquelles sont largement inspirées des directives fournies par le ministère des Finances et le Conseil du Trésor (juin 1996) et intitulées :

La Régie des sociétés d'État et autres entreprises publiques – Lignes directrices. En résumé, elles indiquent :

I. RÉGIE

Le conseil est responsable de la régie de Téléfilm Canada et, conséquemment, avec la consultation et la collaboration appropriées de la direction, fera le nécessaire pour approuver l'orientation stratégique et le plan d'affaires de la Société, s'assurer d'une bonne gestion du risque, d'une gestion pertinente, de pratiques administratives et de systèmes d'information adéquats.

2. OBJECTIFS DE POLITIQUE PUBLIQUE

Le conseil est responsable de la révision périodique des objectifs de politique publique de Téléfilm Canada afin de s'assurer de leur constante pertinence.

3. COMMUNICATION ET CONSULTATION

Le conseil a la responsabilité de faire en sorte que Téléfilm Canada communique et consulte de manière appropriée et efficace avec la ministre du Patrimoine canadien, ses autres partenaires ainsi qu'avec le public.

4. LE CONSEIL ET LA GESTION

Le conseil assume la responsabilité de la gestion de Téléfilm Canada, de ses affaires et de ses activités, afin de faire en sorte que la Société remplisse bien ses objectifs et son mandat. Quelques tâches seront confiées directement au conseil même. Quelques autres seront du ressort du chef de la direction (directeur général) et des gestionnaires – lesquels (c'est-à-dire la haute direction de Téléfilm Canada, dans son ensemble, supervisée par le chef de la direction et rendant compte par son intermédiaire) sont imputables au conseil.

5. LE CONSEIL, SES COMITÉS ET AUTRES PROCÉDURES

Le conseil détient la responsabilité de la mise en œuvre des procédures qu'il juge pertinentes pour l'accomplissement de ses tâches particulières.

6. IMPUTABILITÉ DE LA GESTION

La direction, et en particulier le chef de la direction de par la nature même de son poste, est responsable devant le conseil et lui est imputable pour la réussite des tâches qui lui ont été confiées.

7. RENOUELEMENT DU CONSEIL

Le conseil est responsable de l'évaluation de son efficacité et de voir à son renouvellement.

8. FORMATION DES MEMBRES

Le conseil doit faire en sorte que chaque membre puisse suivre les programmes d'introduction et de formation qui répondent à ses besoins.

9. INDEMNITÉS

Le conseil a la responsabilité de fournir au gouvernement des conseils sur la pertinence et la forme des indemnités.

10. RÉGIE ADMINISTRATIVE

Le conseil détient la responsabilité de la régie administrative de Téléfilm Canada.

Le conseil fera donc en sorte de veiller à l'administration et à la gestion de l'organisme par des pratiques appropriées ; de poursuivre la mise en place de l'énoncé de régie ; et de rendre compte, de manière générale, de cet énoncé et, plus particulièrement, annuellement, de la régie administrative.

Message du directeur général

Après quelque six ans à la direction générale de Téléfilm Canada, j'ai le sentiment de quitter un organisme solide, moderne, bien ancré dans son milieu, fort de nombreux partenariats régionaux, nationaux et internationaux et, pour tout dire, en possession d'outils financiers, stratégiques et promotionnels de plus en plus performants.

Et mieux encore, la force actuelle de Téléfilm Canada me semble résider dans sa capacité permanente d'être à l'écoute, d'évoluer et de s'adapter aux besoins sans cesse changeants du milieu du film, de la télévision et des nouveaux médias. Le plan d'affaires de la Société pour les cinq prochaines années, qui a représenté un travail d'envergure au sein de l'organisme, traite de tous les facteurs externes (environnement) et internes (moyens et instruments) qui exigeront l'attention et l'engagement des gestionnaires de l'avenir.

Car les défis seront nombreux et s'exprimeront sur plusieurs fronts : nécessité de produire un contenu canadien de qualité, exprimant la diversité des réalités et des expériences canadiennes ; nécessité d'appuyer la croissance d'une industrie presque entièrement constituée de P.M.E. dans le contexte de la consolidation des grandes entreprises et de la mondialisation des marchés où la concurrence sera plus forte que jamais ; nécessité de solidifier des partenariats régionaux, nationaux et internationaux efficaces et durables ; et, enfin, nécessité d'influer sur le développement de politiques et de structures favorables au développement du contenu culturel canadien.

Au cours des dernières années, Téléfilm Canada a beaucoup évolué, et on peut maintenant parler d'un véritable partenariat avec le secteur privé. La consultation avec le milieu, qui était ponctuelle et sectorielle, selon les besoins, est devenue permanente et, pour ainsi dire, structurelle.

Les nouveaux partenariats ont ceci d'intéressant qu'ils reconnaissent pleinement les champs d'autorité et d'expertise de la Société, son apport unique au milieu audiovisuel canadien et son rôle de véhicule des grandes priorités de la politique publique. Ils reconnaissent aussi que le mandat de Téléfilm Canada dépasse les différents groupes d'intérêts et que la Société est responsable d'assurer un équilibre économique et financier qui favorise le développement de l'ensemble de l'industrie.

Le processus de partenariat a véritablement débuté en 1996 avec la création du Fonds canadien de télévision (FCT) – une initiative du gouvernement du Canada et de l'industrie canadienne de télévision par câble – dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Le conseil d'administration du FCT représente tous les secteurs d'activité de l'industrie. Téléfilm en fait partie et son expertise des secteurs du film et de la télévision y est grandement appréciée.

Ce partenariat public-privé s'est par la suite étendu aux nouveaux médias, avec la création du Fonds pour le multi-média, en 1998. Téléfilm travaille avec le comité consultatif de ce fonds, notamment pour faire en sorte que l'industrie des nouveaux médias bénéficie de meilleurs outils financiers et promotionnels, tant au pays que sur la scène internationale.



Quant à la création du Fonds du long métrage du Canada (FLMC), elle s'est faite dans la plus grande collégialité par une vaste consultation à l'échelle nationale et, par la suite, par des consultations sectorielles avec les principales associations de l'industrie. Cette consultation, à laquelle a participé pour la première fois le ministère du Patrimoine canadien, a permis d'expliquer clairement les objectifs de la Politique canadienne du long métrage, de réduire les zones de conflits et les écarts entre les attentes de l'industrie et ce qu'il était possible d'offrir en vertu des objectifs et des nouvelles ressources du Fonds.

La nouvelle Politique est intéressante par sa clarté et son étendue. Elle intègre toutes les sphères d'activité de l'industrie, de la scénarisation aux activités d'exportation. Les objectifs sont clairs et leur atteinte sera mesurable. Un dialogue certainement fort enrichissant s'engagera entre le groupe consultatif permanent du FLMC, Téléfilm Canada et le ministère, assurant au Fonds une évolution harmonieuse et constructive.

Convergence = synergie

Comme on le voit, les groupes consultatifs se multiplient. Chacun a son propre champ de responsabilité et d'expertise. Comment ne pas rêver d'une mise en commun de tout ce savoir ? Dans une optique de convergence et d'intégration, pourquoi ne pas envisager la création d'un Conseil supérieur des médias qui regrouperait tous les comités consultatifs du secteur culturel ? Cette instance constituerait un point de référence incontournable. Elle pourrait avoir pour mandat de créer une nouvelle synergie dans le milieu et constituerait une force culturelle nationale fort appréciable en cette ère de mondialisation.

Force de frappe canadienne à l'échelle internationale

Au cours des prochaines années, on verra sans doute s'intensifier les partenariats fédéraux et provinciaux canadiens en ce qui concerne les relations internationales et la participation aux marchés. Il faut rationaliser la participation collective aux marchés et offrir à l'industrie des services plus intégrés et plus efficaces. Ainsi, des experts commerciaux d'Équipe Canada dans huit pays européens ont partagé le stand-ombrelle de Téléfilm Canada au MILIA 2001. Au Festival international du film de Cannes, Téléfilm a partagé son bureau avec cinq organismes fédéraux et provinciaux, une nouveauté. Résultats : les industries de toutes les régions du pays sont mieux représentées et le partage d'expertise est plus fructueux. Le succès de ces partenariats encourage à aller de l'avant.

Au cours des dernières années, les partenariats internationaux de Téléfilm Canada n'ont cessé de croître par la signature d'accords de coproduction avec des pays de la Communauté européenne, l'Asie et l'Afrique, par des commissions mixtes, des commissions techniques, des missions commerciales ou exploratoires, et par la participation à des forums internationaux. On note une croissance des coproductions avec plusieurs pays de la Communauté européenne, dont le Royaume-Uni, de même qu'avec l'Asie, et la recherche de nouveaux partenariats culturels et financiers continuera certainement d'être à l'ordre du jour. Téléfilm est reconnue comme un expert conseil de grand renom en matière de relations internationales.

De nouvelles clientèles

La création de Fonds pour la télévision, le multimédia et le long métrage a eu des effets bénéfiques pour l'industrie, puisque la capacité d'investissement de la Société dépassera 225 millions de dollars en 2001-2002. Par ailleurs, l'expertise culturelle de Téléfilm s'est considérablement accrue.

Pendant longtemps, la clientèle de Téléfilm fut essentiellement composée de producteurs et de distributeurs. Dans le contexte du Fonds canadien de télévision, nous avons travaillé davantage avec les entreprises de télédiffusion conventionnelles, éducatives et spécialisées, qui sont une porte d'entrée privilégiée du contenu culturel canadien dans tous les foyers du pays. Par l'intermédiaire du FCT, nous avons aussi tissé des liens précieux avec l'industrie de la production autochtone, du Labrador au Yukon. Puis est venue la clientèle des nouveaux médias, remarquable d'énergie et de créativité, où le clivage entre les intervenants d'une production est moins structuré que dans les autres industries. À cela s'ajoute, depuis quelques années, un rapprochement avec les communautés en situation linguistique minoritaire, que nous appuyons par des investissements mais aussi par des programmes d'immersion et de formation. Enfin, et non la moindre, mentionnons la clientèle des grandes écoles nationales de formation, donc la relève professionnelle que Téléfilm encourage aussi par différents programmes et prix dans les festivals canadiens.

Avec le nouveau Fonds du long métrage du Canada, Téléfilm traitera directement, désormais, avec deux nouvelles clientèles de créateurs, soit celle des scénaristes et celle des réalisateurs de longs métrages indépendants à petit budget. Aide à l'écriture libre, jury de pairs : tout cela démontre que Téléfilm évolue pour s'adapter à ses clientèles.

En travaillant en collaboration avec tous les maillons de la grande chaîne de l'industrie, Téléfilm Canada a une vision globale du secteur des médias. Elle est mieux à même d'assurer un équilibre éclairé entre les intérêts économiques, qui restent importants, et les intérêts culturels, qui exigent le respect de la propriété intellectuelle, le droit de s'exprimer et de rejoindre le public, sans oublier le droit, pour le public canadien, d'avoir accès à un éventail d'œuvres de qualité qui représentent ses intérêts, ses préoccupations et ses rêves.

Vers un dialogue des cultures, au pays et à l'étranger

On a craint le pire au sujet de la consolidation et de l'intégration verticale des entreprises. Je reste positif dans la mesure où la pierre de taille de chacun des nouveaux conglomerats demeurera le contenu. Pour rejoindre et fidéliser une clientèle de plus en plus sollicitée, les entreprises devront miser sur des contenus originaux, très diversifiés, qui puissent toucher les auditoires. Ce qui distinguera une entreprise d'une autre sera le contenu. Je suis persuadé que des ressources de plus en plus importantes seront allouées à la recherche et à la création de nouveaux concepts d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits pour les nouveaux médias. Tout cela encouragera la relève et l'émergence de nouvelles générations de créateurs.

Autre sujet d'inquiétude, qui s'estompe peu à peu, même s'il faut rester vigilant : la mondialisation des marchés, dont on disait qu'elle allait contribuer au nivellement des caractères nationaux et des modes d'expression. À la notion d'exception culturelle, qui est protectionniste, a bientôt succédé une notion plus inclusive, la diversité culturelle. De là est venue une prise de conscience à l'échelle planétaire : il devenait important d'affirmer le droit des peuples à exprimer et à diffuser leur culture, et d'assurer une libre circulation des produits des autres cultures. Voilà pourquoi l'idée de créer un instrument culturel international fait son chemin. Notre pays a montré la voie dans ce domaine, en faisant preuve de leadership dans l'élaboration d'une nouvelle philosophie concrète de partage et de coopération.

Parallèlement, le Canada a été l'un des premiers pays à prendre les devants en investissant massivement dans sa culture : les trois Fonds créés depuis cinq ans représentent des investissements annuels de plus de 300 millions de dollars dans le secteur des médias. De plus, on ne mise pas que sur la création : la formation, le perfectionnement professionnel et l'exportation des produits sont devenus des priorités. Le Canada est entré de plain-pied dans l'ère des nouvelles technologies et entend s'y imposer comme un pays d'avant-garde.

Le Sommet de la francophonie qui se tiendra au Liban, à l'automne 2001, indique une nouvelle voie : le dialogue des cultures. « Vivre ensemble mais différents », « vivre ensemble nos différences », voilà un nouveau défi auquel les Canadiens de toutes langues et de toutes origines voudront répondre.

Téléfilm Canada sera certainement partie prenante de toute initiative canadienne et internationale concernant le nouveau dialogue des cultures.

Téléfilm Canada : vers un guichet unique

La Société, par son professionnalisme, son expertise et ses multiples activités est devenue un organisme public incontournable et l'une des plus importantes voix culturelles du Canada moderne. Son mandat à la fois régional, national et international, ses multiples responsabilités qui s'incarnent dans plus d'une quinzaine de Fonds et programmes différents, en font un candidat de choix pour devenir le guichet unique des entreprises culturelles canadiennes.

Voilà pourquoi je souhaite que le gouvernement confie de nouvelles responsabilités à Téléfilm, dont l'édition et l'enregistrement sonore. Téléfilm a démontré à maintes reprises sa capacité de relever de nouveaux défis.

Téléfilm mise sur l'amélioration continue de ses processus et de ses services à l'industrie, dans tous les secteurs d'activité. Vous verrez à la page suivante, dans le texte Téléfilm Canada au travail, comment cette philosophie s'est concrétisée au cours des dernières années.

Un travail collectif considérable

Je tiens à remercier tous ceux et celles qui m'ont appuyé et encouragé, qui m'ont mis au défi de l'innovation et de la réflexion au cours de toutes ces années exaltantes à Téléfilm.

Je remercie le ministère du Patrimoine canadien et tout particulièrement la ministre, Sheila Copps. En confiant à Téléfilm l'administration de ressources de plus en plus importantes, et en nous associant au processus de création de nouveaux Fonds, le ministère a donné une nouvelle crédibilité à Téléfilm, tant sur la scène nationale qu'internationale, auprès des milieux gouvernementaux comme du milieu des affaires.

Je veux aussi remercier le conseil d'administration de Téléfilm Canada, qui s'est assuré, comme le veut son mandat, que le rôle, les protocoles d'entente et les lois régissant Téléfilm étaient bien respectés, et que la Société répondait aux exigences d'un organisme public imputable et transparent. Le conseil a joué un rôle actif dans l'élaboration du plan d'affaires quinquennal de Téléfilm, dont nous pouvons tous être très fiers.

Tous mes remerciements, aussi, au comité de gestion et à l'équipe de Téléfilm, des collègues dont le dévouement, le professionnalisme et l'enthousiasme ont été remarquables. Sans vous à Montréal, Toronto, Vancouver, Halifax et Paris, Téléfilm ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui. Salutations spéciales à Peter Katadotis, qui a été un gestionnaire éclairé, autant à l'Office national du film du Canada, où j'ai d'abord travaillé avec lui, qu'à Téléfilm.

Merci, enfin, à l'industrie. Merci d'avoir compris que Téléfilm était là pour vous et qu'il fallait joindre nos idées et nos forces dans un monde où la logique des impératifs commerciaux à courte vue a trop souvent tendance à l'emporter. Et merci pour tous ces projets de grande qualité qui voient le jour grâce à votre travail acharné.

En terminant, permettez-moi de souhaiter que Téléfilm Canada continue d'être un organisme axé sur la création, un organisme où la notion d'apprentissage continu et de savoir est importante.



François Macerola

Téléfilm Canada au travail

Faits saillants des cinq dernières années



Opérations canadiennes

Peter Katadotis, directeur
Il y a quatre ans, la direction des opérations canadiennes a été restructurée de façon à intégrer l'ensemble des activités liées à la scénarisation, à la production,

à la distribution et au marketing des produits canadiens, offrant ainsi un guichet unique d'appui financier à l'industrie. Chacun des bureaux canadiens des opérations a gagné en autonomie et se dote maintenant d'un plan d'affaires annuel qui reflète les grands objectifs de la Société tout en répondant de façon spécifique aux besoins de sa clientèle. La direction a contribué à l'élaboration des principes directeurs et de la mise en œuvre de nouveaux fonds, soit le Fonds canadien de télévision, le Fonds pour le multimédia et le Fonds du long métrage du Canada. Son appui à l'industrie a permis à celle-ci de mettre sur pied un nombre croissant de projets de production et de scénarisation pour atteindre un sommet de 782 projets en 2000-2001. Les quatre bureaux canadiens de Téléfilm ont contribué à une augmentation considérable de la créativité à l'échelle du pays, de St-Jean, à Terre-Neuve, à Victoria, en Colombie-Britannique, en passant par le Labrador, le Nunavut et le Yukon. Ils ont aussi encouragé la production en situation linguistique minoritaire, la formation et le développement industriel et professionnel. Au fil des ans, la direction a considérablement amélioré et diversifié son appui aux P.M.E., qui sont l'avenir de cette industrie. Elle travaille à la réalisation des objectifs de diversité culturelle du plan d'affaires de la Société, tant au sein de l'industrie elle-même que sur les écrans et dans les nouveaux médias.



Communications et affaires publiques

Danielle Dansereau, directrice
La direction a contribué de façon de plus en plus marquée à la reconnaissance de l'industrie ici et à l'étranger. À la suite du volume croissant des projets financés, le

nombre de catalogues sur les productions a doublé, participant grandement à la promotion des talents canadiens, notamment dans les festivals et les marchés. L'équipe a contribué à la transparence des activités de la Société en créant un site Internet qui facilite la circulation de l'information concernant ses prises de décision, ses consultations avec l'industrie et les principes directeurs de ses Fonds. Le processus d'information s'est aussi concrétisé par un plus grand nombre de communiqués de presse, de plans d'action pour les festivals et les marchés internationaux, de bulletins et de guides – dont celui sur la coproduction avec le Canada. La direction a organisé des projections de films pour les parlementaires et les dignitaires canadiens et étrangers à Ottawa – dont *Le Violon rouge*, *Docteur Lucille* et *Stardom* – et a collaboré avec l'industrie à l'organisation de galas et d'hommages aux professionnels canadiens. Elle appuie une trentaine de festivals canadiens de toutes les régions, qui sont d'excellentes vitrines pour la production d'ici. La direction s'est progressivement décentralisée au

cours des ans, et les bureaux canadiens bénéficient maintenant de communicateurs expérimentés qui facilitent les relations avec l'industrie et appuient les plans d'affaires régionaux. Quatre bulletins régionaux ont été créés à l'automne 2000 et constituent des liens précieux avec les clientèles de Téléfilm partout au pays.

Finances et administration

Danny Chalifour, directeur
Au cours des dernières années, on a assisté à un virage de l'administration de Téléfilm vers plus d'efficacité, de transparence et d'imputabilité. La Société a entrepris de moderniser ses systèmes



informatiques et financiers. Les nouveaux systèmes, plus intégrés et performants, permettront à la Société de répondre aux exigences de la Stratégie d'information financière du gouvernement fédéral tout en améliorant le service à la clientèle et en assurant un meilleur suivi des investissements, des recettes-guichet et de la récupération des investissements. Ils vont aussi ouvrir la voie à des services transactionnels par Internet. La Société a mis en place un plan de vérification interne qui touche déjà tous ses secteurs d'activité. Elle a implanté un système de comptabilisation par activité, a développé des indicateurs de rendement et s'est dotée de documents pour standardiser ses pratiques d'affaires à l'échelle du pays, ainsi que d'un site intranet qui s'avère un outil de gestion et de communication interne fort utile. Elle fait partie du « Conseil du système » avec le Fonds canadien de télévision, le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens et l'Agence des douanes et revenus du Canada, qui vise à améliorer la planification, la coordination et le partage d'information au sein du système d'aide fédéral. Par ailleurs, les frais administratifs ont été réduits et se situent depuis quelques années à environ 9 % des ressources de la Société. Cette performance est remarquable étant donné la multiplicité des Fonds administrés par la Société, et le fait qu'elle a cinq bureaux, dont un à Paris. La relocalisation à moindre coût des bureaux de Montréal, de Vancouver et de Halifax explique en partie ces bons résultats.

Politiques, planification et recherche

Guy DeRepentigny, directeur
Cette direction permet à Téléfilm d'être présente dans tous les dossiers qui concernent l'appui gouvernemental à l'industrie, et d'être à l'avant-garde d'un environ-



nement en pleine ébullition. Celui-ci, surtout depuis l'avènement des nouvelles technologies, exige un suivi toujours plus attentif, un large éventail de recherches en profondeur et une collaboration de tous les instants avec les autres secteurs de la Société, nos partenaires gouvernementaux et nos clientèles de toutes les régions du pays. L'équipe a participé au processus de consultation et de mise en œuvre des principes directeurs des nouveaux Fonds confiés à la Société, du Fonds canadien de télévision au Fonds du long métrage du Canada. Un des dossiers

majeurs de la direction a été l'élaboration, de concert avec tous les secteurs et le conseil d'administration de Téléfilm, du récent plan d'affaires quinquennal qui reflète la vision de Téléfilm. La mise en place de cadres d'imputabilité et d'évaluation pour les Fonds et programmes de la Société a aussi été à l'ordre du jour et témoigne du développement de relations plus étroites et fructueuses avec nos partenaires gouvernementaux. De plus, tout au long de la période, la direction a colligé des statistiques sur les engagements de la Société, a coordonné de nombreux dossiers de recherche, notamment sur la diversité culturelle, les langues officielles, le multiculturalisme, l'évolution des recettes-guichet et des cotes d'écoute des produits canadiens, et a contribué à un meilleur partage de l'expertise canadienne en matière de culture, de politique culturelle et d'économie.



Relations internationales

Johanne St-Arnauld, directrice Créée en 1996, la direction des relations internationales de Téléfilm a vu son volume d'activité s'accroître considérablement sur le plan des coproductions, des festivals et des marchés. Son expertise a été de

plus en plus sollicitée, surtout par les petites et moyennes entreprises dans l'ensemble du pays. Au cours des dernières années, Téléfilm a visé plus de synergie sur le plan international. Elle a regroupé l'ensemble de ses activités liées aux marchés et festivals internationaux, a augmenté son appui aux nouveaux médias, a participé à un plus grand nombre de marchés (dix actuellement, comparativement à quatre en 1996-1997), tout en augmentant son apport stratégique par l'entremise de son bureau européen à Paris. Elle a aussi créé le programme Initiative Asie-Pacifique qui a contribué au développement de relations d'affaires fructueuses avec ce vaste marché et plus particulièrement avec la Chine. Des liens prometteurs ont aussi été tissés avec le marché hispanique. La direction a administré un nombre croissant d'accords de coproduction. Ce marché a connu une croissance remarquable, se traduisant par des devis totaux de 800 millions de dollars en 2000 (année calendrier), comparativement à 250 millions de dollars il y a cinq ans. Par ailleurs, Téléfilm a participé l'année dernière, avec le ministère du Patrimoine canadien et les associations de l'industrie, à une refonte des principes directeurs de la coproduction, pour assurer que ceux-ci répondent à l'évolution du marché. La direction a créé, pour l'industrie canadienne, plusieurs documents d'information stratégique sur les marchés internationaux.

Ressources humaines

Stella Riggi, directrice Les ressources humaines de Téléfilm sont l'une de ses principales richesses. Aussi la Société s'est-elle donné un plan d'action pour les ressources humaines qui fait maintenant partie intégrante de son plan d'affaires quinquennal. L'amélioration constante des services à l'industrie est au cœur des préoccupations de l'organisme. Téléfilm vise donc la compétence, l'objectivité et la productivité. Elle a adopté un plan d'apprentissage par lequel elle encourage les employés de toutes les régions à développer leurs talents, leur expertise et leur polyvalence en fonction des besoins actuels mais aussi des besoins de la Société à plus longue échéance. Par ailleurs, Téléfilm respecte les exigences de dualité linguistique de son mandat, et plus de 40 % de ses employés ont bénéficié de cours de langue seconde. Un travail de fond a été entrepris en ce qui concerne l'équité en matière d'emploi, pour que l'équipe de Téléfilm soit davantage à l'image de la diversité canadienne. La Société se préoccupe aussi de plus en plus de préserver la mémoire corporative tout en collaborant avec d'autres ministères et organismes pour faciliter des stages, de même que des échanges professionnels sur les meilleures pratiques en matière de développement des ressources humaines.



Services juridiques et secrétariat du conseil d'administration

John Pelletier, conseiller juridique général et secrétaire du conseil d'administration Les dernières années ont été marquées par une collaboration de plus en plus étroite avec le conseil d'administration, la direction générale et le comité de gestion pour faciliter les communications et l'interrelation entre le conseil et les autres instances de la Société. L'objectif principal à ce niveau était l'amélioration de la régie de l'organisme. De plus, de nouveaux documents ont été créés pour assurer un cadre aux responsabilités financières du conseil, notamment en ce qui concerne le mandat du comité de vérification et des finances. L'équipe s'est assurée des fondements juridiques de tous les développements technologiques qui affectent Téléfilm, dont l'Internet et le programme fédéral Gouvernement en direct. De plus, le conseil d'administration et les employés de la Société sont maintenant dotés d'un code sur les conflits d'intérêt. Mentionnons par ailleurs que les opérations de la Société sont soumises à une dizaine de lois dont la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, la *Loi sur la gestion des finances publiques*, la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, et que ses Fonds sont administrés selon des protocoles d'entente signés avec le ministère du Patrimoine canadien.



Ce rapport annuel traite des engagements de Téléfilm Canada en 2000-2001, soit des contrats signés entre la Société et des entreprises du secteur privé canadien. Ces contrats concernent principalement l'appui de Téléfilm à des activités de scénarisation, de production, de distribution, de marketing, de promotion, de développement et de formation, y compris les dépenses administratives afférentes.

Ces engagements se sont élevés à 179,4 millions de dollars, comparativement à 160,7 millions de dollars l'année précédente. Cette augmentation est liée surtout aux nouvelles ressources pour le long métrage accordées dans le cadre de l'allocation parlementaire de Téléfilm Canada.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de l'exercice peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 39,7 des 179,4 millions de dollars engagés au cours de l'exercice seront versés au cours du prochain exercice financier.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 9,1 % des engagements de l'exercice, comparativement à 9,3 % pendant l'exercice précédent. Ce résultat est particulièrement performant, étant donné l'implantation du nouveau Fonds du long métrage du Canada, la mise en place de nouveaux systèmes informatiques et financiers, de même qu'une hausse de la cotisation au régime de retraite des employés.

Il faut noter que Téléfilm a bénéficié pleinement, cette année, des économies de loyer liées au déménagement de son siège social, en novembre 1999. Ce déménagement permettra à la Société de faire des économies annuelles de 700 000 \$ jusqu'à la fin de son bail actuel.

SOURCES DE FINANCEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

Contributions du gouvernement fédéral

Le budget de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- d'une allocation parlementaire de 92,8 millions de dollars, qui inclut les nouvelles ressources accordées en 2000-2001 dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada ; et
- de contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 57,4 millions de dollars dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision ; 5 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia ; et 2,6 millions de dollars pour les écoles de formation.

Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 23 millions de dollars cette année. Ces recettes sont entièrement réinjectées dans l'industrie – principalement en production mais aussi dans des activités connexes –, ce qui permet à Téléfilm de contribuer encore davantage à la vitalité de l'industrie du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Les investissements de Téléfilm constituent un levier important pour les producteurs canadiens, puisque chaque dollar de Téléfilm entraîne trois dollars d'investissement d'autres sources de financement. On peut donc considérer à juste titre que les recettes de Téléfilm contribuent grandement à la productivité canadienne.

N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada en 2000-2001, soit aux contrats signés par la Société.

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

Engagements 2000-2001

	Engagements pour de nouveaux projets <small>En millions de dollars</small>	Engagements pour des projets des années précédentes* <small>En millions de dollars</small>	Total <small>En millions de dollars</small>
FCT – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL			
Production	95,6	-0,3	95,3
Développement	3,9	0,1	4,0
TOTAL	99,5	-0,2	99,3
FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES			
Production	23,7	0,0	23,7
Développement	1,8	0,8	2,6
TOTAL	25,6	0,7	26,3
FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA			
Programme d'aide à l'écriture de scénario	0,7	0,0	0,7
Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget	1,9	0,0	1,9
TOTAL	2,6	0,0	2,6
FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES	12,9	-0,1	12,8
FONDS POUR LE MULTIMÉDIA	5,2	0,0	5,1
PROGRAMME DE PARTAGE DES REVENUS DE PRODUCTION	1,2	0,2	1,4
COPRODUCTIONS OFFICIELLES (MINI-TRAITÉS)	1,5	0,0	1,5
FONDS D'AIDE AU DOUBLAGE ET AU SOUS-TITRAGE	1,8	0,0	1,8
AUTRES FORMES D'AIDE			
Fonds régulier	1,5	0,0	1,6
Marketing national	0,9	0,0	0,8
Marketing international	0,7	0,0	0,7
Participation aux marchés	1,0	0,0	1,0
Participation aux festivals étrangers	0,5	0,0	0,5
Subventions aux festivals canadiens	1,7	0,5	2,2
Développement industriel et professionnel	1,9	0,4	2,3
Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo	0,7	1,6	2,4
Autres formes d'aide	0,8	0,0	0,8
TOTAL	9,6	2,6	12,2
DÉPENSES ADMINISTRATIVES **	0,0	0,0	16,4
TOTAL	159,8	3,2	179,4

* Incluent les modifications aux engagements des années précédentes.

** Exclut les dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision.

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



ONTARIO

Karen Franklin,
directrice – opérations
En 2000-2001, plusieurs longs métrages appuyés par le bureau de l'Ontario ont été louangés par la critique. Le plus récent film de Clement Virgo, *Love Come Down*,

a remporté trois prix Genie et a reçu en mars dernier un accueil dithyrambique partout au Canada. Le film *Ginger Snaps* raconte une histoire de loup-garou servie à la moderne. Réalisé par John Fawcett, le film a attiré un public important lors de sa première au Festival international du film de Toronto, puis à sa sortie en salles dans tout le pays en mai. *Century Hotel*, premier long métrage du réalisateur David Weaver, met en scène sept histoires qui se déroulent à divers moments du 20^e siècle et qui ont comme lieu commun une même chambre d'hôtel de Toronto. *Red Green's Duct Tape Forever!*, en tournage au printemps 2001, marque les débuts au grand écran des joyeux personnages Red et Harold de la populaire série *The New Red Green Show*, récipiendaire de prix Gemini.



Plusieurs projets de télévision de grande qualité ont été diffusés au cours de la dernière année. Dans le domaine des émissions pour enfants, mentionnons *Screech Owls*, une série basée sur les livres de Roy MacGregor, qui est en ondes depuis l'automne 2000 et qui a reçu un accueil remarquable. Deux séries dramatiques, *Blue Murder* et *The Associates*, sont en ondes depuis janvier et ont obtenu du financement de Téléfilm pour une deuxième saison. Le documentaire *A Sacred Balance*, basé sur le livre à succès de David Suzuki, de même que *Hip Stories for Hip Kids*, du réalisateur primé Ron Mann, sont deux projets fort prometteurs financés par la Société cette année. Le téléfilm *Lucky Girl*, du réalisateur John Fawcett, est sorti en avril et a retenu l'attention du public et des critiques pour sa fine analyse du jeu compulsif chez les adolescents.

Parmi les nombreux projets acceptés en multimédia, soulignons le site Internet *The Toy Castle Website*, basé sur la charmante et célèbre série télévisée pour enfants d'âge préscolaire; *The Seen*, une série Internet humoristique interactive qui raconte les aventures d'un travailleur occasionnel, et *Cyber Film School*, un cours interactif sur l'écriture de scénarios, la réalisation, la cinématographie et le montage qui se veut le site Internet privilégié de tous ceux qui s'intéressent à la création cinématographique.

QUÉBEC

Joëlle Levie,
directrice – opérations
L'exercice 2000-2001 peut être considéré comme une année d'aboutissement, de maturité et de nouveaux départs. Plusieurs projets financés en 1999-2000,



que ce soit en long métrage, en télévision et en nouveaux médias, ont été accueillis avec enthousiasme par le grand public et ont récolté des prix : *Maelström* de Denis Villeneuve, *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier et *La Femme qui boit* de Bernard Émond, sélectionné à Cannes, sont de ceux-là. Du côté de la télévision, les séries comme *Fortier 2*, *La Vie, la vie* et *2 Frères* ont vu leurs cotes d'écoute progresser d'épisode en épisode et ont reçu plusieurs prix Gémeaux. Les séries pour enfants *Macaroni tout garni*, *Cornemuse* et *Une galaxie près de chez vous* ont reçu un accueil tout aussi chaleureux.

Le bureau du Québec a de nouveau misé sur la diversité en appuyant des cinéastes en début de carrière, comme Denis Chouinard (*L'Ange de goudron*), Francis Leclerc (*Une jeune fille à la fenêtre*), Catherine Martin (*Mariages*) et des cinéastes confirmés tels Jean Beaudin (*Le Collectionneur*), Anne Wheeler (*A Wilderness Station*), Léa Pool (*Lost and Delirious*, sélectionné à Sundance et à Berlin) et André Melançon (*Le Ciel sur la tête*). De nouvelles comédies ont déjà pris ou prendront l'affiche, dont *K2* de Gabriel Pelletier, *Nuit de noces* d'Émile Gaudreault et *Les Boys III* de Louis Saia.



En télévision, cette diversité se traduit par le renouvellement des séries à succès déjà nommées et par de nouveaux projets comme *Willie*, qui porte sur Willie Lamothe, *Le Bunker*, une nouvelle série de Luc Dionne, auteur d'*Omertà*, ainsi que *Zulu.com*, qui remplacera *Diva*. La diversité télévisuelle s'affirme en force dans le documentaire. Des œuvres uniques sur des sujets sociaux (*Le Bien commun*, *La Fiancée de la vie*, *Opération Cobra*, *Coming Out*) côtoient des biographies (Réal Caouette, Jean-Claude Lauzon, Roussil...) et des séries d'intérêt général (*Le Dernier des parrains*, *Technopolis*, *Missions secrètes*, *Extremis...*).

Les nouveaux médias font une place de plus en plus prépondérante aux jeux, aux produits en ligne et à la télévision interactive. Le bureau du Québec a suivi ce mouvement en finançant le jeu *Zero-G Marines*, des sites ludo-éducatifs tel que *Metro* et *Izzigo*, le site Internet des *Contes pour tous*, de même que des œuvres de référence comme *Le Canada, destination d'aventure* et *Spaceville.com*. Le bureau a aussi contribué à l'essor de la production francophone hors-Québec dans le cadre du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle, et cela, tant par des activités d'immersion à Montréal que de formation.



premières lauréates du Programme des nouveaux cinéastes) a été une attraction populaire lors du 20^e Festival du film de l'Atlantique. Il a aussi été retenu pour le Perspective Canada Program du 25^e Festival international du film de Toronto et a pris l'affiche de nombreux cinémas à travers tout le pays au début de mai 2001.

Les nouveaux médias se développent dans la région de l'Atlantique, grâce notamment au Baddeck International New Media Festival qui se déroule chaque année sur l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse. Sur le plan tant local et national qu'international, ce festival joue un rôle vital dans le développement de produits pour les nouvelles technologies.

RÉGION DE L'ATLANTIQUE

Ralph Holt,
directeur – opérations

Avec des productions bien en vue dans tous les secteurs, 2000-2001 fut une bonne année pour la région de l'Atlantique.

La télévision est au premier plan de la production audiovisuelle dans la région. Il y a eu plus de renouvellement que jamais avec plusieurs séries qui connaissent beaucoup de succès tant auprès des auditoires de la région qu'au niveau international. La production télévisuelle d'ici se forge une niche dans l'industrie nationale avec des titres ayant fait leur marque tels que *Blackfly* et *Eckhart*, la coproduction Canada-Irlande *Random Passage*, qui raconte l'épopée d'une jeune Irlandaise chassée de son pays par la famine de la pomme de terre au 19^e siècle et qui trouve refuge à Terre-Neuve, ou encore la nouvelle comédie *Trailer Park Boys*, mettant en vedette deux joyeux caractériels qui dirigent une petite communauté installée dans un parc de maisons mobiles.

Les documentaires sont une partie très importante de l'art de raconter des histoires dans la région et ils contribuent à faire connaître au reste du pays et même à l'étranger diverses réalités de la vie atlantique. Parmi les documentaires qui ont été produits cette année, signalons *Anna Malenfant d'Acadie*, sur cette célèbre contralto canadienne-française qui est devenue une figure légendaire et *My Left Breast*, un document émouvant et d'une honnêteté saisissante sur le combat d'une femme contre le cancer du sein.

En long métrage, les cinéastes ont continué de s'intéresser à la culture de la région, avec des productions comme *Rare Birds*, basé sur le roman de l'écrivain terre-neuvien Edward Riche. La coproduction Canada-Royaume-Uni *Seats 3A & 3C*, une série de cinq longs métrages, porte sur les rencontres obligées de passagers d'un Airbus 340 assis sur les sièges 3A et 3C. *Parsley Days* d'Andrea Dorfman (une des

RÉGION DE L'OUEST

Elizabeth Friesen,
directrice – opérations

Cette année, la production télévisuelle et cinématographique de la région de l'Ouest a reçu un accueil remarquable tant ici qu'à l'étranger.

Le téléfilm *Milgaard*, de même que la série dramatique *Da Vinci's Inquest* ont obtenu des prix Gemini. Cette dernière série, la plus populaire de la télévision canadienne anglaise, de même que des documentaires tel *The Life and Times of Dr. Henry Morgentaler* ont attiré plus d'un million de téléspectateurs.

Toujours pour la télévision, *Nu Shu – A Hidden Language of Women in China* a remporté le prix du public à Milan, en Italie, alors que *Étienne Gaboury, architecte*, a remporté le prix Éducation et Architecture au Festival international du film d'art et de pédagogie de Paris. Enfin, *Legends : The Story of Siwash Rock* a remporté des prix lors de quatre festivals du film autochtone en Amérique du Nord, et *Singing Our Stories* a reçu le Prix Grand Honneur 2000 au Festival Ethnofilm de Berlin.

Dans le domaine du long métrage, *waydowntown* a remporté le prix City TV du Meilleur film canadien et le Prix de la critique aux festivals de Toronto et de Vancouver, et a connu un succès international. Les films *Low Self Esteem Girl*, *Hey Happy!*, *No More Monkeys Jumpin' on the Bed* et *Evirati* ont été sélectionnés par des festivals tant canadiens





qu'internationaux. Parmi les coproductions internationales provenant de l'ouest, *Almost America*, une coproduction Canada-Italie, a déjà connu beaucoup de succès en Italie.

En nouveaux médias, *Buddy Brush and the Painted Circus* (*Buddy Brush et le cirque de couleurs*) a connu un succès extraordinaire, remportant le New Media Invision Award 2000. Cette œuvre figure également sur les listes des Dr. Toy's 100 Best Children's Products et 10 Best Software/CD-ROM/HighTech Products 2000. Des licences ont été accordées à dix distributeurs internationaux et détaillants spécialisés. Dès sa sortie, l'encyclopédie interactive *Encyclopedia of British Columbia* a obtenu un succès critique et commercial remarquable. Tant la version imprimée que la version cédérom, publiées par Harbour Publishing, profitent des ressources supplémentaires du site Internet de cette encyclopédie. Enfin, les compagnies à succès Ingenuity Works, de Vancouver, et Micro-Intel, de Montréal, ont produit en collaboration *The Learning Window*, un site Internet de commerce en ligne distribuant leurs produits en français et en anglais.

Cette année, sept des 60 producteurs choisis pour présenter leurs projets à la prestigieuse International Film Financing Conference à San Francisco provenaient de notre région. Quant à l'Initiative Asie Pacifique, elle a contribué à susciter des projets de coproduction, et la mission canadienne en Chine de février 2001 a connu un grand succès.

Événements



ANNONCE DE LA NOUVELLE POLITIQUE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE
Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien et François Macerola, directeur général de la Société



RÉTROSPECTIVE DAVID CRONENBERG, À PARIS
David Cronenberg et Charles Tesson, rédacteur en chef des *Cahiers du cinéma* lors de la soirée d'ouverture de *Créatures et Machines malades* à l'Espace Cardin



FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE CANNES 2001
Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat (L'Homme nu)*, Caméra d'or du Meilleur premier long métrage, Sandra Macdonald, membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada et commissaire du gouvernement à la cinématographie et Norman Cohn, producteur du film



Laurier L. LaPierre, O.C., président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, Rock Demers, producteur, Productions La Fête, et François Macerola, directeur général de Téléfilm



STAND DE TÉLÉFILM CANADA AU MILIA 2001
Téléfilm accueillait cette année des représentants canadiens du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international dans huit pays, dont la France : John McNab, ministre-conseiller, son Excellence Raymond Chrétien, ambassadeur du Canada en France et John Broadbent, conseiller (affaires commerciales), section haute technologie



FESTIVAL DE TÉLÉVISION DE BANFF 2001
Elvira Sánchez de Malicki, membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada entourée des membres du jury autochtone lors de la remise des prix Téléfilm Canada/APTN

Faits

saillants

UNE ANNÉE HISTORIQUE

Nouvelle Politique canadienne du long métrage : Du scénario à l'écran

Un rappel historique

« En dépit de nombreux succès et d'incontestables signes de vitalité, notre cinéma n'a toujours pas la place qui lui revient sur nos écrans. Comparativement au secteur de la télévision qui bénéficie de ressources financières importantes et de mesures réglementaires sur le contenu canadien, le cinéma d'ici est laissé aux lois du marché et un financement stable et adéquat lui fait toujours cruellement défaut. La condition première pour que notre cinéma s'impose demeure la production régulière d'œuvres fortes et originales qui sont ancrées dans notre réalité et transcendent l'anecdote pour atteindre l'universel. Pour que le public prenne goût aux films de nos cinéastes, il doit pouvoir y avoir accès de façon constante. Le cinéma est plus que jamais tributaire d'un effort collectif. »

François Macerola, *La Presse*, Montréal, janvier 1996

« Les cinéastes canadiens ont bien d'autres histoires à raconter et ils ont le talent et l'expérience pour créer des longs métrages que le monde entier voudra voir. Il faut cependant procéder à des changements majeurs si on veut qu'ils puissent continuer à forger des récits qui envoûteront les auditoires – comme ils le font depuis des décennies. »

Rapport du Comité consultatif sur le long métrage,
mars 1999

« Grâce aux histoires qu'ils nous racontent et qui présentent nos sociétés dans toute leur diversité, les cinéastes continuent à rapprocher les Canadiens et les Canadiennes tout en nous ouvrant une fenêtre sur le monde. La nouvelle Politique canadienne du long métrage fera en sorte que nous aurons plus de choix de chez nous dans nos salles de cinéma. Le Fonds du long métrage du Canada est par ailleurs un investissement qui démontre l'engagement du gouvernement envers une industrie qui a apporté – et qui continue d'apporter – une contribution importante à la vie culturelle de notre pays. »

Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien,
lancement de la Politique canadienne du long métrage,
octobre 2000

« Mission accomplie. Nous arrivons au terme d'un processus qui a débuté avec l'examen national de la politique du long métrage lancé par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, en 1998, et qui s'est poursuivi jusqu'à tout récemment avec une consultation nationale sur les principes directeurs du Fonds du long métrage du Canada. L'industrie bénéficie enfin des politiques et des ressources nécessaires à son essor. Téléfilm Canada est fier qu'on lui ait confié l'administration du nouveau Fonds. La Société a une expertise de plus de 30 ans dans le financement de longs métrages de qualité. Elle a grandement contribué à la reconnaissance du cinéma canadien au pays et à l'étranger. »

Laurier L. LaPierre, O.C.,
président du conseil d'administration,
lancement des principes directeurs du FLMC,
mars 2001

En préparation depuis plusieurs années, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a été lancée officiellement à Vancouver, le 5 octobre 2000, par la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps. Téléfilm Canada a collaboré activement à la mise en œuvre de cette politique globale et innovatrice, intitulée *Du scénario à l'écran*, qui est assortie d'un budget annuel de 100 millions de dollars, soit le double des ressources allouées précédemment aux longs métrages canadiens.

Téléfilm Canada administre la pierre angulaire de cette politique, soit le Fonds du long métrage du Canada entré en vigueur le 1^{er} avril 2001. Le FLMC recentre l'appui public en privilégiant une approche plus intégrée, selon un mode de financement qui couvre tous les volets d'activité de l'industrie du cinéma, de la scénarisation à la promotion d'un film. Mais au-delà d'un financement additionnel, la nouvelle politique introduit un mode différent d'attribution de l'aide à l'industrie, basé entre autres sur la performance.

Une longue gestation sous le signe de la consultation

Dès 1996, le directeur général de Téléfilm Canada, François Macerola, lançait un cri d'alarme et, se faisant le porte-parole du milieu audiovisuel, demandait qu'un meilleur soutien soit accordé au long métrage canadien.

En 1998, sous la direction du ministère du Patrimoine canadien, un processus d'examen des politiques du long métrage était lancé à l'échelle nationale, suscitant une centaine de mémoires et de soumissions, l'organisation de tables rondes régionales, de même que la création d'un comité consultatif sur le long métrage. Celui-ci était formé de représentants des secteurs de la production, de la distribution et de l'exploitation en salles de toutes les régions.

Remis en 1999 à la ministre du Patrimoine canadien, le rapport du comité démontrait ses ambitions par un titre percutant, *La Voie du succès*. Le rapport illustrait l'importance culturelle mais aussi le rôle économique du secteur de la production audiovisuelle (30 000 emplois et 2,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne chaque année).



Il recommandait la création d'un nouveau Fonds pour le long métrage qui serait administré par Téléfilm Canada et affirmait la nécessité d'accroître les ressources pour la promotion. Il fixait notamment comme objectifs une hausse du temps d'écran, de la qualité et du budget moyen des films canadiens, ainsi qu'une amélioration des initiatives en matière de distribution et de commercialisation.

Encouragés par le discours sur le budget de février 2000, qui promettait un appui déterminant au secteur du long métrage, le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et l'industrie du cinéma ont continué de travailler à ce dossier prioritaire. Un groupe de travail de Téléfilm a par ailleurs été chargé d'élaborer un modèle de financement qui serait davantage axé sur le marché, et qui favoriserait l'audace et la performance.

Politique canadienne du long métrage

Le processus de consultation a confirmé la solidité des bases de l'industrie mais aussi les problèmes à surmonter pour atteindre le succès.

Ainsi, un constat s'impose : même si les Canadiens aiment aller au cinéma et que l'auditoire ne cesse d'augmenter, les films canadiens ne comptent toujours que pour 2 % des recettes-guichet en moyenne au pays.

Le défi majeur de la nouvelle politique est donc de bâtir des auditorios canadiens pour les films canadiens. L'objectif global est de conquérir 5 % en moyenne des recettes-guichet nationales.

À cette fin, la nouvelle politique établit quatre grands objectifs :

- former et garder les créateurs de talent en investissant dans l'écriture de scénarios et le développement professionnel des cinéastes ;
- promouvoir la qualité et la diversité du cinéma canadien en restructurant les programmes d'aide (production et distribution) afin de récompenser une performance continue et en encourageant une augmentation des devis moyens de production ;
- bâtir des auditorios plus larges au Canada et à l'étranger en soutenant de façon plus efficace la mise en marché et la promotion des films canadiens ;
- conserver notre collection de films canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain.

Survol du nouveau Fonds du long métrage du Canada

Le Fonds du long métrage du Canada regroupe un ensemble de programmes qui sont administrés par Téléfilm Canada.

PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT, DE PRODUCTION ET DE MISE EN MARCHÉ

85 millions de dollars pour les producteurs et les distributeurs, afin d'accroître les devis de production et de mise en marché. Ces programmes comprennent deux volets : un volet fondé sur la performance qui assure des enveloppes à un certain nombre de producteurs et de distributeurs ; et un volet sélectif qui tient compte de critères concernant la création, les auditorios, les éléments financiers et le développement de l'entreprise. Ces programmes encouragent une grande diversité d'images et d'histoires canadiennes de toutes les régions.

D'octobre 2000 à mars 2001

- **vaste consultation nationale**
- **lancement de deux nouveaux programmes**
- **élaboration du Fonds du long métrage du Canada**

C'est avec enthousiasme que Téléfilm et l'industrie ont accueilli le lancement de la nouvelle Politique du métrage, la création du Fonds du long métrage du Canada et le projet de nomination d'un groupe consultatif permanent du FLMC. La politique stipulait par ailleurs que la Société bénéficierait dès 2000-2001 de nouvelles ressources pour le développement, la production, la distribution, le marketing, le développement industriel et professionnel, les festivals et les marchés.

Dès le 23 octobre 2000, Téléfilm informait l'industrie du processus d'attribution des ressources additionnelles

PROGRAMME D'AIDE À L'ÉCRITURE DE SCÉNARIOS

2,3 millions de dollars par année destinés aux scénaristes (qui peuvent soumettre une demande directement sans producteur) afin d'aider à créer un bassin d'auteurs d'expérience et une banque de scénarios prometteurs. Il s'agit d'une nouvelle clientèle pour la Société, qui est très heureuse de l'accueillir.

PROGRAMME D'AIDE À LA PRODUCTION DE LONGS MÉTRAGES INDÉPENDANTS À PETIT BUDGET

1,8 million de dollars par année pour appuyer les longs métrages à petit budget dont le réalisateur est le maître d'œuvre et dont les devis se situent entre 300 000 \$ et 750 000 \$.

PROGRAMME D'ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

4,95 millions de dollars (une hausse de 1,85 million) pour les festivals du film canadiens et la participation canadienne aux festivals étrangers, les réseaux parallèles de distribution, les remises de prix, les cérémonies et autres initiatives destinées à accroître la visibilité des films canadiens auprès des cinéphiles, des critiques et des médias, au pays et à l'étranger.

Des ressources sont également allouées à des programmes et initiatives qui ne sont pas administrés par Téléfilm Canada, tels que :

- **Coopératives de production de films et de vidéos** : des fonds annuels de 2,9 millions de dollars destinés aux coopératives de production de films et de vidéos aident à appuyer les cinéastes en début de carrière.
- **Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants** : 1,8 million de dollars par année sont alloués à cet organisme privé sans but lucratif afin de permettre aux cinéastes de travailler à des productions non destinées aux salles.
- **Conservation de la collection de longs métrages canadiens** : 750 000 \$ pour restaurer, conserver et rendre accessible le patrimoine cinématographique du Canada.

Pour plus de renseignements sur le Fonds du long métrage du Canada, veuillez consulter le site Internet de Téléfilm Canada : www.telefilm.gc.ca

de l'exercice. En novembre, après consultation avec les associations professionnelles et les organismes de financement concernés, la Société rendait publics les principes directeurs des deux nouveaux programmes sous sa responsabilité, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Le 28 novembre 2000, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm entreprenaient à Halifax une série de consultations qui s'est poursuivie à Montréal, Vancouver et Toronto, afin de présenter une proposition de principes directeurs du FLMC. Une centaine de représentants des secteurs de la production, de la distribution, de l'exploitation en salles et d'organismes provinciaux ont participé à ces rencontres, les enrichissant de leur expertise particulière, de leurs commentaires et de leurs suggestions. Dès la fin du mois de décembre, Téléfilm affichait un résumé de ces consultations dans son site Internet.

D'autres consultations sectorielles ont eu lieu en janvier et février 2001. Enfin, au mois de mars, Téléfilm était à même de communiquer à tous ses partenaires et clients les principes directeurs 2001-2002 du Fonds du long métrage du Canada.

Le 30 mars 2001, la ministre du Patrimoine canadien annonçait que la coprésidence du groupe consultatif permanent du FLMC était confiée à Denise Robert (Cinémaginaire inc., Montréal), Niv Fichman (Rhombus Media, Toronto) et Tom Rowe (Sextant Entertainment Group, Vancouver). Ce groupe, dont les membres furent annoncés ultérieurement, conseille le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada en ce qui concerne l'évolution du Fonds. Il fournit une base permanente d'expertise et un forum où sont discutés les besoins et les priorités de l'industrie.

PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT

Un record de 782 projets de production et de développement

En raison d'un dynamisme exceptionnel de l'industrie canadienne, appuyé par des ressources additionnelles allouées dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage, l'exercice 2000-2001 a vu la création d'un nombre record de projets de production et de développement.

En effet, la Société a appuyé 782 projets (dont 351 en production et 431 en développement et scénarisation). Cela représente une augmentation de 55 % par rapport à il y a quatre ans.

Cette augmentation des projets mérite d'être soulignée, car elle assure une grande diversité de produits à contenu canadien au petit et au grand écran et dans les nouveaux médias. De plus, les projets de l'exercice 2000-2001 sont remarquables par leur originalité et leur qualité. Ils témoignent d'un grand professionnalisme et d'une créativité sans pareille.

L'augmentation la plus marquée se situe du côté du long métrage. La Politique canadienne du long métrage assurait des ressources additionnelles de 10 millions de dollars pour la production et le développement par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages et de deux nouveaux programmes mis en œuvre dès 2000-2001, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Au total, Téléfilm a appuyé la production de 64 longs métrages, comparativement à 46 en 1999-2000, tandis que les projets de longs métrages en développement et scénarisation augmentaient de 102 à 173.

Il faut aussi noter que l'appui au développement et à la scénarisation de projets télévisuels, cinématographiques et multimédias a atteint un sommet cette année, soit la somme de 10,1 millions de dollars, comparativement à une moyenne de 7,9 millions de dollars pendant les trois exercices précédents.



Téléfilm Canada assume 22 % des devis, qui s'élèvent à 618 millions de dollars

Téléfilm Canada a accordé 136 millions de dollars à la production et au développement par l'entremise de plusieurs Fonds et programmes.

- Programme de participation au capital : 99,3 millions de dollars
- Fonds de financement de longs métrages : 26,3 millions de dollars
- Fonds du long métrage du Canada (deux nouveaux programmes) : 2,6 millions de dollars
- Fonds pour le multimédia (volets production et développement) : 3,7 millions de dollars
- Programme de partage des revenus de production : 1,4 million de dollars
- Coproductions officielles (mini-traités) : 1,5 million de dollars
- Fonds régulier : 1,6 million de dollars

On trouvera dans le rapport annuel des chapitres sur les quatre premiers Fonds et programmes de cette liste, par l'intermédiaire desquels la Société a attribué 97 % de ses ressources financières.

Il est intéressant d'ajouter que les trois mini-traités avec la France facilitent la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement de coproductions en télévision. Le Fonds régulier appuie surtout des projets à petit budget. Quant au Programme de partage des revenus de production, il est destiné exclusivement aux P.M.E. et peut être utilisé par celles-ci pour le développement ou la production de projets.

Un impact économique important

Les investissements de Téléfilm sont un important levier de l'industrie canadienne. Chaque dollar de la Société en production entraîne en moyenne trois dollars d'investissement d'autres sources de financement.

De plus, les secteurs du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias sont des catalyseurs économiques. Les projets de l'exercice proviennent de quelque 525 entreprises à travers le pays, dont la majorité sont des P.M.E. Ces projets se sont traduits par plus de 19 000 emplois diversifiés, accessibles autant aux professionnels expérimentés qu'aux jeunes en début de carrière.

Il est reconnu par le milieu des affaires que chaque dollar investi en production a des retombées de 1,1 dollar dans l'économie, soit plus de 100 %. On peut donc estimer que les productions de l'exercice ont assuré une injection de plus d'un milliard de dollars dans l'économie canadienne.

La production d'un tel corpus d'œuvres est une entreprise phénoménale. Les devis totaux des 782 nouveaux projets de l'exercice se sont élevés à 618 millions de dollars, dont la Société a assumé 22 %. Les partenaires de Téléfilm pour le financement de ces projets sont le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision, les entreprises de télédiffusion, le secteur privé (producteurs, équipes, services, fonds d'aide privés, investisseurs privés), les distributeurs, les autres sources gouvernementales fédérales et provinciales (principalement sous forme de crédits d'impôt) et les participants étrangers (coproducteurs, diffuseurs, distributeurs).

Cette année a été marquée par une augmentation considérable du côté des coproductions internationales. La contribution de Téléfilm à de tels projets s'est élevée à 18,7 millions de dollars, soit une augmentation de près de 90 % par rapport à l'exercice précédent, qui a touché surtout le secteur de la télévision. Téléfilm a appuyé 32 projets de production, dont 22 dans le cadre du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision. Quatre projets de développement ont vu le jour, dont trois grâce aux mini-traités avec la France et un avec l'Irlande dans le cadre du programme English-Language Cinema Plan (ELCP).



Répartition linguistique : des projets en français, en anglais et en langues autochtones

Téléfilm Canada a pour mandat d'appuyer la création de films, d'émissions de télévision et de produits multimédias dans toutes les régions du pays, dans les deux langues officielles, dont celles qui sont en situation minoritaire, de même que la production en langues autochtones.

Les résultats linguistiques et régionaux de l'exercice sont positifs.

Ainsi, la répartition linguistique est la suivante :

- 34 % pour les projets en français ;
- 64 % pour les projets en anglais ;
- 2 % pour les projets en langues autochtones.



Téléfilm favorise l'essor de la production en langues autochtones par l'entremise d'une enveloppe de 2,5 millions de dollars du Fonds canadien de télévision. Stabilité de la production, augmentation des devis des projets, diversification des sources de financement : malgré un environnement encore précaire, les producteurs autochtones ont mis en ondes, cette année, 15 productions qui font entendre l'inuktitut, le cri, l'innu, le déné, le lakota, le mohawk, le salish et l'ojibway. La Société a aussi appuyé 14 projets de développement et de scénarisation en langues autochtones.

Par ailleurs, Téléfilm continue de porter une attention particulière aux projets issus de communautés en situation linguistique minoritaire, qui contribuent à la diversité de la production canadienne. En 2000-2001, l'organisme a consacré plus de 12 millions de dollars à 68 projets réalisés en anglais à Montréal et en français à Moncton, Toronto, Ottawa, Grand Digue et Caraquet.

Répartition régionale : un record

La Société a alloué 63 % de ses ressources à des projets de Montréal et de Toronto, et 37 % à des projets des provinces de l'Ouest et du Nord, de la région atlantique et d'autres villes du Québec et de l'Ontario. Il s'agit d'un record sur le plan régional, qui illustre surtout l'augmentation de la production télévisuelle en région comme on le verra dans le chapitre consacré au Programme de participation au capital. Au cours de l'exercice précédent, soit 1999-2000, la contribution de Téléfilm à des projets des régions avait été de 34 %.

Vancouver et Halifax continuent de s'imposer comme de grands centres de production. Par ailleurs, on note cette année une forte augmentation des engagements dans plusieurs provinces. Ainsi l'apport de Téléfilm aux projets de l'Alberta a augmenté de 90 %; aux projets de la Saskatchewan, de 146 %; aux projets du Nouveau-Brunswick, de 100 %; et aux projets de Terre-Neuve, de plus de 300 %.

Cinéma : résultats positifs de la nouvelle Politique canadienne du long métrage
64 nouveaux longs métrages sur les écrans

Lancée en octobre 2000, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a donné une impulsion considérable au cinéma canadien grâce à un budget additionnel, dès cette année, de quelque 10 millions de dollars en production et en développement.

Au cours des trois dernières années, Téléfilm avait appuyé annuellement, en moyenne, quelque 45 longs métrages. En 2000-2001, 64 longs métrages ont vu le jour grâce à l'appui de la Société. Ces projets ont été appuyés par l'entremise de plusieurs Fonds et programmes dont le Programme de participation au capital du FCT, le Fonds de financement de longs métrages et le nouveau Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget, qui a permis à lui seul le financement de 11 longs métrages.

Les engagements de l'exercice 2000-2001 en long métrage se sont élevés à 34,3 millions de dollars, soit 24 % des devis. Au cours de l'année précédente, Téléfilm avait alloué 22,6 millions de dollars à la production de longs métrages.

À l'exception du Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget (dont les devis se situent entre 300 000 \$ et 750 000 \$), le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars. On remarque une augmentation du devis moyen des projets appuyés dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages, qui est passé de 1,9 million de dollars en 1999-2000 à 2,4 millions de dollars cette année.



Ceci s'explique en partie par des compléments de financement accordés à plusieurs longs métrages dans l'esprit de la nouvelle politique.

Pour tous les films, la répartition régionale des engagements était la suivante :

- Montréal : 41,4 %, dont 20 % pour des projets en anglais;
- Toronto : 20,4 %;
- région atlantique : 13,5 %;
- région de l'Ouest : 22,9 %; et
- autres villes du Québec et de l'Ontario : 1,8 %.

Quant à la répartition linguistique, elle indique que 38,6 % des engagements concernent des projets en français et 61,4 % des projets en anglais.

RAYONNEMENT DE L'INDUSTRIE CANADIENNE

Rejoindre les auditoires

Rejoindre les auditoires constitue un objectif de base pour Téléfilm Canada et l'industrie canadienne. En 2000-2001, Téléfilm a consacré près de 22 millions de dollars au rayonnement national et international des œuvres canadiennes par l'intermédiaire de différents Fonds et programmes. Il s'agit d'une augmentation de 10 % par rapport à l'exercice précédent, grâce aux ressources additionnelles allouées à la distribution, au marketing, aux festivals et aux marchés dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage.

On peut s'attendre à ce que cette somme augmente au cours du prochain exercice en raison des objectifs du Fonds du long métrage du Canada en ce qui concerne l'augmentation des auditoires canadiens.

Voici les résultats de l'exercice 2000-2001 :

- Fonds d'aide à la distribution de longs métrages : 12,8 millions de dollars
- Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage : 1,8 million de dollars
- Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes : 1,5 million de dollars
- Fonds pour le multimédia (volets marketing et distribution en ligne) : 1,1 million de dollars
- Participation aux marchés : 1 million de dollars
- Participation aux festivals étrangers : 500 000 \$
- Subventions aux festivals canadiens : 2,2 millions de dollars
- Autres formes d'aide : 800 000 \$

On trouvera plus de détails sur l'appui international dans la section des Faits saillants consacrée aux relations internationales. Un chapitre est par ailleurs dédié au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages dans la section Longs métrages du rapport annuel.

Voici quelques autres programmes et activités par lesquels Téléfilm facilite l'accessibilité des créations canadiennes.

Doublage et marketing

Cette année, 42 productions canadiennes ont été doublées dans l'une ou l'autre des langues officielles du pays, dont 26 émissions de télévision et 16 longs métrages. Le doublage et le sous-titrage permettent aux œuvres d'accéder plus facilement aux marchés intérieur et extérieur, et donc, d'accroître leur accessibilité.



Par ailleurs, l'aide au marketing se divise en deux volets. Le volet national comprend entre autres les tests de marché et la promotion dans le cadre du lancement du produit au Canada. Le volet international appuie notamment les campagnes de promotion lors des lancements à l'étranger et à l'occasion des marchés internationaux.

Promotion et communications

La promotion de l'industrie canadienne fait partie du mandat de Téléfilm Canada. La Société a développé plusieurs outils nationaux et internationaux à cet effet.

La Société orchestre des campagnes publicitaires sur l'industrie et les produits canadiens dans les magazines spécialisés ou lors de festivals et de marchés. Elle publie des guides comme le récent *Guide sur la coproduction 2001*, des bulletins pour les festivals internationaux, des catalogues annuels de longs métrages, d'émissions de télévision et de produits multimédias. Elle organise ou co-organise avec l'industrie des événements comme la projection de longs métrages sur la colline parlementaire à Ottawa. De plus, la Société s'associe régulièrement à des soirées et hommages en l'honneur de créateurs canadiens.

La direction des communications et affaires publiques s'est décentralisée et compte des représentants à Halifax, Toronto et Vancouver, qui participent à la réalisation des plans d'affaires régionaux, notamment en ce qui concerne l'important dossier des festivals canadiens. Ces spécialistes des communications contribuent à rehausser le profil de l'industrie et des créateurs canadiens.

Téléfilm a établi des canaux de communication efficaces avec ses clients. Ainsi elle lançait, en octobre 2000, un bulletin d'information innovateur, *l'Expresso*, qui permet à chaque directeur régional de s'adresser spécifiquement à sa clientèle, tout en offrant aussi des pages d'intérêt national. Publié à Paris, le *Zoom international* continue pour sa part à fournir une information stratégique de pointe sur la communauté européenne et les événements d'intérêt pour l'industrie canadienne.

Le site Internet de Téléfilm (www.telefilm.gc.ca) est un instrument de promotion international important. C'est aussi un axe de communication privilégié avec l'industrie, qui y a notamment retrouvé de façon ponctuelle tous les documents pertinents concernant la mise en œuvre du Fonds du long métrage du Canada. Ce site connaîtra une refonte en profondeur en 2001-2002. On le souhaite plus convivial, interactif et informatif.

Festivals canadiens et prix Téléfilm Canada

Les festivals canadiens encouragent la passion du cinéma et sont d'extraordinaires vitrines de la production canadienne. Leur popularité ne se dément pas et leur programmation canadienne constitue toujours un attrait pour le public. En effet, ces festivals permettent aux Canadiens et aux Canadiennes de toutes les régions d'avoir facilement accès, chaque année, aux plus récentes créations de nos cinéastes.

En 2000-2001, Téléfilm Canada a appuyé 33 festivals, leur allouant 2,2 millions de dollars. La plus grande partie des ressources a été allouée aux cinq principaux événements canadiens, soit le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival international du film de Vancouver, le Festival de télévision de Banff et le Festival du film de l'Atlantique. L'organisme appuie aussi des festivals régionaux, de Rouyn-Noranda (Québec) à Victoria (Colombie-Britannique), de même que des festivals spécialisés qui rejoignent des publics diversifiés en mettant à l'honneur, entre autres, les documentaires, les courts métrages, les films sur l'art, les films d'animation, les films destinés aux enfants, les productions autochtones, les nouveaux médias et les œuvres expérimentales.



À Vancouver, Moncton, Edmonton et Winnipeg, des festivals s'adressent spécifiquement aux communautés francophones en situation linguistique minoritaire en leur offrant une programmation dans leur langue, incluant un grand nombre d'œuvres d'ici.

Mentionnons que Téléfilm remet chaque année une quinzaine de prix dans le cadre de festivals canadiens. Elle y a consacré plus de 125 000 \$ en 2000-2001. Ces prix contribuent à la promotion des talents canadiens à travers le pays.

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Téléfilm Canada mise résolument sur l'avenir de l'industrie canadienne, qui œuvre dans un univers très concurrentiel et doit viser les plus hauts standards internationaux. En 2000-2001, la Société a donc alloué près de 5 millions de dollars pour encourager le perfectionnement continu de l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias, de même que la formation d'une relève solide dans tous les secteurs.

Fonds de développement industriel et professionnel

Par l'intermédiaire du Fonds de développement industriel et professionnel (FDIP), qui est administré de façon décentralisée par les différents bureaux de la Société au pays, une somme de 2,3 millions de dollars a été accordée à quelque 75 organismes culturels, associations, festivals et entreprises pour des initiatives comme des forums, des ateliers, des conférences, des recherches, des publications et des activités de promotion.

Parmi les bénéficiaires, mentionnons l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, Moving Images, le Newfoundland Scriptwriting Workshop, Praxis Centre for Screenwriters, Women in Directors Chair, la Veille des marchés d'exportation (un site Internet), Média-Jeunes, la Recherche sur le documentaire et l'Executive Forum in New Media, de même que plusieurs activités de la communauté autochtone, comme l'Aboriginal Broadcast Training Symposium, l'Aboriginal Training Research et la First Nations Technical Institute Conference.

Le FDIP encourage aussi les festivals canadiens à contribuer au développement de l'industrie par des forums et ateliers, des simulations de marché et des activités de mentorat. Mentionnons notamment l'appui de la Société au New Media Strand organisé au Festival de télévision de Banff, au premier Forum sur le documentaire de Hot Docs,

de même qu'à *Strategic Partners*, une rencontre des professionnels canadiens et britanniques au Festival du film de l'Atlantique. Par ailleurs, un concours organisé par Téléfilm pour le 20^e anniversaire du Festival international du film de Toronto, *Telefilm Canada Pitch This!*, a donné la chance à six Canadiens de proposer et de peaufiner des idées de longs métrages avec de grands joueurs de l'industrie cinématographique internationale.

Production francophone en situation minoritaire

Téléfilm Canada continue de s'illustrer comme un partenaire des communautés de langue officielle en situation linguistique minoritaire, dont l'industrie est en développement. En 2000-2001, un deuxième programme d'immersion à Montréal a permis aux producteurs francophones en situation minoritaire d'intensifier leurs liens avec des joueurs clés de l'industrie, des organismes de financement et du milieu de la radiodiffusion de Montréal. Des producteurs de ces communautés ont également participé à des immersions en Europe, ainsi qu'à des marchés internationaux, sous l'ombrelle de Téléfilm Canada.

En février 2001, le ministère du Patrimoine canadien approuvait la première phase du projet déposé par Téléfilm et l'Alliance des producteurs francophones du Canada dans le cadre du programme de Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO). Ce partenariat, auquel Téléfilm Canada est associée depuis le début, donne déjà des résultats positifs : en mars 2001, 13 producteurs francophones hors Québec ont participé à un atelier de formation sur les dramatiques télévisuelles à Winnipeg, dans leur propre langue. Un prochain stage est prévu en octobre 2001 pour les scénaristes et les réalisateurs.

Programme national de formation et programmes d'aide à la relève

Téléfilm Canada encourage la relève de multiples façons, et cela, dans toutes les régions du pays.

En 1999-2000, le ministère du Patrimoine canadien lui confiait de nouvelles ressources pour la formation professionnelle dans le cadre du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo. Ce programme a pour but d'appuyer une formation professionnelle de haut niveau, préparant les diplômés à des carrières d'importance.

Cette année, Téléfilm a accordé 2,4 millions de dollars à cinq écoles de formation, soit l'Institut national de l'image et du son (INIS) à Montréal, le Centre canadien du film à Toronto, l'Institut national des arts de l'écran (Winnipeg et Edmonton), le Banff New Media Institute à Banff et le Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens à Ottawa. Certaines de ces écoles ont aussi reçu l'appui du Fonds de développement industriel et professionnel pour des initiatives spécifiques contribuant à rapprocher les étudiants des créateurs et des joueurs clés du milieu.

D'autres programmes – auxquels s'associent dans certains cas des organismes provinciaux – appuient directement les jeunes professionnels en début de carrière pour les aider à acquérir davantage d'expérience et à se faire un nom dans leur domaine d'activité.





Il s'agit entre autres, dans l'Ouest, de *Drama Prize* 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* du Centre canadien du film, à Toronto. Ces programmes suscitent un grand intérêt et se révèlent fructueux puisque certaines des œuvres ainsi financées ont été à l'affiche de festivals canadiens, comme *Parsley Days* d'Andrea Dorfman et *The Bingo Robbers* de Lois Brown et Barry Newhook.

RELATIONS INTERNATIONALES

L'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias suscite de plus en plus d'intérêt sur la scène internationale. Parmi ses atouts, mentionnons la qualité et la diversité de sa production, son savoir-faire exceptionnel, sans oublier son expertise unique sur le plan de la coproduction internationale. De plus, notre industrie est solidement appuyée par le gouvernement canadien, tant sur le plan des politiques que des ressources financières. Les Canadiens sont donc perçus comme des partenaires de choix pour la définition de politiques internationales d'avant-garde mais aussi pour la création, le financement et la diffusion d'œuvres à succès.

En 2000-2001, Téléfilm Canada a continué de raffiner ses stratégies dans le secteur des coproductions qu'elle administre au nom du gouvernement, dans celui des festivals et marchés, et au bureau européen, à Paris.

Coproductions internationales

Cette année, les principes directeurs de la coproduction internationale ont été entièrement revus, en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, les associations professionnelles du milieu et les représentants de l'industrie de la coproduction. Ce processus de révision s'est étendu sur plusieurs mois et ses résultats ont été consignés dans le *Guide sur la coproduction 2001*, qui est disponible dans le site Internet de la Société et sous forme imprimée.

Afin de répondre à la complexité grandissante de la donne mondiale sur les plans économique et culturel, les nouveaux principes directeurs de la coproduction avec le Canada sont plus explicites et plus élaborés que les précédents. Ils sont mieux adaptés aux réalités commerciales actuelles, tout en répondant aux exigences de rigueur, d'équité et de transparence qui doivent prévaloir entre partenaires internationaux soucieux de leurs intérêts respectifs et collectifs.

Parallèlement, la Société a révisé le mode de fonctionnement de son service des coproductions. Les méthodes d'analyse ont été davantage standardisées, de la décision anticipée à la décision d'accréditation finale, et le nombre des analystes a été augmenté pour assurer un meilleur suivi des dossiers de coproduction.

Accréditation des coproductions canadiennes

En 2000-2001, la Société a accrédité 66 coproductions représentant des devis totaux d'un demi-milliard de dollars. Parmi ces projets, on retrouve 41 projets pour la télévision et 25 longs métrages. Par ailleurs, la répartition linguistique est la suivante : 44 projets en anglais, 11 projets en français et 11 projets en français et en anglais (essentiellement des œuvres d'animation pour les enfants).



La France et le Royaume-Uni continuent d'être des partenaires privilégiés des producteurs canadiens, avec respectivement 20 et 34 projets de coproduction. Quatorze autres pays ont participé à des coproductions, soit l'Allemagne, l'Australie, la Bulgarie, la Chine (incluant un projet avec Hong-kong), Cuba, le Danemark, l'Espagne, l'Italie, le Luxembourg, les Philippines, la Pologne, le Sénégal, Singapour et le Venezuela. L'augmentation la plus marquante touche les pays du continent asiatique, avec un total de six projets.

On notera que le nombre de projets est inférieur à celui de l'exercice précédent, alors que Téléfilm accréditait 100 coproductions. La raison en est principalement administrative et tient à un changement de pratiques du Fonds canadien de télévision en ce qui concerne le dépôt des projets de coproduction. En effet, la date limite de dépôt des projets pour les décisions anticipées était, jusqu'à l'année dernière, la fin du mois de janvier. Ainsi, les

demandes d'accréditation de 2000-2001, soit l'exercice qui nous concerne ici, ont été déposées en janvier 2000 et ont donc été comptabilisées dans l'exercice 1999-2000, expliquant les résultats phénoménaux de cet exercice. Aucune date limite n'a été instituée pour 2001-2002, et les projets seront déposés tout au long de l'exercice. En réalité, le volume des coproductions s'avère stable. Ainsi, pour l'année calendrier 2000, Téléfilm a accrédité 106 coproductions et on peut s'attendre à un résultat similaire en 2001.



Marchés internationaux

Au cours du dernier exercice, Téléfilm a entrepris des discussions avec les autres organismes de financement fédéraux et provinciaux afin de rationaliser la présence canadienne dans les marchés. Ce partenariat accru devrait se traduire par un meilleur appui à l'industrie canadienne et, éventuellement, par une réduction des coûts de participation des P.M.E. canadiennes au stand-ombrelle de Téléfilm Canada.

Une première expérience positive en ce sens a eu lieu au MILIA de Cannes, en février 2001, alors que Téléfilm accueillait dans son stand-ombrelle des représentants du Canada dans huit pays (France, Grande-Bretagne, Belgique, Danemark, Allemagne, Pays-Bas, Suède et Finlande). Ces représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ont apporté aux participants des P.M.E. canadiennes une vaste expertise commerciale et favorisé les activités de maillage et de réseautage.

De plus, en préparation du Festival international du film de Cannes 2001, Téléfilm s'est associée à d'autres organismes – soit la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, l'Association canadienne de production de film et télévision, British Columbia Film, Manitoba Film and Sound, SaskFilm and Video Development Corporation et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – pour offrir à l'industrie et au milieu international, à la même adresse, une expertise encore plus vaste de la production, de la coproduction et de la promotion des produits culturels.

Les professionnels canadiens tirent grand profit des marchés internationaux, qui sont déterminants pour

la vente des produits, l'achat de droits de distribution et de diffusion, le développement ou la finalisation de projets de coproduction et la recherche de partenaires financiers. Les activités de Téléfilm à ce niveau reflètent l'évolution et les nouveaux besoins de l'industrie. En 2000-2001, la Société était présente à dix marchés, soit un de plus que pendant l'exercice précédent, y consacrant 1 million de dollars pour appuyer l'industrie par différentes activités logistiques et promotionnelles. Cette somme est supérieure à celle des exercices précédents en raison, principalement, d'une augmentation de la contribution aux marchés du multimédia.

La Société participe maintenant à quatre marchés des nouveaux médias, soit le MIM à Montréal, le MILIA à Cannes, l'E³ à Los Angeles et l'ECTS à Londres, ce dernier s'étant ajouté en 2000-2001 à la demande de l'industrie canadienne des nouveaux médias. En ce qui concerne le long métrage, la Société est présente au Festival international du film de Cannes, au Festival international du film de Berlin et à l'Independent Feature Film Market de New York. Du côté de la télévision, Téléfilm participe au MIP-TV et au MIPCOM de Cannes, de même qu'au NATPE à Las Vegas.

Plus de 80 entreprises canadiennes ont partagé le stand-ombrelle de la Société dans les marchés, bénéficiant de ses contacts et de son expertise unique des relations internationales. Il s'agit d'une nette augmentation par rapport aux 70 compagnies qui avaient été accueillies dans le stand-ombrelle de Téléfilm en 1999-2000.

Festivals internationaux

En 2000-2001, Téléfilm a révisé et rationalisé son appui à la production canadienne dans les festivals internationaux, privilégiant de plus en plus une approche qualitative dans le choix de festivals qui ont un véritable impact sur la reconnaissance internationale et la diffusion des œuvres canadiennes.

Cette rationalisation s'est traduite par un record d'inscriptions dans certains festivals d'importance, dont ceux de Berlin, de Clermont-Ferrand, d'Annecy et de Sundance. La Société a offert à des productions canadiennes de qualité un meilleur service sur le plan logistique et promotionnel.

En 2000-2001, Téléfilm a inscrit 750 œuvres canadiennes dans 65 festivals internationaux. Elles y ont remporté quelque 35 prix très convoités. La Société avait facilité le processus de sélection en accueillant à Montréal les programmeurs de plusieurs festivals d'importance, dont ceux de Cannes, de Venise, de Clermont-Ferrand et de Biarritz, organisant pour eux la présélection de plus de 400 films, émissions de télévision et vidéos canadiens.

Grâce à l'appui de Téléfilm, 62 réalisateurs de renom ont participé à des festivals d'envergure et ainsi contribué directement à la promotion de leurs œuvres. Parmi ces cinéastes, mentionnons Léa Pool (*Lost and Delirious*), Gary Burns (*waydowntown*), Denis Villeneuve (*Maelström*) et Clement Virgo (*Love Come Down*).

Le bureau européen à Paris

Le bureau de Paris assure une présence active de la Société sur la scène européenne et contribue efficacement au développement des partenariats internationaux du Canada.

En 2000-2001, ce bureau a collaboré à la rétrospective Cronenberg à Paris et a participé à d'importantes rencontres comme le Forum sur la coproduction documentaire en Israël, la Conférence sur les films d'animation de format géant à Paris et la rencontre annuelle ibéro-américaine de Madrid, tout en maintenant des liens avec les associations européennes et les représentants des programmes de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe, comme Media et Eurimages.

Le bureau a organisé son sixième programme d'immersion pour les professionnels canadiens à Londres, qui portait sur le long métrage. Ces immersions constituent depuis le début un modèle de partenariats publics et privés, plus de la moitié du financement provenant du secteur privé canadien et britannique. Quelque 45 producteurs, distributeurs et représentants d'entreprises de télédiffusion du Canada ont participé à cette rencontre d'une semaine avec des joueurs clés du cinéma britannique. À l'heure où la Grande-Bretagne revoit son système d'aide au long métrage, cette rencontre s'est révélée particulièrement stratégique pour notre industrie.

Mentionnons enfin que le bureau publie le *Zoom international*, un mensuel distribué à 400 professionnels canadiens, des guides sur différents pays, des dossiers ponctuels et des listes de coproducteurs potentiels, lesquels font en sorte que des producteurs canadiens de toutes les régions du pays misent plus efficacement sur des stratégies de développement international.

délégués se sont entendus sur le besoin de mieux colliger les données relatives à la distribution des coproductions, incluant les ventes à la télévision.

Le Royaume-Uni est, avec la France, le plus important partenaire du Canada en coproduction. Depuis 1997, le nombre de coproductions télévisuelles et cinématographiques entre le Canada et le Royaume-Uni ne cesse d'augmenter. L'accord de coproduction avec ce pays, signé en 1975 et remanié en 1985 et en 1991, a été mis à jour à l'occasion d'une commission mixte Canada-Royaume-Uni qui s'est tenue à Londres en novembre 2000. Cette rencontre stratégique avait pour objectif d'encourager des partenariats durables entre les producteurs et les distributeurs des deux pays. Il a été prévu qu'un groupe de travail assurerait le suivi des aspects administratifs de l'accord.

Par ailleurs, le Festival de télévision de Banff, qui avait mis sur pied un Focus sur l'Allemagne, a été l'occasion de sessions de travail intensives entre des producteurs canadiens et allemands. Depuis la dernière commission mixte à Halifax, en 1998, qui avait pour objectif d'inclure à l'accord le secteur de la télévision, une vingtaine de projets ont été coproduits avec l'Allemagne, ce qui en fait un partenaire important de notre industrie. Tous les participants ont réitéré le souhait de tenir des réunions plus régulières axées spécifiquement sur les différents secteurs de production (fiction, documentaires, animation, longs métrages) afin de faciliter la collaboration entre les deux pays.

Asie-Pacifique

Par l'intermédiaire du programme Asie-Pacifique, Téléfilm vise la consolidation des relations audiovisuelles avec un marché qui s'ouvre de plus en plus à notre culture. Au cours de l'exercice, plusieurs événements ont permis de faire des pas importants en ce sens.

Plusieurs projets de coproductions ont été conçus dans la foulée de l'accord de coproduction signé entre le Canada et Singapour en 1998. En 2000, un dialogue fructueux s'est établi entre les professionnels des deux pays dans le cadre du Festival de télévision de Banff et s'est poursuivi à l'Asia Television Forum de Singapour. Singapour est fortement engagée dans le secteur des nouveaux médias et a invité les producteurs canadiens à collaborer à ce niveau.

Par ailleurs, les relations avec la Chine ne cessent de prendre de l'ampleur. Elles se sont illustrées, au cours des dernières années, par une vingtaine de projets avec ce pays, incluant Hong-kong, avec lequel le Canada a un accord de coproduction. Depuis 1998, un comité consultatif Canada-Chine favorise le développement de la coproduction et l'augmentation des exportations d'émissions et de films canadiens en Chine.

En février 2001, François Macerola et un groupe de producteurs canadiens ont participé à la mission en Chine d'Équipe Canada, présidée par le premier ministre Jean Chrétien. Cette mission les a menés à Beijing, Shanghai et Hong-kong et a permis à la délégation canadienne de rencontrer des responsables gouvernementaux et des joueurs clés de la radiodiffusion et de l'industrie chinoises. Plusieurs projets d'envergure ont été conclus et un nouvel élan a été donné à l'accord de coproduction.



Des liens internationaux précieux

Europe

La coproduction avec la France continue d'être abondante et fructueuse. Conformément à la décision prise lors de la commission mixte Canada-France qui s'est tenue à Montréal en janvier 2000, deux commissions techniques ont eu lieu en France au printemps 2000. Les délégations ont notamment exprimé une volonté commune de relancer et de promouvoir les mini-traités de développement et le jumelage de projets de fiction francophones. De plus, les

Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat*

« Je voulais filmer mon père en train de chasser. Les histoires qu'il me racontait étaient si passionnantes que j'ai à tout prix voulu conserver des images de lui dans le feu de l'action. J'ai surtout fait ce film pour transmettre aux miens cette histoire légendaire, telle qu'elle nous a été transmise depuis des générations. » *La Presse*, mai 2001

Norman Cohn, coproducteur d'*Atanarjuat*

« Les Inuits utilisent la télévision d'une façon originale et ils savent raconter une histoire sans faire de pédagogie. Igloodik Isuma Productions a été fondée pour produire des émissions de télévision et des films qui respectent des principes de base dont l'identité culturelle et la production d'œuvres cinématographiques professionnelles axées sur la collectivité. » *La Presse*, mars 2001

« [Ce film constitue] en grande partie une histoire d'amour shakespearienne, où les tensions familiales se libèrent dans une sorte de violation, du fait d'un manque culturel. La culture s'est désagrégée, et lorsque les choses vont mal, les gens se conduisent mal. Ou l'on surmonte cette situation ou l'on en meurt : voilà le thème du film. C'est une histoire très morale. » *Toronto Star*, mai 2001



Philippe Baylaucq, *Les Couleurs du sang*

« Le cinéma est un art complet auquel il manque pourtant le toucher. Ces supports multiples des films en noir et blanc et en couleurs, en super 8, en 35 mm, en 16 mm, en 8 mm vidéo, témoignaient de la vie de mon grand-père, certes, mais aussi de l'évolution de la technologie à travers le siècle. Ça se terminait avec la caméra numérique que j'ai utilisée pour mon documentaire. La boucle était bouclée. » *Le Devoir*, mars 2001

Jean Beaudin, *Willie*

« Ce ne sont pas les faits qui sont les plus révélateurs. On a essayé de travailler le personnage par son essence même. On est allé à l'intérieur du personnage de Willie Lamothe. On a essayé de parler de l'homme et de la femme

dans ce qu'ils ont de plus grand et de plus petit. Ça vient ensemble, d'ailleurs. Pour être brave, parfois, il faut à l'occasion avoir été lâche. C'est un peu ça aussi qu'on a essayé de montrer, c'est-à-dire que pour être grand, il faut parfois être petit. »

Le Journal de Montréal, octobre 2000

Louis Bélanger (coréalisateur), *Lauzon Lauzonne*

« J'ai accepté le projet parce que j'aimais le scénario d'Isabelle [Hébert]. C'était la porte d'entrée dans l'univers de Lauzon. On touchait au cœur de la création, de l'amour, de la peur, de la folie : des thèmes universels. »

Le Soleil, mars 2001

Bertrand Bonello, *Le Pornographe*

« La pornographie permettait de parler du cinéma, de la politique, du mensonge. Ce n'est qu'au montage qu'il m'est apparu que l'on pouvait effectivement remplacer "pornographie" par "cinéma d'auteur", comme lui marginal et artisanal. » *La Presse*, mai 2001

Lois Brown (coréalisatrice), *The Bingo Robbers*

« Nous avons voulu montrer deux personnages qui, quelle que soit la situation désespérée dans laquelle ils se trouvent, n'arrêtent jamais de se disputer ni de parler de leurs angoisses. Ces deux personnages se sont en quelque sorte trouvés. Ce sont deux personnes qui s'accordent mutuellement le droit de se parler, aussi ridicule que cela paraisse. » *The Telegram*, septembre 2000

Gary Burns, *waydowntown*

« Tout a commencé il y a deux ans. Je devais envoyer mon projet à Téléfilm avant le 15 novembre. J'ai donc pondu un paragraphe sur l'idée de la Plus 15 [des passerelles communicantes dans un centre commercial de Calgary appelé Plus 15, car elles sont situées à plus de 15 pieds au-dessus du niveau de la rue] qui, selon moi, a détruit le cachet du centre-ville de Calgary. » *The Globe and Mail*, novembre 2000

« Je suis parti du personnage de Tom – c'était celui qui devrait quitter l'histoire ou évoluer. À partir de là, j'ai dressé une liste de personnages. D'un côté, le mec louche, de l'autre, le dirigeant dégueulasse et enfin la secrétaire. Je ne connais pas grand-chose à la culture d'entreprise, mais les gens se ressemblent, qu'ils travaillent dans un bureau ou qu'ils soient ouvriers de chantier. » *Vancouver Sun*, septembre 2000

Denis Chouinard, *L'Ange de goudron*

« Je voulais donner une voix aux gens que l'on n'entend pas souvent dans les films et dans les médias. » *The Gazette*, février 2001

« Il faut s'enrichir de l'histoire, de la culture des autres, sinon on va s'enfermer de plus en plus et s'étouffer dans notre solitude. » *La Presse*, mars 2001

Rock Demers (producteur), *Contes pour tous*

« C'est une étape charnière dans la vie ; le passage entre l'enfance et l'âge adulte, c'est à cet âge que l'on choisit les valeurs qui vont nous suivre toute notre vie. Et pourquoi ne pas leur proposer des sujets de réflexion par le biais du grand écran ? » *Le Soleil*, septembre 2000

Alain DesRochers, *La Bouteille*

« Avec *La Bouteille*, mon but premier est tout simplement de faire réfléchir sur le fait que l'on doit s'arrêter un jour pour se demander si l'on a réalisé ses rêves, ses objectifs. Sommes-nous qui nous avons voulu être ? Avons-nous fait ce que nous voulions faire ? Sommes-nous arrivés là où nous voulions aller ? »

Le Journal de Montréal, octobre 2000



Bernard Émond, *La Femme qui boit*

« Il en faut, des films qui parlent de choses graves, des films qui vont au fond des choses. Moi, j'avais envie d'aller au fond de la douleur et c'est ce que j'ai fait. »

Le Droit, mars 2001

« Ce film est avant tout destiné à mes compatriotes et je suis le premier surpris de sa présence [à Cannes]. Par ailleurs, ça prouve qu'il n'est pas nécessaire de faire délibérément "international" pour intéresser les étrangers. »

La Presse, mai 2001

Philippe Falardeau, *La Moitié gauche du frigo*

« Il y a trois ans, j'aurais évoqué la nécessité de faire un film engagé, sur un propos social donné, qui est le chômage. J'étais en mission. Puis, au fur et à mesure que le projet avançait, je me suis aperçu qu'en faisant du cinéma, on raconte des histoires à travers des personnages, et que c'est dans leur vérité qu'il fallait que je cherche. »

Le Devoir, novembre 2000

« Un film, ce n'est pas des idées. Un film se compose de personnages et de situations dramatiques. La question du travail fait partie de mon sujet, mais il doit y avoir des êtres humains au centre. Vous pouvez faire des erreurs au montage, dans la continuité, et le public vous pardonnera. Mais faites une erreur de distribution et vous tuerez votre film. » *The Globe and Mail*, mars 2001

John Fawcett, *Ginger Snaps*

« Quand on essaie de faire un film d'horreur, la première question que l'on se pose, c'est : Qu'est-ce qui me fait peur ? Pour moi, c'est l'idée de quelque chose qui pourrait entrer dans mon corps et m'infecter ; quelque chose que je ne pourrais pas contrôler, quelque chose d'interne que je ne peux ni voir ni suivre. Évidemment, j'aimerais que les films canadiens soient un peu plus commerciaux. Je crois que le fait de ne pas essayer de concurrencer les Américains n'est pas une bonne idée. » *National Post*, mai 2001

John Greyson, *The Law of Enclosures* (adaptation d'un roman de Dale Peck)

« L'exercice ne consistait pas à trouver l'histoire, car elle existait déjà. Il s'agissait de trouver la meilleure façon de la raconter. » *Take One*, automne 2000

« Le plus intéressant selon moi, c'est le "truc" du temps [nous sommes en 1991, la Guerre du Golfe passant et repassant sans relâche, pas toujours clairement d'ailleurs, à la télévision] qui me semblait une métaphore très originale de la manière dont les couples s'enlisent peu à peu. Je crois que ce thème plaît aux gens. » *National Post*, mars 2001

Sturla Gunnarsson, *Scorn*

« Je crois que c'est un film que les parents peuvent regarder avec leurs enfants. On avait le sentiment de pénétrer dans un "monde de garçons". Lorsqu'on n'entendait pas ce qu'ils se racontaient, ils semblaient si doux et innocents. Il y avait une sorte d'irréalité dans ce qu'ils faisaient. »

The Gazette, mars 2001

Michel Jetté, *Hochelaga*

« Quand j'ai commencé à écrire le scénario, je voulais parler de la quête de l'identité et du sentiment de l'appartenance. Avec le temps, c'est devenu partie intégrante de l'histoire, son fondement. Au fur et à mesure de l'évolution du scénario, je me suis rendu compte qu'il s'agissait plutôt d'une histoire de manipulation, de confusion et de chaos, où je décrivais la manière dont, lorsqu'on entre dans une sphère de pouvoir et que l'on est au bas de la pyramide, on ne comprend pas toujours clairement les enjeux. »

The Gazette, septembre 2000



Robert Lepage, *Possible Worlds*

« Ce qui m'intéresse, c'est de faire réfléchir le spectateur, de le forcer à mettre lui-même les morceaux du puzzle ensemble. On ne peut pas faire autrement, quand on est un cinéaste, que de refléter les valeurs et les questions du moment. Tout en étant à la base une simple histoire d'amour, *Possible Worlds* traite de la multiplicité des choix sur laquelle s'ouvre la société d'aujourd'hui. »

Le Journal de Montréal, septembre 2000



André Melançon, *Asbestos*

« Je veux qu'on sente la dignité, la solidarité, du mouvement ouvrier. Des ouvriers vivaient des conditions de travail inhumaines marquées par la maladie et des salaires de famine. »

La Presse, mars 2001

George Mihalka, *Dr Lucille*

« J'ai lu le scénario, et j'ai découvert cette incroyable poésie visuelle qui, tout d'un coup, a rendu la vie de cette femme si passionnante. Grâce au scénario de Rob Forsyth, je regardais l'image par le bon côté du télescope. C'était un film sur la générosité d'esprit, la dignité et la noblesse de l'animal humain. »

Take One, printemps 2000

Allan Moyle, *New Waterford Girl*

« Les projets se manifestent à mon esprit d'une drôle de façon. Ils me trouvent littéralement. En fait, *New Waterford Girl* m'est tombé dessus un jour où j'avais envie de quitter Los Angeles. Je crois que c'était un signe. Je suis Poisson : je crois aux signes. »

Take One, printemps 2000

Michael Parker, *Lunch with Charles*

« Ces deux couples reflètent l'étape où je me situe sur le plan créatif. Ce qui est fascinant, c'est le processus d'écriture qui a duré cinq ans, son évolution et le fait qu'il est passé du papier à quelque chose de concret sous mes yeux. Nous avons dîné avec la distribution. C'était bizarre, comme si les personnages quittaient le papier pour se mettre à table. Les personnages avaient leur propre vie. »

Reel West Magazine, octobre – novembre 2000

Jeremy Podeswa, *The Five Senses*

« D'une certaine manière, *The Five Senses* évoque la façon dont il faut écouter son cœur et non son esprit, ou plus simplement la confiance qu'il faut avoir dans la vie et l'amour. Nous vivons à une époque cynique, mais les sentiments naturels précèdent l'urbanité, l'ennui et la lassitude. Les sens sont primordiaux et, en nous mettant en communication avec le monde, ils nous mettent en relation avec les autres. L'idée que les gens puissent trouver l'amour là où ils ne s'y attendaient pas ou trouver une sorte de lien humain a été une inspiration. »

Hollywood@home, décembre 2000

Léa Pool, *Lost and Delirious*

« Ce projet m'a amenée de surprise en surprise. Même si, pour la première fois, je mets en scène un film dont je n'ai pas écrit le scénario, *Lost and Delirious* me ressemble beaucoup. Je dirais même qu'il m'est très proche. Plus que je ne l'aurais cru au départ. »

La Presse, décembre 2000

Gildor Roy (comédien), *K2* de Gabriel Pelletier

« Le leitmotiv de Chabot [personnage du film] est "l'amour est plus fort que tout". »

Le Journal de Montréal, novembre 2000

John N. Smith, *Cap Random*

« Nous avons pris la grande décision de tout tourner sur place, de ne pas filmer en studio et de bâtir une communauté vivante dans un lieu isolé, sur les rivages de Terre-Neuve. C'est l'une des plus extraordinaires expériences cinématographiques de ma vie. »

Playback International, automne 2000

Denis Villeneuve, *Maelström*

« Pour les Nord-Américains, la mort est un sujet tabou. C'est étrange : je crois que nous devrions nous sentir plus proches de la mort et lui rendre hommage. Elle devrait faire davantage partie de notre vie. Peut-être que j'ai ce sentiment parce que j'ai des enfants. Dès l'instant où j'ai eu un enfant, j'ai senti ma mort plus proche de moi. La paternité m'a rendu plus serein à l'égard de la mort. »

The Gazette, septembre 2000

« J'ai un grand espace à découvrir. C'est incroyable tout le travail qui m'attend. »

La Presse, février 2001

Clement Virgo, *Love Come Down*

« Je veux créer des personnages de chair et de sang. Je veux comprendre, connaître leurs peurs et savoir ce qui les fait vibrer. Ce qui m'intéresse, c'est le blanc et le noir. »

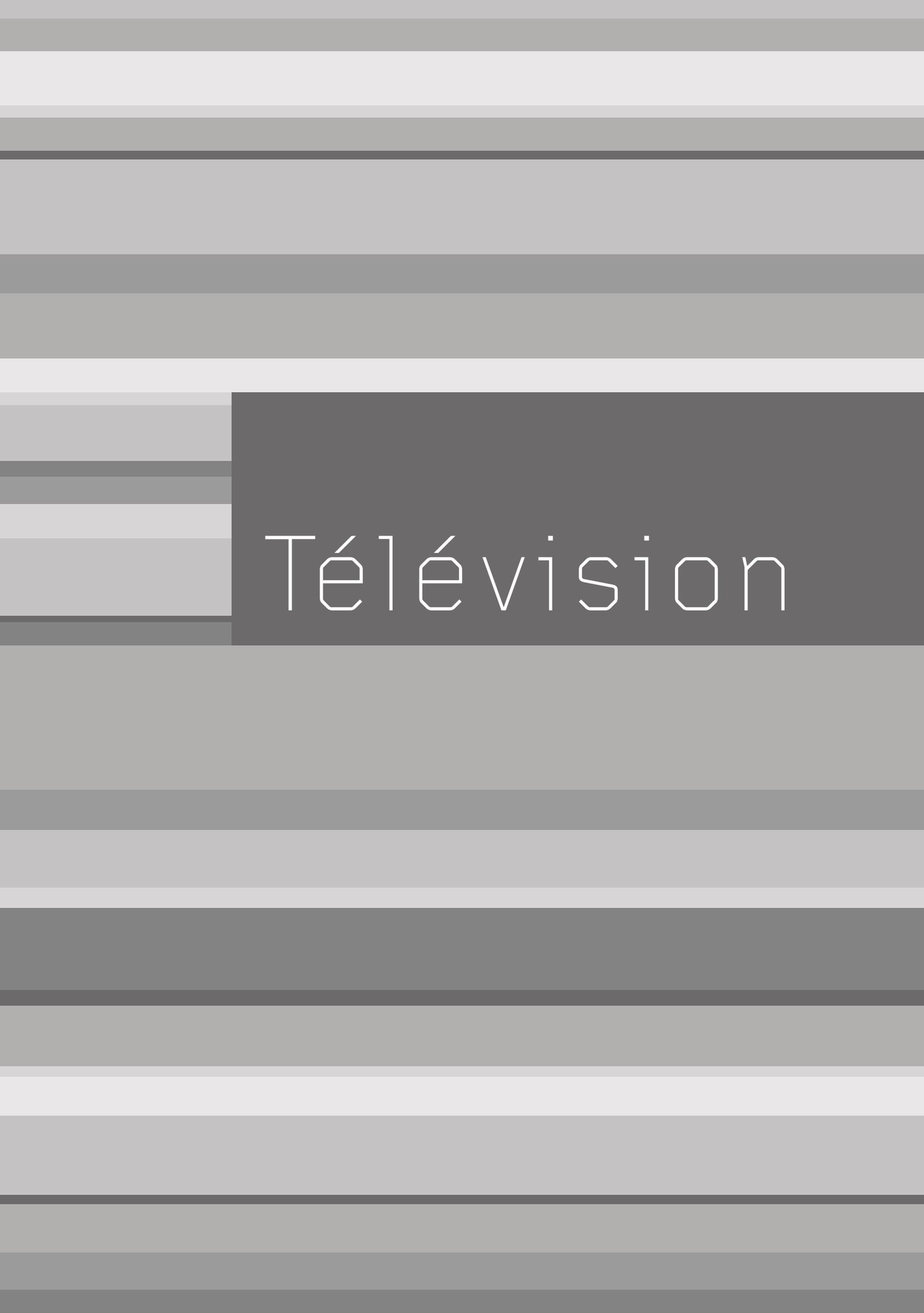
Take One, automne 2000

« Ça fait du bien de voir que l'Académie [canadienne du cinéma et de la télévision] et ses membres se mêlent un peu plus, ce qui révèle que l'expérience culturelle canadienne fonctionne. C'est merveilleux d'être reconnu comme un cinéaste et comme un Noir canadien. »

Toronto Star, décembre 2000

« En tant que réalisateur, je suis toujours porté à explorer mon âme. C'est pourquoi mon premier film s'intitulait *Save My Lost Nigga Soul*. J'essaie de découvrir un moyen d'"être" dans ce monde. John Cassavetes disait que le seul sujet valable pour un film, c'est l'amour. Je crois qu'il a raison. »

Toronto Sun, mars 2001



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 %
FRANÇAIS				
Production	84	139 053	30 898	
Modifications – production ***	–	–	-194	
S O U S - T O T A L	84	139 053	30 705	
Scénarisation et développement	63	3 899	1 288	
Modifications – développement ***	–	–	46	
S O U S - T O T A L	63	3 899	1 334	
S O U S - T O T A L – F R A N Ç A I S	147	142 952	32 039	32,3
ANGLAIS				
Production	157	332 394	62 381	
Modifications – production ***	–	–	-84	
S O U S - T O T A L	157	332 394	62 297	
Scénarisation et développement	136	6 407	2 397	
Modifications – développement ***	–	–	67	
S O U S - T O T A L	136	6 407	2 463	
S O U S - T O T A L – A N G L A I S	293	338 801	64 760	65,2
LANGUES AUTOCHTONES				
Production	15	6 503	2 278	
Modifications – production ***	–	–	-6	
S O U S - T O T A L	15	6 503	2 271	
Scénarisation et développement	14	580	229	
Modifications – développement ***	–	–	–	
S O U S - T O T A L	14	580	229	
S O U S - T O T A L – LANGUES AUTOCHTONES	29	7 083	2 500	2,5
TOTAL	469	488 837	99 299	100,0

* Comprend 2 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.

Le Fonds canadien de télévision (FCT) est une initiative des secteurs public et privé lancée en 1996 par le gouvernement du Canada et l'industrie canadienne de la télévision par câble. Le Fonds est constitué de deux programmes, soit le Programme de droits de diffusion (PDD) administré par le FCT et le Programme de participation au capital (PPC) administré par Téléfilm Canada.

Le FCT assure un financement essentiel au secteur de la production télévisuelle et cinématographique au Canada. Les créateurs, les producteurs, les distributeurs, les exportateurs et les entreprises de télédiffusion trouvent dans le FCT un partenaire de premier plan. En cinq ans, le Fonds a permis la mise en ondes de plus de 10 000 heures de télévision originale canadienne dans le secteur des dramatiques, des documentaires, des émissions pour enfants, des émissions de variétés et des longs métrages.

Grâce au FCT, le public a accès – à des heures de grande écoute, partout au pays, et sur les ondes d'une grande variété d'entreprises publiques, privées et spécialisées – à des centaines d'émissions de grande qualité.

Programme de participation au capital du FCT

Le budget du Programme de participation au capital du FCT est d'environ 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il appuie la production télévisuelle et cinématographique, de même que le développement et la scénarisation de nouveaux projets pour la télévision.

Par ailleurs, le PPC administre l'enveloppe de 2,5 millions de dollars du FCT destinée au développement et à la production de projets en langues autochtones.



nombre de scénaristes et de réalisateurs d'illustrer leur vision du monde.

Pour mettre en œuvre les projets de l'exercice, les producteurs canadiens ont réuni des budgets totaux de 488,8 millions de dollars, soit tout près d'un demi-milliard de dollars. Ces devis incluent la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, soit 22,8 millions de dollars.

Un record de 1 077,6 heures de production canadienne sur nos écrans

Cette production record s'est traduite par une plus grande présence des histoires et des images canadiennes sur les écrans, soit 1 077,6 heures, une hausse de plus de 20 % par rapport à 1999-2000. Cette augmentation a touché plusieurs catégories d'émissions, soit les dramatiques, les émissions pour enfants et les documentaires. Il faut noter que ces résultats incluent les heures de diffusion des longs métrages appuyés par le FCT.

Répartition des engagements entre les dramatiques, les documentaires, les émissions pour enfants et les variétés

En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), 64 % des investissements du PPC ont été consacrés aux dramatiques, 21 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et aux arts de la scène. Ces différentes catégories d'émissions offrent un panorama culturel impressionnant.

L'industrie du documentaire s'est révélée particulièrement performante cette année, en raison des nouvelles fenêtres de diffusion qui s'offrent à elle, tant au pays qu'à l'étranger : 151 documentaires ont été produits, comparativement à 110 pendant l'exercice précédent. Quant aux heures de production des documentaires, elles ont augmenté de quelque 40 %.

Autre fait à noter : la production d'émissions pour enfants se maintient au même niveau depuis quelques années et continue d'impressionner par sa diversité et sa qualité. Ce secteur d'activité s'illustre tout particulièrement du côté de la coproduction internationale et des exportations.



Un record de 469 projets de production et de développement

L'exercice 2000-2001 du Programme de participation au capital a été particulièrement fructueux, reflétant le dynamisme et la créativité d'une industrie en plein essor.

Le PPC a appuyé un record de 469 projets, soit 46 % de plus qu'il y a quatre ans. L'un des objectifs du PPC est d'assurer la création d'une grande diversité de projets – tant sur le plan des catégories, des devis et des sujets que de la provenance régionale. Ces projets reflètent la richesse des sources d'inspiration canadiennes et permettent à un grand

Stabilité, aussi, des investissements dans le secteur des variétés et des arts de la scène, des émissions qui illustrent de maintes façons la vie artistique canadienne et les talents canadiens.



Production : un vaste réseau de partenariats financiers

Plusieurs sources de financement canadiennes et étrangères, publiques et privées, ont contribué aux productions de l'exercice.

La contribution du PPC, qui représente 21 % des devis, s'est de nouveau révélée un levier important. Cette contribution par projet est inférieure à celle des exercices précédents, exigeant moins de ressources financières de la part du PPC. Le Programme a pu ainsi appuyer un plus grand nombre de projets que jamais.

Le tableau sur l'Analyse de la participation financière indique que d'autres Fonds de Téléfilm, de même que le Programme de droits de diffusion du FCT, ont contribué au financement des projets de l'exercice. Au total, Téléfilm et le Fonds canadien de télévision ont assumé 36,8 % des devis de l'exercice.

La contribution des entreprises de télédiffusion continue de croître. Elle est passée progressivement de 17,8 % en 1997-1998 à 23,3 % en 2000-2001. L'augmentation de cette année a particulièrement bénéficié aux dramatiques en français et aux documentaires. Ajoutons que le PPC a alloué 34 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 66 % à des projets destinés aux autres entreprises de télédiffusion.

Il faut aussi mentionner une augmentation de la participation du secteur privé, qui est passée de 9,7 % des devis en 1999-2000 à 12,1 % en 2000-2001. Parmi

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**		Participation de Téléfilm Canada
			en milliers de dollars	en milliers de dollars	% du devis
Montréal	83	490,5	150 188	35 084	23
Toronto	52	232,8	118 246	24 100	20
SOUS-TOTAL	135	723,3	268 434	59 184	22
Colombie-Britannique	45	137,3	85 692	14 645	17
Alberta	11	27,5	19 264	5 090	26
Saskatchewan	12	33,5	16 114	3 369	21
Manitoba	11	33,5	8 254	1 991	24
Région du Nord	3	8,0	1 030	425	41
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	7	37,5	4 982	1 449	29
Québec (à l'exclusion de Montréal)	6	13,0	1 877	421	22
Nouveau-Brunswick	4	8,0	1 513	235	16
Nouvelle-Écosse	14	34,5	19 745	4 442	22
Île-du-Prince-Édouard	2	8,0	5 056	795	16
Terre-Neuve	6	13,5	23 209	3 512	15
SOUS-TOTAL	121	354,3	186 736	36 373	19
TOTAL	256	1 077,6	455 170	95 557	21

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.

** Ne comprend pas la part étrangère (22 781 198 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

les investisseurs privés, les producteurs, les équipes et les services ont particulièrement augmenté leurs investissements dans les dramatiques et les documentaires en anglais.

La contribution des organismes de financement fédéraux et provinciaux demeure essentielle à la création télévisuelle, tant par l'entremise de crédits d'impôt qui représentent plus de 80 % de leur apport, que d'investissements. Cette année, les organismes de financement de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse et de l'Alberta ont augmenté leur participation, ce qui a contribué à une explosion de la production dans ces provinces.

Enfin, en raison du grand nombre de coproductions soutenues au cours de l'exercice, l'apport des partenaires internationaux s'est révélé spectaculaire, atteignant 52,5 millions de dollars. Cette somme inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Production en langues autochtones

Pour encourager la production en langues autochtones, dont les conditions de développement sont particulières, le Fonds canadien de télévision fait preuve de souplesse en ce qui concerne son pourcentage d'investissement, les droits de diffusion, les heures de diffusion et l'emploi de stagiaires.

En 2000-2001, 15 productions autochtones ont été financées par l'entremise d'une enveloppe spéciale du FCT administrée par le Programme de participation au capital. Huit projets proviennent de la région de l'Ouest et du Nord, cinq du Québec et deux de l'Ontario. Ces histoires se déroulent en huit langues autochtones dont l'inuktitut, que l'on retrouve dans près de la moitié des productions.

On remarque une très nette augmentation des devis de production, dont la moyenne est de 430 000 \$ en 2000-2001, comparativement à 270 000 \$ l'année précédente. Trois projets ont des devis de moins de 200 000 \$, huit entre 200 000 \$ et 500 000 \$, trois entre 500 000 \$ et 1 million de dollars, et un projet, *Stories From the Seventh Fire: Spring, Summer*, a un devis de plus de 1 million de dollars.

Les producteurs autochtones ont par ailleurs diversifié leurs sources de financement puisque la contribution du PPC représente en moyenne 35 % de leur devis cette année, une nette diminution par rapport à 45 % en 1999-2000. La contribution aux projets s'échelonne de 7,6 % à 63,6 %. Il faut par ailleurs noter que trois projets sont des coproductions entre plusieurs régions du pays.

L'Aboriginal Peoples Television Network est associé à toutes les productions en langues autochtones, dont huit en collaboration avec d'autres diffuseurs, tels Channel 24 Iqloolik, TFO, SCN, CTV Network (Baton), Vision TV et CLC.

Le PPC a également appuyé le développement et la scénarisation de 14 autres projets en langues autochtones, misant sur l'avenir de cette industrie.

Répartition régionale : 38 % des investissements en dehors de Montréal et de Toronto

L'un des objectifs majeurs du FCT est de stimuler la production régionale de sorte que la télévision canadienne reflète les différentes réalités du pays. À cet égard, le PPC peut dire : « mission accomplie »!

Voici comment sont répartis les engagements du PPC cette année (ces pourcentages incluent la production



Répartition linguistique des projets

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
	en milliers de dollars	%										
FRANÇAIS	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	32 039	32,3	171 766	33,2
ANGLAIS	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 128	66,4	64 760	65,2	339 198	65,6
LANGUES AUTOCHTONES	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	2 500	2,5	6 498	1,3
TOTAL	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	99 299	100,0	517 462	100,0



et le développement, les émissions de télévision et les longs métrages) :

- 37 % à des projets de Montréal;
- 25 % à des projets de Toronto;
- 26 % à des projets de la région de l'Ouest et du Nord;
- 10 % à des projets de la région de l'Atlantique; et
- 2 % à des projets du Québec et de l'Ontario provenant d'autres villes que Montréal et Toronto.

L'appui à la production régionale (c'est-à-dire celle qui est issue d'autres villes que Montréal et Toronto) est très élevé cette année, atteignant 38 % des investissements du programme, comparativement à 36 % en 1999-2000 et 29 % en 1998-1999.

L'industrie des provinces des Prairies et des provinces atlantiques a été particulièrement active, avec plusieurs projets d'envergure. C'est en Alberta, en Saskatchewan et à Terre-Neuve qu'on observe les augmentations les plus importantes.

Répartition linguistique des engagements

De par son mandat, le PPC est tenu d'encourager équitablement la production en français, en anglais et en langues autochtones.

En 2000-2001, la répartition linguistique a été la suivante : 32,3 % des engagements du PPC ont été alloués à la production de langue française, 65,2 % à la production de langue anglaise et 2,5 % à la production de langues autochtones.

Au cours de l'exercice, le PPC a accordé 8,1 millions de dollars à 44 projets de production et de développement provenant de sociétés de production en situation linguistique minoritaire. Vingt-six projets produits en anglais à Montréal ont reçu une somme de 6,3 millions de dollars, tandis que 18 projets en français issus de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick ont reçu une somme de 1,8 million de dollars.

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	%
FRANÇAIS										
Dramatiques	17	144,0	72 227	72 227	18 089	25,0	–	0,0	109	0,2
Variétés	6	16,5	3 668	3 668	1 068	29,1	–	0,0	–	0,0
Enfants	10	222,3	20 039	20 039	3 267	16,3	–	0,0	–	0,0
Documentaires	47	101,9	25 677	23 821	5 949	25,0	–	0,0	9	0,0
Longs métrages	4	6,3	17 442	12 178	2 525	20,7	–	0,0	300	2,5
SOUS-TOTAL	84	490,9	139 053	131 932	30 898	23,4	0	0,0	418	0,3
ANGLAIS										
Dramatiques	32	225,0	205 949	205 949	37 151	18,0	–	0,0	157	0,1
Variétés	5	4,0	2 569	2 021	631	31,2	–	0,0	–	0,0
Enfants	11	64,8	46 548	40 886	7 776	19,0	–	0,0	130	0,3
Documentaires	104	219,8	53 170	53 170	11 893	22,4	–	0,0	234	0,4
Longs métrages	5	8,2	24 158	14 708	4 930	33,5	850	5,8	–	0,0
SOUS-TOTAL	157	521,7	332 394	316 734	62 381	19,7	850	0,3	522	0,2
LANGUES AUTOCHTONES	15	65,0	6 503	6 503	2 278	35,0	0	0,0	0	0,0
TOTAL	256	1 077,6	477 951	455 170	95 557	21,0	850	0,2	940	0,2

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.

** Ne comprend pas la part étrangère (22 781 198 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

Longs métrages : neuf projets de production

Le PPC administre la moitié de l'enveloppe du FCT consacrée aux longs métrages, soit 7,5 millions de dollars. En 2000-2001, le Programme de participation au capital a appuyé la production de neuf nouveaux longs métrages, dont quatre ont été produits en français à Montréal : *L'Amant de ma mère* de Louis Choquette, *Champion* de Sylvain Chomet, *Le Collectionneur* de Jean Beaudin et

Mariages de Catherine Martin. Cinq longs métrages ont été produits en anglais : *Last Wedding* de Bruce Sweeney et *Lola* de Carl Bessai, produits à Vancouver, *Almost America* d'Andrea et Antonio Frazzi, produit à Calgary, *Rare Birds* de Sturla Gunnarsson, produit à St. John's, Terre-Neuve, et *A Wilderness Station* d'Anne Wheeler, produit à Montréal.

En plus de sa contribution dans le cadre du FCT, Téléfilm Canada a appuyé l'industrie cinématographique par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages – dont c'était la dernière année, ce fonds étant remplacé par le Fonds du long métrage du Canada –, du Fonds régulier, qui appuie surtout des projets à petit budget, et de deux programmes du nouveau Fonds du long métrage du Canada qui ont été actifs dès 2000-2001 : le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Au total, Téléfilm Canada a appuyé la production de 64 longs métrages et le développement de 173 autres projets de longs métrages.

Croissance des coproductions

En 2000-2001, le PPC a participé au financement de 22 coproductions (dont 20 émissions de télévision et deux longs métrages, *Champion* et *Almost America*), y investissant une somme totale de 13,4 millions de dollars. Quinze œuvres sont des coproductions majoritaires du Canada,



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	%
14 046	19,4	21 712	30,1	2 091	2,9	270	0,4	15 814	21,9	96	0,1
486	13,2	1 077	29,4	203	5,5	22	0,6	811	22,1	–	0,0
3 691	18,4	7 537	37,6	958	4,8	–	0,0	4 586	22,9	–	0,0
3 937	16,5	5 881	24,7	1 174	4,9	80	0,3	6 355	26,7	437	1,8
900	7,4	547	4,5	891	7,3	915	7,5	4 861	39,9	1 238	10,2
23 059	17,5	36 754	27,9	5 318	4,0	1 287	1,0	32 427	24,6	1 771	1,3
33 392	16,2	43 389	21,1	31 564	15,3	14 100	6,8	25 378	12,3	20 818	10,1
356	17,6	491	24,3	349	17,3	56	2,7	138	6,8	–	0,0
5 498	13,4	7 286	17,8	6 200	15,2	3 837	9,4	4 431	10,8	5 728	14,0
6 489	12,2	15 842	29,8	7 933	14,9	1 018	1,9	8 415	15,8	1 346	2,5
1 230	8,4	828	5,6	1 913	13,0	2 405	16,4	2 552	17,3	–	0,0
46 965	14,8	67 836	21,44	7 959	15,1	21 415	6,8	40 915	12,9	27 891	8,8
0	0,0	1 426	21,9	1 874	28,8	0	0,0	926	14,2	0	0,0
70 025	15,4	106 016	23,3	55 151	12,1	22 701	5,0	74 268	16,3	29 663	6,5

sept sont des minoritaires canadiennes. Les devis totaux de ces coproductions s'élèvent à 119 millions de dollars. La part canadienne représente 75 millions de dollars, et le PPC a assumé 18 % de ce montant.

Il s'agit d'une nette augmentation par rapport à l'exercice précédent, alors que le PPC avait alloué 4,3 millions de dollars à 14 coproductions dont les devis totaux s'élevaient à 43,7 millions de dollars.

Une fenêtre ouverte sur notre société

Les dramatiques témoignent de la richesse et de la diversité de l'expérience canadienne. Que ce soit à travers des séries historiques, des émissions portant sur des sujets d'actualité, des séries policières, des comédies romantiques ou des émissions humoristiques, ces émissions expriment plusieurs facettes de la condition humaine.

La télévision d'ici est reconnue pour la qualité de ses productions pour enfants, qui proposent de l'animation, des personnages en chair et en os ou encore un amalgame de ces deux genres. Ces émissions offrent au jeune public un voyage autour du monde, stimulent leur imagination et nourrissent leur faculté d'émerveillement. Un des grands succès d'exportation de l'industrie canadienne!

Nos documentaires sont à l'image du pays. Ils reflètent son héritage culturel aussi bien que la diversité des peuples, des langues et des traditions qui le composent. Ancrés dans la réalité canadienne, ils sont aussi d'intérêt universel : histoire, politique, religion, cultures autochtones, environnement, santé, criminalité, spiritualité, mondialisation, immigration, etc.

Par ailleurs, les émissions de variétés et des arts de la scène mettent en vedette quelques-uns des meilleurs chanteurs, danseurs, comédiens et musiciens canadiens. Des mondes à découvrir!



Entreprises de télédiffusion

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Secteur public					Secteur privé			
	en milliers de dollars	%	CBC/ CBC – régions	CBC Newsworld	RDI	SRC/ SRC – régions	Total	Télé-Québec	TVOntario/ TFO	Access, Knowledge, SCN et 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	
FRANÇAIS											
Dramatiques	21 712	30,1	–	–	–	12 702	12 702	17,6	213	400	–
Variétés	1 077	29,4	50	–	–	622	672	18,3	68	191	–
Enfants	7 537	37,6	–	–	–	1 397	1 397	7,0	3 646	245	–
Documentaires	5 881	24,7	176	–	62	1 364	1 602	6,7	1 792	667	4
Longs métrages	547	4,5	–	–	–	100	100	0,8	–	–	–
SOUS-TOTAL	36 754	27,9	226	0	62	16 185	16 473	12,5	5 718	1 503	4
ANGLAIS											
Dramatiques	43 389	21,1	14 328	–	–	400	14 728	7,2	–	–	–
Variétés	491	24,3	354	–	–	–	354	17,5	–	–	3
Enfants	7 286	17,8	286	–	–	221	507	1,2	–	161	78
Documentaires	15 842	29,8	2 929	584	51	45	3 609	6,8	15	318	543
Longs métrages	828	5,6	340	–	–	–	340	2,3	–	–	–
SOUS-TOTAL	67 836	21,4	18 238	584	51	666	19 539	6,2	15	479	624
LANGUES AUTOCHTONES											
	1 426	21,9	30	0	0	0	30	0,5	0	20	86
TOTAL	106 016	23,3	18 494	584	113	16 851	36 042	7,9	5 733	2 001	713

Développement : davantage de projets en scénarisation

Conformément à son mandat relatif au renouvellement constant des ondes canadiennes, le PPC a appuyé un nombre record de projets de développement et de scénarisation cette année, soit 213 comparativement à 180 et 204 au cours des deux années précédentes. Le PPC est un partenaire de premier plan des producteurs à ce niveau puisque sa contribution s'élève à 36 % des devis, une hausse par rapport à 35 % pendant l'exercice précédent.

Le PPC a alloué 61 % de ses engagements en développement à des projets en anglais, 33 % à des projets en français et 6 % à des projets de langues autochtones.

De ces engagements, 52 % ont été consacrés à des émissions dramatiques, 36 % à des documentaires, 10 % à des émissions pour enfants et 2 % à des émissions de variétés.

Ces projets ont été conçus dans toutes les régions canadiennes et témoignent des multiples sources d'inspiration et d'intérêts régionaux : 19,5 % des engagements du PPC ont été faits dans la région de l'Ouest et du Nord, 12 % dans la région atlantique, 34 % à Montréal, 31 % à Toronto, ainsi que 3,5 % au Québec et en Ontario, dans d'autres villes que Montréal et Toronto.



Télévision éducative												Secteur privé	
Total		CHUM	WIC	CTV réseau	CTV autres affiliés	Canwest Global	Indépendantes	Groupe TVA	Télévision Quatre Saisons	Télévision payante	Services spécialisés	Total	
en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	%							
613	0,8	-	-	-	-	-	-	7 130	966	-	301	8 397	11,6
259	7,1	-	-	-	-	50	6	-	-	-	90	146	4,0
3 891	19,4	-	-	-	-	-	117	-	-	-	2 132	2 249	11,2
2 463	10,3	-	7	-	-	-	24	55	-	70	1 661	1 817	7,6
-	0,0	-	-	-	-	-	-	75	-	172	200	447	3,7
7 225	5,5	0	7	0	0	50	147	7 260	966	242	4 383	13 056	9,9
0	0,0	510	930	11 362	-	9 182	-	-	-	620	6 057	28 661	13,9
3	0,1	-	10	-	-	-	-	-	-	-	124	134	6,6
239	0,6	-	-	80	-	-	-	-	-	2 189	4 272	6 541	16,0
876	1,6	525	14	555	111	433	354	-	-	-	9 365	11 357	21,4
-	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	443	46	488	3,3
1 117	0,4	1 035	954	11 997	111	9 615	354	0	0	3 252	19 862	47 180	14,9
106	1,6	0	0	0	15	0	1 245	0	0	0	30	1 290	19,8
8 448	1,9	1 035	961	11 997	126	9 665	1 746	7 260	966	3 494	24 276	61 526	13,5

Secteur privé

Catégories	Total		Producteurs/ Équipes/Services en milliers de dollars	Fonds d'aide privés en milliers de dollars	Commanditaires en milliers de dollars	Autres en milliers de dollars
	en milliers de dollars	%				
FRANÇAIS						
Dramatiques	2 091	2,9	1 241	850	–	–
Variétés	203	5,5	144	50	–	9
Enfants	958	4,8	658	300	–	–
Documentaires	1 174	4,9	797	377	–	–
Longs métrages	891	7,3	891	–	–	–
SOUS-TOTAL	5 318	4,0	3 731	1 577	0	9
ANGLAIS						
Dramatiques	31 564	15,3	27 885	3 625	–	54
Variétés	349	17,3	166	183	–	–
Enfants	6 200	15,2	1 557	4 252	–	392
Documentaires	7 933	14,9	5 190	2 607	3	133
Longs métrages	1 913	13,0	1 608	225	–	80
SOUS-TOTAL	47 959	15,1	36 406	10 891	3	659
LANGUES AUTOCHTONES	1 874	28,8	1 128	416	92	238
TOTAL	55 151	12,1	41 265	12 884	95	906

Autres sources gouvernementales

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Organismes fédéraux			Crédit d'impôt de Terre-Neuve en milliers de dollars	Crédit d'impôt de la Nouvelle- Écosse en milliers de dollars	Crédit d'impôt du Nouveau- Brunswick en milliers de dollars
	en milliers de dollars	%	ONF	Crédit d'impôt fédéral	Autres			
			en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars			
FRANÇAIS								
Dramatiques	15 814	21,9	–	4 884	–	–	–	–
Variétés	811	22,1	–	184	–	–	–	–
Enfants	4 586	22,9	–	1 527	–	–	–	–
Documentaires	6 355	26,7	111	1 301	102	–	–	263
Longs métrages	4 861	39,9	–	463	16	–	–	–
SOUS-TOTAL	32 427	24,6	111	8 360	118	0	0	263
ANGLAIS								
Dramatiques	25 378	12,3	–	9 122	–	1 000	2 063	–
Variétés	138	6,8	–	41	13	–	–	–
Enfants	4 431	10,8	–	1 667	–	–	76	–
Documentaires	8 415	15,8	221	2 490	1 047	121	535	64
Longs métrages	2 552	17,3	–	472	–	437	–	–
SOUS-TOTAL	40 915	12,9	221	13 792	1 060	1 559	2 674	64
LANGUES AUTOCHTONES	926	14,2	240	54	57	0	0	0
TOTAL	74 268	16,3	572	22 206	1 234	1 559	2 674	328

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	%				
FRANÇAIS						
Dramatiques	96	0,1	96	–	–	–
Variétés	0	0,0	–	–	–	–
Enfants	0	0,0	–	–	–	–
Documentaires	437	1,8	237	–	200	–
Longs métrages	1 238	10,2	–	1 238	–	–
SOUS-TOTAL	1 771	1,3	333	1 238	200	0
ANGLAIS						
Dramatiques	20 818	10,1	6 423	3 735	8 317	2 343
Variétés	0	0,0	–	–	–	–
Enfants	5 728	14,0	3 430	–	2 298	–
Documentaires	1 346	2,5	415	254	626	51
Longs métrages	0	0,0	–	–	–	–
SOUS-TOTAL	27 891	8,8	10 268	3 989	11 240	2 394
LANGUES AUTOCHTONES	0	0,0	0	0	0	0
TOTAL	29 663	6,5	10 601	5 227	11 440	2 394

Crédit d'impôt du Québec	Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt de l'Alberta	Crédit d'impôt de 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	en milliers de dollars
10 760	–	–	–	–	170	–	–	–	–
412	5	–	18	–	143	–	–	–	50
3 019	–	–	–	–	–	–	–	–	40
3 280	52	–	54	–	913	–	20	–	257
2 315	–	–	–	–	2 068	–	–	–	–
19 785	56	0	72	0	3 294	0	20	0	347
2 570	5 055	425	371	–	–	–	700	440	3 633
–	34	–	–	–	–	–	50	–	–
394	1 100	–	–	–	–	–	225	49	920
837	1 506	–	115	21	35	14	568	180	661
–	–	–	399	62	–	–	–	–	1 181
3 801	7 695	425	885	83	35	14	1 543	669	6 395
281	0	94	0	70	50	0	0	0	80
23 868	7 752	519	957	153	3 379	14	1 563	669	6 822

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					
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE						
TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE						
Canwest Global	9 182	50	–	433	–	9 665
CHUM	510	–	–	525	–	1 035
CTV – réseau/autres affiliées	11 362	–	95	666	–	12 123
Aboriginal Peoples Television Network	–	78	131	1 147	–	1 356
Indépendantes	–	137	–	254	–	391
Groupe TVA	7 130	–	–	55	75	7 260
Télévision Quatre Saisons	966	–	–	–	–	966
WIC	930	10	–	21	–	961
TÉLÉVISION ÉDUCATIVE						
Access	–	–	–	122	–	122
Canadian Learning Channel	–	–	50	37	–	87
Knowledge	–	2	–	167	–	169
SCN	–	1	78	257	–	336
Télé-Québec	213	68	3 646	1 807	–	5 733
TVO/TFO	400	191	406	1 005	–	2 001
TÉLÉVISION PAYANTE						
Astral Télé Réseaux	–	–	–	50	437	487
Family Channel	–	–	1 959	–	–	1 959
Movie Network	300	–	–	–	–	300
Movie Pix	125	–	150	–	–	275
Super Channel	150	–	80	–	103	333
Super Écran	120	–	–	20	–	140
SERVICES SPÉCIALISÉS						
Bravo!	–	194	–	194	–	388
Canal D	–	–	–	1 119	–	1 119
Canal Vie	–	–	–	43	–	43
Comedy Network	1 084	–	–	–	–	1 084
Discovery Channel (The)	–	–	–	2 862	–	2 862
Historia	–	–	–	244	–	244
History Television	–	–	–	2 598	–	2 598
Life Network (The)	–	–	–	1 446	–	1 446
Séries+	550	–	–	–	200	750
Showcase	3 610	–	–	–	46	3 656
Teletoon	–	–	936	–	–	936
TSN	–	–	–	5	–	5
TV5	–	20	–	135	–	155
Vision TV	–	–	30	1 121	–	1 151
Vrak TV	301	–	2 187	–	–	2 487
WTN	293	–	–	1 194	–	1 486
YTV	520	–	3 281	–	–	3 801
Z	–	–	–	65	–	65
SOUS-TOTAL	37 745	750	13 028	17 591	860	69 974
SECTEUR PUBLIC						
CBC réseau et stations régionales	14 328	729	316	3 105	340	18 819
CBC Newsworld	–	–	–	584	–	584
SRC réseau et stations régionales	13 102	297	1 618	1 409	100	16 526
RDI – le réseau de l'information	–	–	–	113	–	113
SOUS-TOTAL	27 431	1 026	1 934	5 211	440	36 042
TOTAL	65 176	1 776	14 962	22 801	1 300	106 016

* Les montants payés par les diffuseurs étant en général inclus dans les avances de distribution, ils n'apparaissent donc pas tous au tableau.

Présentation des émissions au public canadien

Entreprises de télédiffusion	Nombre de projets				Nombre d'heures en première diffusion
	En langues autochtones	En français	En anglais	Total	
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE					
TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE					
Canwest Global	–	2	9	11	53,5
CHUM	–	–	3	3	4,3
CTV – réseau/autres affiliées	1	–	21	22	63,5
Aboriginal Peoples Television Network	15	2	6	23	91,5
Indépendantes	3	–	5	8	13,0
Groupe TVA	–	7	–	7	58,5
Télévision Quatre Saisons	–	1	–	1	5,0
WIC	–	1	5	6	7,5
TÉLÉVISION ÉDUCATIVE					
Access	–	–	13	13	22,5
Canadian Learning Channel	1	–	4	5	7,5
Knowledge	–	–	27	27	52,0
SCN	2	2	40	44	96,5
Télé-Québec	–	22	1	23	111,5
TVO/TFO	1	8	9	18	74,0
TÉLÉVISION PAYANTE					
Astral Télé-Réseaux	–	3	2	5	8,0
Family Channel	–	–	2	2	13,0
Movie Network	–	–	1	1	6,5
Movie Pix	–	–	3	3	10,5
Super Channel	–	–	5	5	13,6
Super Écran	–	1	1	2	7,5
SERVICES SPÉCIALISÉS					
Bravo!	–	2	11	13	15,0
Canal D	–	9	9	18	54,5
Canal Vie	–	1	–	1	2,0
Comedy Network	–	–	2	2	15,5
Discovery Channel (The)	–	1	9	10	53,0
Historia	–	1	2	3	10,0
History Television	–	1	18	19	47,5
Life Network (The)	–	1	3	4	25,5
Séries+	–	1	1	2	7,5
Showcase	–	–	7	7	49,6
Teletoon	–	–	2	2	7,0
TSN	–	–	1	1	1,0
TV5	–	7	1	8	9,5
Vision TV	1	2	29	32	61,5
Vrak TV	–	4	1	5	102,0
WTN	–	2	14	16	44,0
YTV	–	–	6	6	51,5
Z	–	–	1	1	6,5
SOUS-TOTAL	24	81	274	379	1 283,0
SECTEUR PUBLIC					
CBC réseau et stations régionales	1	5	62	68	163,7
CBC Newsworld	–	–	12	12	12,0
SRC réseau et stations régionales	–	40	5	45	188,1
RDI – le réseau de l'information	–	3	5	8	15,5
SOUS-TOTAL	1	48	84	133	379,3
TOTAL	25	129	358	512	1 662,3

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 2000-2001, les 256 projets financés correspondent à 512 projets diffusés et les 1077,6 heures de production représentent 1662,3 heures de diffusion.

Longs

métrages

Fonds de financement de longs métrages

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets [*]	Devis totaux ^{**} en milliers de dollars	Téléfilm Canada en milliers de dollars	Répartition linguistique %
FRANÇAIS				
Production	12	35 298	9 440	
Modifications – production ^{***}	–	–	19	
S O U S - T O T A L	12	35 298	9 459	
Scénarisation et développement	34	1 513	587	
Modifications – développement ^{***}	–	–	351	
S O U S - T O T A L	34	1 513	938	
S O U S - T O T A L – F R A N Ç A I S	46	36 811	10 397	39,5
ANGLAIS				
Production	22	56 244	14 281	
Modifications – production ^{***}	–	–	-59	
S O U S - T O T A L	22	56 244	14 222	
Scénarisation et développement	87	3 348	1 257	
Modifications – développement ^{***}	–	–	438	
S O U S - T O T A L	87	3 348	1 694	
S O U S - T O T A L – A N G L A I S	109	59 593	15 917	60,5
T O T A L	155	96 403	26 313	100,0

* Comprend 2 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 diminutions aux engagements des exercices précédents.

L'exercice financier 2000-2001 constituait la dernière année du Fonds de financement de longs métrages (FFLM), qui avait été créé en 1986.

Entré en vigueur le 1^{er} avril 2001 dans la foulée de la nouvelle Politique canadienne du long métrage intitulée *Du scénario à l'écran*, le nouveau Fonds du long métrage du Canada (FLMC) prendra la relève du FFLM avec plusieurs programmes destinés à la production, au développement, à la mise en marché et à des activités complémentaires. Deux programmes de ce fonds sont entrés en vigueur en 2000-2001, soit le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget. Nous en traitons dans le chapitre suivant.



Par ailleurs, la nouvelle Politique canadienne du long métrage a eu des effets positifs sur la capacité d'investissement du Fonds de financement de longs métrages en 2000-2001, puisque ce fonds s'est vu confier une somme additionnelle de 7,1 millions de dollars pour la production et le développement.

Fonds de financement de longs métrages : un bilan positif

Au cours des 15 dernières années, le Fonds de financement de longs métrages a joué un rôle décisif sur le plan culturel et industriel en appuyant quelque 350 longs métrages, en français et en anglais, provenant de toutes les régions du pays et illustrant un large panorama des réalités et de l'imaginaire canadiens.

Parmi les cinéastes qui ont obtenu l'appui du Fonds, mentionnons, entre autres, Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Clement Virgo, Bruce McDonald, Anne Wheeler, Robert Lepage, Jeremy Podeswa, Francis Mankiewicz, Philippe Falardeau, Rodrigue Jean, Louis Bélanger, Denis Villeneuve, John Greyson, Gary Burns, John Fawcett, Rosemary House et Thom Fitzgerald.

Le Fonds a appuyé des cinéastes chevronnés et des cinéastes de la relève, des réalisateurs de films à petit budget et de coproductions internationales, qu'ils soient de Montréal, de Toronto, de Moncton, de Calgary, de Vancouver, d'Edmonton, de Halifax ou de St. John's.

En cette dernière année de son existence, le FFLM a vu ses résultats se révéler particulièrement performants. Ils illustrent de façon éclatante l'immense créativité des talents canadiens et la nécessité d'optimiser l'appui public nécessaire à leur épanouissement.

UN EXERCICE FRUCTUEUX

Résultats 2000-2001 : un record de 155 projets

Depuis trois ans, les engagements du Fonds de financement de longs métrages ne cessent d'augmenter, témoignant du dynamisme croissant de l'industrie.

1998-1999 : 21 productions, 81 projets de développement
1999-2000 : 24 productions, 102 projets de développement
2000-2001 : 34 productions, 121 projets de développement

Les 155 projets de production et de développement de l'exercice 2000-2001 représentent des devis de 96,4 millions de dollars, incluant la part étrangère (10,2 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Les devis de l'exercice précédent s'élevaient à 69,6 millions de dollars.

Mentionnons que Téléfilm Canada a appuyé l'industrie du cinéma par l'intermédiaire d'autres Fonds et programmes dont le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision, le Fonds régulier et les deux nouveaux programmes du Fonds du long métrage du Canada. Ainsi, au total, en 2000-2001, la Société s'est associée à la production de 64 longs métrages. Pour plus de renseignements, veuillez vous référer à la section des Faits saillants de l'exercice portant sur les longs métrages.

Développement et scénarisation

Un bon scénario est la meilleure garantie de qualité et de succès d'un long métrage. Aussi Téléfilm accorde-t-elle une grande importance à cette étape des projets. Cette année, la Société a alloué 2,6 millions de dollars au développement de projets, soit une augmentation de près de 20 % par rapport à l'exercice précédent.



De plus, l'organisme s'est affirmé comme un partenaire de premier plan des producteurs, assumant 38 % des devis comparativement à 31 % en 1999-2000.

La répartition régionale des engagements en développement est la suivante : 39 % ont été alloués à des projets de Montréal, 28 % à des projets de Toronto, 19 % à des projets de l'Ouest, 11 % à des projets de la région atlantique et 3 % à des projets provenant d'autres villes du Québec et de l'Ontario que Montréal et Toronto. On peut donc prévoir que les écrans canadiens présenteront une production régionale équilibrée et diversifiée au cours des prochaines années.

Tous les projets de développement de l'exercice proviennent de petites et moyennes entreprises, Téléfilm consacrant aux P.M.E. seulement les sommes disponibles pour le développement de projets.

Production : le FFLM appuie un record de 34 longs métrages

Appui de Téléfilm Canada et des autres sources de financement

En raison du nombre, de la qualité et des devis des projets soumis cette année, sans oublier les sommes additionnelles allouées dans le cadre de la Politique canadienne du long métrage, la participation du FFLM à la production de longs



métrages a augmenté de 60 % par rapport à l'exercice précédent, passant de 14,1 millions de dollars à 23,7 millions de dollars.

Il est intéressant de noter que l'apport additionnel de 7,1 millions de dollars accordé en cours d'exercice s'est traduit par un appui à 14 nouveaux projets issus de toutes les régions. Par ailleurs, dans l'esprit de la Politique canadienne du long métrage qui entend favoriser une augmentation des devis de production, Téléfilm a alloué des compléments de financement à dix longs métrages qui avaient déjà reçu son appui financier pour la production et qui semblaient particulièrement prometteurs. L'ensemble de ces nouvelles ressources a été engagé de façon à assurer un portefeuille de productions équilibré.

Le FFLM a toujours été un levier important des projets auxquels il participe. Cette tradition ne s'est pas démentie cette année, alors que le Fonds a assumé 29 % des devis.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'Analyse de la participation financière, plusieurs projets appuyés par le FFLM ont obtenu l'appui d'autres Fonds et programmes de Téléfilm pour un total de 2,6 millions de dollars, ce qui porte la contribution de la Société à plus de 32 % des devis des projets de l'exercice.



Répartition linguistique des projets

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998	
	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
FRANÇAIS	7 560	34,8	6 464	39,5
ANGLAIS	14 152	65,2	9 921	60,5
TOTAL	21 712	100,0	16 385	100,0

La production de longs métrages de qualité, qui soient compétitifs tant sur la scène nationale qu'internationale, exige la contribution de nombreuses sources de financement. Il apparaît que les projets de l'exercice ont suscité un grand enthousiasme du côté des investisseurs publics et privés.

Parmi les signes encourageants, mentionnons une augmentation et une diversification des aides provinciales. Cette année, les producteurs canadiens ont eu accès à huit programmes de crédits d'impôt provinciaux, comparativement à trois pendant l'exercice précédent. Plusieurs gouvernements provinciaux ont également apporté leur soutien par des investissements ou d'autres contributions financières. Téléfilm Canada a été fier de s'associer à la Colombie-Britannique, à l'Alberta, au Manitoba, à la Saskatchewan, à l'Ontario, au Québec, à la Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve pour encourager et stimuler la créativité à l'échelle nationale.

La contribution financière du secteur privé a plus que doublé cette année, représentant 18 % des devis. Les Fonds d'aide privés, de même que l'apport des producteurs, des équipes et des services ont contribué à cette augmentation.

Notons aussi l'intérêt grandissant des entreprises de télédiffusion pour notre cinéma. Elles ont assumé 5,6 % des devis, comparativement à 2,7 % l'année précédente. La télévision payante représente 48 % de cette somme.

Répartition linguistique

En 2000-2001, Téléfilm a financé 12 projets de production en français et 22 projets de production en anglais. Cependant, la répartition linguistique totale des ressources (39,5 % pour les projets en français et 60,5 % pour les projets en anglais) s'est éloignée quelque peu des objectifs du Protocole d'entente avec le ministère du Patrimoine canadien, qui sont respectivement d'un tiers et de deux tiers. Toutefois, au cours des prochains exercices, Téléfilm devrait être en mesure d'atteindre l'équilibre souhaité dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada.

Les résultats de cette année s'expliquent en partie par le fait que 2000-2001 constituait en quelque sorte une année de transition. La moitié des projets qui ont obtenu un complément de financement en vertu des ressources additionnelles étaient en français. On constate que les devis des projets en français étaient particulièrement élevés cette année, soit, en moyenne, près de 3 millions de dollars. Par contre, la moyenne des devis des projets en anglais était de 2 millions de dollars, ce qui explique aussi la contribution moindre de Téléfilm.

Une analyse de la répartition linguistique du FFLM d'avril 1996 à mars 2001 démontre que la performance du Fonds a été équilibrée, puisque 36,9 % des ressources ont été allouées à la production en français et 63,1 % à la production en anglais.

Ajoutons que le FFLM a appuyé, en 2000-2001, 14 projets de longs métrages provenant des communautés linguistiques en situation minoritaire, dont 11 projets en anglais issus de Montréal et trois projets en français provenant de Toronto et du Nouveau-Brunswick. Téléfilm a alloué 2,5 millions de dollars à ces projets, assumant 30 % de leurs devis. Il s'agit de 12 projets de développement et de deux projets de production (*Lost and Delirious* de Léa Pool et *Max et la Lionne* de Rodrigue Jean ; ce dernier film est une coproduction entre des compagnies du Québec, du Manitoba et du Nouveau-Brunswick).

Répartition régionale : un record

Le budget exceptionnellement élevé du Fonds de financement de longs métrages a fait en sorte que la production de 2000-2001 donne la parole à plus de cinéastes de chacune des régions canadiennes. Alors que la moyenne de la contribution aux projets régionaux (c'est-à-dire provenant de l'extérieur de Montréal et de Toronto) s'établissait à 23 % au cours des dernières années, elle a atteint 36 % en 2000-2001.



1998-1999		1999-2000		2000-2001		1996-2000	
en milliers de dollars	%						
7 139	34,5	5 989	35,9	10 397	39,5	37 548	36,9
13 545	65,5	10 686	64,1	15 917	60,5	64 220	63,1
20 684	100,0	16 675	100,0	26 313	100,0	101 768	100,0

Analyse de la participation financière

Production seulement – nouveaux contrats signés

	Nombre de projets*	Devis totaux		Devis**		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	%
FRANÇAIS	12	35 298	35 298	9 440	26,7	–	0,0	61	0,2
ANGLAIS	22	56 244	46 021	14 281	31,0	2 460	5,3	64	0,1
TOTAL	34	91 542	81 318	23 721	29,2	2 460	3,0	125	0,2

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

** Ne comprend pas la part étrangère (10 223 723 \$) 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	%
FRANÇAIS	3 595	10,2
ANGLAIS	5 235	11,4
TOTAL	8 830	10,9

Secteur privé

Participation financière – Production seulement

	Total		Producteurs/ Équipes/ Services	Fonds d'aide privés	Investisseurs privés	Commanditaires	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
FRANÇAIS	4 942	14,0	2 824	2 018	–	100	–
ANGLAIS	9 704	21,1	5 480	4 104	–	105	15
TOTAL	14 646	18,0	8 304	6 121	0	205	15

Autres sources gouvernementales

Participation financière – Production seulement

	Total		Organismes fédéraux						
	en milliers de dollars	%	ONF	Conseil des arts du Canada	Crédit d'impôt	Crédit d'impôt de la Colombie- Britannique	Crédit d'impôt de l'Alberta	Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt du Québec
	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
FRANÇAIS	15 115	42,8	–	70	1 137	–	–	136	6 834
ANGLAIS	8 699	18,9	–	120	1 564	209	73	637	564
TOTAL	23 814	29,3	0	190	2 702	209	73	773	7 398

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	%
3 595	10,2	4 942	14,0	15 115	42,8	2 145	6,1	–	0,0
5 235	11,4	9 705	21,1	8 699	18,9	2 398	5,2	3 180	6,9
8 830	10,9	14 646	18,0	23 814	29,3	4 543	5,6	3 180	3,9

Entreprises de télédiffusion

Participation financière – Production seulement

	Total		Entreprises de télédiffusion en milliers de dollars	Télévision payante en milliers de dollars
	en milliers de dollars	%		
FRANÇAIS	2 145	6,1	1 495	650
ANGLAIS	2 398	5,2	881	1 517
TOTAL	4 543	5,6	2 376	2 167

Participants étrangers

Participation financière – Production seulement

	Total		Coproducteurs en milliers de dollars	Distributeurs en milliers de dollars	Télédiffuseurs en milliers de dollars	Autres en milliers de dollars
	en milliers de dollars	%				
FRANÇAIS	254	0,7	–	–	254	0
ANGLAIS	3 180	6,9	1 300	1 550	330	0
TOTAL	3 434	4,2	1 300	1 550	584	0

Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt de la Nouvelle-Écosse	Crédit d'impôt du Nouveau-Brunswick	Crédit d'impôt de Terre-Neuve	SODEC	SDICO (OFDC)	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	en milliers de dollars
–	–	264	–	6 210	–	–	–	–	464
745	411	232	437	850	272	115	400	150	1 919
745	411	497	437	7 060	272	115	400	150	2 383

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**	Participation de Téléfilm Canada	
			en milliers de dollars	% du devis
Montréal	11	34 306	8 760	25,5
Toronto	7	16 888	6 338	37,5
S O U S - T O T A L	18	51 193	15 098	29,5
Colombie-Britannique	4	6 861	2 986	43,5
Alberta	2	4 150	646	15,6
Saskatchewan	1	679	225	33,1
Manitoba	3	2 767	1 386	50,1
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	–	–	–	0,0
Québec (à l'exclusion de Montréal)	1	2 539	460	18,1
Nouveau-Brunswick	2	3 949	1 370	34,7
Nouvelle-Écosse	2	4 074	1 100	27,0
Île-du-Prince-Édouard	–	–	–	0,0
Terre-Neuve	1	5 105	450	8,8
S O U S - T O T A L	16	30 125	8 623	28,6
T O T A L	34	81 318	23 721	29,2

* Comprend 2 projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital

** Ne comprend pas la part étrangère (10 223 723 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Les longs métrages qui ont été produits au cours de la dernière année représentent toutes les régions du pays. Ils racontent des histoires aussi originales que divertissantes, d'un point de vue unique au monde.

Les films canadiens explorent la vie humaine dans toute sa complexité. Des légendes urbaines incisives aux histoires pleines de tendresse sur le passage à l'âge adulte, des drames familiaux intimes aux rituels amoureux, des douleurs de l'enfance aux dures réalités de la vie des immigrants, force est de constater que les cinéastes canadiens ont une multitude de passions, d'intérêts et de préoccupations.

Plusieurs cinéastes de renom ont signé un long métrage cette année, dont Léa Pool (*Lost and Delirious*), Sturla Gunnarsson (*Rare Birds*), Anne Wheeler (*Suddenly Naked*), Louis Saia (*Les Boys III*), Gabriel Pelletier (*K2*), Roger Cantin (*La Forteresse suspendue*), Jean-Claude Lord (*Station Nord*) et Rodrigue Jean (*Max et la Lionne*). Parmi les cinéastes qui signent un premier long métrage, on retrouve Émile Gaudreault (*Nuit de noces*), Andrew Currie (*Mile Zero*), William Phillips (*Treed Murray*) et Robin Schlaht (*Solitude*). Des noms à surveiller!

C'est ainsi que cinq longs métrages ont été produits dans la région atlantique alors que le FFLM n'avait appuyé aucun projet de cette région l'année précédente. Quant à la production de l'Ouest, elle est passée de quatre à dix longs métrages.

Coproductions

Trois coproductions ont été appuyées par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, dont deux coproductions minoritaires et une coproduction majoritaire. La Société y a consacré 2,6 millions de dollars, soit 29 % de la part canadienne des devis.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Créé en 1988, le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages avait pour objectif d'appuyer l'industrie de la distribution, tout en contribuant à rendre le cinéma d'ici plus accessible aux auditoires de toutes les régions du pays. Dans l'esprit de la nouvelle Politique canadienne du long métrage lancée en octobre 2000, tous les Fonds et programmes d'aide au cinéma ont été intégrés dans une vision globale et articulée, et les ressources consacrées au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages sont incluses dans le nouveau Fonds du long métrage du Canada, qui est entré en vigueur le 1^{er} avril 2001.

L'exercice 2000-2001 constituait donc le dernier exercice d'activité du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages. Selon les principes directeurs du Fonds alors en vigueur,

Téléfilm Canada a offert des marges de crédit par l'entremise de deux volets, soit le Fonds principal, qui s'adressait aux compagnies expérimentées, fortement engagées dans la diffusion de longs métrages canadiens, et le Fonds auxiliaire, qui appuyait de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens était moins élevé.

Résultats de l'exercice 2000-2001

Au cours de l'exercice, le Fonds a engagé une somme de 12,8 millions de dollars, comparativement à 11 millions de dollars pendant l'exercice précédent. Cette augmentation est liée en partie à l'augmentation de la production de longs métrages au pays, et en partie aux ressources additionnelles de 1,2 million de dollars attribuées dès 2000-2001 à la distribution et au marketing dans le cadre de la nouvelle Politique canadienne du long métrage.

Les débours pour les nouveaux projets ont été de 10,9 millions de dollars, soit 8,3 millions de dollars pour l'acquisition des droits de distribution de longs métrages (minimums garantis aux producteurs dans le cadre du Fonds principal et du Fonds auxiliaire) et 2,6 millions de dollars pour des activités de marketing. Par ailleurs, une somme de 1,9 million de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents.

Au total, le Fonds a appuyé les activités de 14 entreprises de distribution, comparativement à dix au cours de la dernière année. Des entreprises de Montréal et de Toronto ont eu pour la première fois accès au Fonds auxiliaire.

Le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution en salles de 42 nouveaux longs métrages, dont 33 dans le Fonds principal et neuf dans le Fonds auxiliaire.



Il a contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 19 longs métrages. La moyenne de la contribution au marketing des films a été de 138 000 \$, comparativement à 125 000 \$ pendant l'exercice précédent. Parmi les activités de marketing, on retrouve la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires, les frais de copies de films, le déplacement en région de cinéastes et de comédiens principaux, la création de sites Internet, des tests de marché et l'embauche d'une personne responsable des relations de presse.

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
CRÉDITS DISPONIBLES	11 874	965	12 840
UTILISATION DES CRÉDITS			
Alliance Releasing/Odeon Films	3 493	—	3 493
Aska Film Distribution	—	75	75
Blackwatch Distribution	—	375	375
Christal Films Distribution	2 388	—	2 388
Compagnie France Film	926	—	926
Distribution La Fête	—	75	75
Film Tonic	1 100	7	1 107
Films Seville	2 143	—	2 143
FunFilm Distribution	—	113	113
Mongrel Media	—	45	45
Red Sky Entertainment	346	180	526
Remstar Distribution	707	—	707
TVA International Distribution	771	—	771
Société de distribution Cinéma Libre	—	90	90
TOTAL	11 874	960	12 834

NOUVEAU FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA

Programmes en vigueur en 2000-2001

En octobre 2000, la nouvelle Politique canadienne du long métrage permettait la mise en œuvre immédiate de deux programmes du Fonds du long métrage du Canada : le Programme d'aide à l'écriture de scénarios et le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget.

Après consultation avec les associations concernées par ces programmes, avec d'autres organismes investisseurs et avec ses nouvelles clientèles, Téléfilm Canada lançait les principes directeurs de ces deux programmes en novembre 2000. Ces programmes répondaient à un grand besoin, puisque la Société a reçu 242 demandes d'appui provenant de scénaristes et 70 demandes provenant de cinéastes.



Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget

Ce programme offre aux réalisateurs indépendants la possibilité de créer des longs métrages en exerçant un contrôle total des aspects créatifs et du montage de leurs œuvres. Il comporte deux composantes : l'aide à la production et l'aide à la postproduction. La Société appuie des projets dont le devis se situe entre 300 000 \$ et 750 000 \$. Sa contribution maximale peut s'élever à 65 % des devis, jusqu'à concurrence de 200 000 \$ par projet.

La demande a été particulièrement forte en anglais en raison du degré d'achèvement des projets à la date de dépôt, en janvier 2001. Par ses investissements, Téléfilm a cherché à atteindre une juste représentation régionale. En effet, quatre projets du Québec (dont deux en anglais), quatre projets de l'Ontario, deux projets de la région de l'Ouest et un projet de la région atlantique ont été acceptés. La production en français n'a pas obtenu le tiers des ressources disponibles, mais la Société veillera à rétablir l'équilibre au cours du prochain exercice.

Les principales sources de financement des projets de l'exercice sont Téléfilm (32,7 % des devis) ; le secteur privé, 31,1 % (producteurs, équipes, services) ; les provinces, 19,6 % (crédits d'impôt et investissements) et les diffuseurs, (7,6 %).

Le budget annuel de ce programme est de 1,7 million de dollars. En raison des échéanciers de production, une partie des engagements de l'exercice sera déboursée au cours du prochain exercice.

Programme d'aide à l'écriture de scénarios

Ce programme destiné aux scénaristes professionnels a été développé en collaboration étroite avec la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et la Writers Guild of Canada (WGC). Son objectif est de faciliter la création d'une banque de scénarios prometteurs. Téléfilm entend encourager les talents confirmés à poursuivre leur carrière au cinéma, tout en facilitant l'émergence d'une nouvelle génération de conteurs. Ce programme devrait aussi assurer la création de projets plus diversifiés que jamais.

Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget

Engagements signés 2000-2001

	Nombre de projets	Devis totaux En milliers de dollars	Téléfilm Canada En milliers de dollars	Répartition linguistique %
FRANÇAIS				
Production	2	1 223	369	
Post-production	—	—	—	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	2	1 223	369	19,1
ANGLAIS				
Production	5	3 023	929	
Post-production	4	1 661	633	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	9	4 684	1 562	80,9
TOTAL	11	5 907	1 931	100,0

Le Programme d'aide à l'écriture de scénarios appuie deux étapes de la scénarisation des projets, soit la phase du scène à scène et la première version dialoguée. La Société a accepté 52 projets, dont 35 en anglais et 17 en français. La répartition régionale était la suivante : Québec, 41,2 % ; Ontario, 34,3 % ; région de l'Ouest, 17,5 % ; région atlantique, 7 %. La contribution maximale de Téléfilm est de 10 500 \$ pour la phase du scène à scène et de 14 700 \$ pour la phase de la première version dialoguée.

En 2000-2001, le budget de ce programme était de 400 000 \$. En raison des calendriers de scénarisation, une partie des sommes liées aux engagements de l'exercice sera déboursée au cours du prochain exercice. Le budget du Programme d'aide à l'écriture de scénarios est de 2,3 millions de dollars à compter de 2001-2002.

Tout sur le nouveau Fonds du long métrage du Canada

Pour connaître les nouvelles politiques concernant la production, le développement, la distribution et la mise en marché des longs métrages canadiens, veuillez consulter notre site Internet, section Fonds du long métrage du Canada, sous *Financement* (www.telefilm.gc.ca).



Programme d'aide à l'écriture de scénario

Engagements signés 2000-2001

	Nombre de projets	Devis totaux	Téléfilm Canada	Répartition linguistique
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS				
Du synopsis au scène à scène	3	47	47	
Du scène à scène à la première version dialoguée	14	159	159	
SOUS-TOTAL – FRANÇAIS	17	206	206	31,4
ANGLAIS				
Du synopsis au scène à scène	9	150	150	
Du scène à scène à la première version dialoguée	26	299	299	
SOUS-TOTAL – ANGLAIS	35	449	449	68,6
TOTAL	52	655	655	100,0

Nouveaux

médias

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	% des devis
D É V E L O P P E M E N T				
Français	8	1 061	490	46,2
Anglais	28	4 712	1 676	35,6
S O U S - T O T A L – D É V E L O P P E M E N T	36	5 772	2 166	37,5
P R O D U C T I O N				
Français	6	2 697	778	28,8
Anglais	10	3 050	743	24,4
S O U S - T O T A L – P R O D U C T I O N	16	5 747	1 520	26,5
M A R K E T I N G				
Français	5	753	327	43,4
Anglais	4	722	293	40,5
S O U S - T O T A L – M A R K E T I N G	9	1 475	619	42,0
D I S T R I B U T I O N				
Français	0	0	0	0,0
Anglais	1	1 073	450	42,0
S O U S - T O T A L D I S T R I B U T I O N	1	1 073	450	42,0
D É V E L O P P E M E N T – S E C T O R I E L				
Français	1	900	300	33,3
Anglais	2	75	75	100,0
S O U S - T O T A L – D É V E L O P P E M E N T S E C T O R I E L	3	975	375	38,5
T O T A L	65	15 042	5 130	34,1

Fonds pour le multimédia

Prenant la relève d'un programme expérimental mis en œuvre dès 1996, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada a été créé en 1998 pour favoriser l'essor du contenu canadien dans le secteur des nouveaux médias en appuyant des activités de développement, de production et de mise en marché. Ce fonds a été doté d'un budget initial de 30 millions de dollars pour une période de cinq ans. En 2000-2001, son budget était de 5,3 millions de dollars.

Par ailleurs, grâce à la nouvelle composante multimédia de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé du ministère du Patrimoine canadien, le Fonds a disposé d'une somme additionnelle de 1,4 million de dollars à la fin de l'exercice 2000-2001. Cette somme était destinée à la distribution en ligne et au développement sectoriel de l'industrie des nouveaux médias. Elle sera récurrente pour une période d'au moins trois ans.

En 2000-2001, le Fonds pour le multimédia a donc permis à Téléfilm d'appuyer l'industrie plus largement que jamais, de la création de produits au développement professionnel et au rayonnement des compagnies canadiennes. Au total, le Fonds pour le multimédia a participé à 65 projets dont les devis s'élevaient à 15 millions de dollars, soit approximativement les mêmes résultats qu'en 1999-2000.



La Société a alloué 42 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 30 % à des projets de production, 12 % à des projets de marketing, 9 % à des projets de distribution et 7 % à des initiatives de développement sectoriel.

Parallèlement, une évaluation du Fonds commandée à la firme Ernst & Young à l'automne 2000 et remise en février 2001 a démontré qu'il était important de changer le mode de financement accordé par l'intermédiaire du Fonds, soit les prêts remboursables à 100 %.

La Société a entrepris une révision des principes directeurs du Fonds, de concert avec le ministère du Patrimoine canadien, le comité consultatif du Fonds et ses clients de l'industrie du multimédia. Cette révision a tenu compte des résultats du Fonds depuis sa création, ainsi que de l'évolution de l'industrie et de l'environnement dans lequel elle se développe. Les nouveaux principes directeurs devraient permettre à l'industrie de bénéficier de plusieurs

dates de dépôt des projets et faciliter le financement des projets par des outils financiers plus compatibles avec un secteur à risque.

Au cours de l'exercice 2001-2002, Téléfilm bénéficiera de sommes additionnelles pour la création de contenu multimédia par l'entremise de l'Initiative de contenu culturel canadien numérisé. Ces ressources seront administrées en concordance avec les nouveaux principes directeurs du Fonds pour le multimédia concernant la production et le développement.

Résultats de l'exercice 2000-2001

Développement, production et mise en marché

Dans le cadre de ses volets d'aide au développement, à la production et à la mise en marché, Téléfilm Canada a accordé son appui à des œuvres originales, diversifiées, interactives et destinées au grand public. Les produits de l'exercice comprennent des documentaires, des documents de référence, des œuvres éducatives et ludo-éducatives, des jeux d'action et de stratégie et des sites Internet.

Plusieurs projets présentent un fort contenu canadien, dont *Wow Canada*, *La Nouvelle-France*, *Canada: Confederation to the Present*, *Electric Living in Canada*, *Le Canada, destination d'aventure* et *Izzigo*, un site Internet sur la célèbre série de films pour enfants *Contes pour tous* du producteur Rock Demers.

La Société a appuyé 61 projets par l'entremise de ces trois volets, y consacrant 4,3 millions de dollars, comparativement à 5,9 millions de dollars en 1999-2000. Ces résultats s'expliquent par une diminution des demandes de production de 42 % et donc par une baisse des demandes financières à Téléfilm. À cela s'ajoute une nette diminution du nombre de projets de marketing, qui est passé de 15 à neuf.

Il faut souligner que le multimédia est un secteur à haut risque, qui fonctionne dans un contexte très concurrentiel. Ces facteurs ont été aggravés, au cours de l'exercice, par la sous-capitalisation chronique des P.M.E. de cette jeune industrie, par un taux d'endettement lié en partie aux outils financiers disponibles, c'est-à-dire les prêts remboursables, et par un climat généralisé d'incertitude et de changement, dont la baisse de popularité des cédéroms et la chute des marchés boursiers des nouveaux médias.





Tout cela implique que l'industrie, tout en restant très active, ait fait preuve de prudence au cours de l'exercice.

Mentionnons cependant que la contribution de la Société aux projets de développement a augmenté, parallèlement au nombre de projets en développement. Une amélioration des outils financiers offerts à l'industrie devrait faire en sorte que plus de projets multimédias entreront en production au cours des prochaines années, ce qui devrait également se traduire par un plus grand recours aux ressources destinées au marketing des produits.

Par ailleurs, au cours de l'exercice, 63 % des ressources ont été consacrées à des projets en anglais et 37 % à des projets en français. Montréal et Vancouver continuent de s'imposer comme les principaux centres de multimédia au pays, et des projets issus d'Ottawa, de Rouyn-Noranda, de Providence Bay, de Régina, de Québec, d'Edmonton, de Burnaby et de Halifax confirment l'intérêt national envers les nouveaux médias.

Ajoutons que le Fonds contribue au financement de projets issus de communautés en situation linguistique minoritaire. Ainsi, 375 000 \$ ont été alloués à quatre projets de développement et de marketing de projets en anglais provenant de compagnies de Montréal.

L'analyse de la structure financière des 16 projets de production démontre que l'appui du Fonds représente 26 % des devis; le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 41,1 %; les Fonds d'aide privés, 13,9 %; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 13,8 %; les organismes fédéraux et provinciaux, 2,7 %; et les participants étrangers, 2,5 %. Ainsi, un des projets de l'exercice, *Tread Marks PS2*, a bénéficié de l'apport d'une société britannique sur le plan de la programmation.

Distribution en ligne

En ce qui concerne la distribution en ligne, les nouvelles ressources avaient pour objectif de soutenir des partenariats et des initiatives conjointes comme des portails, la commercialisation d'un ensemble de contenu culturel multimédia par une entreprise ou un consortium, de même que la participation à des marchés canadiens et internationaux.

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, du marketing, de la distribution et du développement sectoriel (incluant les modifications aux projets des années précédentes) de projets dans le cadre du Fonds multimédia

Lieu	Nombre de projets	Budget total en milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada	
			en milliers de dollars	% du devis
Montréal	22	6 265	2 168	34,6
Toronto	12	1 883	689	36,6
SOUS-TOTAL	34	8 148	2 857	35,1
Colombie-Britannique	14	3 605	1 337	37,1
Alberta	4	612	273	44,6
Saskatchewan	1	183	75	40,9
Manitoba	1	20	10	50,0
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	4	1 373	305	22,2
Québec (à l'exclusion de Montréal)	2	202	101	50,0
Nouveau-Brunswick	—	—	0	0,0
Nouvelle-Écosse	5	898	172	19,1
Île-du-Prince-Édouard	—	—	0	0,0
Terre-Neuve	—	—	0	0,0
SOUS-TOTAL	31	6 893	2 273	33,0
TOTAL	65	15 042	5 130	34,1

Le Fonds a ainsi appuyé la production d'un important projet destiné aux enfants, en français et en anglais, une initiative innovatrice d'une compagnie de Vancouver (Ingenuity Works Inc.) et d'une compagnie de Montréal (Micro-Intel). *Learning Window* rendra disponible sur Internet, donc à une large échelle, les catalogues de ces deux sociétés. Le projet est originaire de Vancouver, d'où le fait qu'il soit considéré comme un projet en anglais dans ce rapport annuel.

Développement sectoriel

Du côté du développement sectoriel, les objectifs étaient d'appuyer les initiatives favorisant le développement industriel et professionnel de l'industrie du multimédia, ainsi que sa promotion auprès du public canadien. Dans le cadre de ce volet, le Fonds a soutenu un programme de mentorat en multimédia du Banff New Media Institute, un programme de formation en multimédia de l'Institut national de l'image et du son (INIS) de Montréal et un projet de développement structurel du Baddeck International New Media Festival, à l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse.

Il faut noter que les nouvelles ressources destinées à la distribution en ligne et au développement sectoriel n'ont pu être entièrement allouées cette année, ayant été disponibles en fin d'exercice seulement. Cependant, tout porte à croire que la demande dans ces deux volets sera importante en 2001-2002.



Cap sur le développement international

Tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien à la signature du protocole d'entente du Fonds pour le multimédia en 1998, Téléfilm Canada a injecté, en 2000-2001, une somme additionnelle de 250 000 \$ pour appuyer diverses activités internationales de l'industrie.

Depuis quelques années, Téléfilm Canada soutient activement le développement international des entreprises canadiennes du multimédia au MILIA à Cannes, au E³ à Los Angeles et au MIM à Montréal. En septembre 2001, un quatrième marché s'ajoutait, soit l'Electronic Consumer Trade Show (ECTS) à Londres, un marché particulièrement axé sur les jeux.

Tout en y assurant la promotion de l'industrie et des produits canadiens, Téléfilm agit comme expert conseil en matière internationale auprès des compagnies qui partagent son stand-ombrelle dans certains de ces marchés. Elle a ainsi accueilli, au cours de la dernière année, une trentaine de P.M.E. de toutes les régions du pays.

Mentionnons que Téléfilm Canada favorise de plus en plus le partage de l'expertise internationale en matière de multimédia. C'est ainsi qu'elle a financé une série de conférences sur le jeu en ligne et le cinéma numérique au MIM à l'automne 2000. De plus, une délégation d'Équipe Canada a partagé le stand-ombrelle de la Société au MILIA 2001, à Cannes. Équipe Canada était composée de représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international dans huit pays européens. Cette expérience a facilité les activités de maillage et de réseautage avec plusieurs pays.

La Société a ainsi établi les bases d'un partenariat durable qui devrait s'étendre à d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux au cours des prochaines années et se révéler fructueux pour l'industrie. Il est important que l'industrie canadienne des nouveaux médias établisse une meilleure tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux, comme c'est le cas pour les industries du film et de la télévision.

Autres appuis à l'industrie

Téléfilm Canada favorise l'essor de l'industrie des nouveaux médias par d'autres Fonds et programmes comme le Fonds de développement industriel et professionnel et le programme Le Canada à l'affiche.

Ainsi, la Société participe chaque année au festival de Baddeck, où elle offre l'un des prix les plus importants du secteur des nouveaux médias, accompagné d'une bourse de 5 000 \$. Ce prix est attribué à un produit multimédia original et divertissant, créé par une compagnie comptant 250 employés ou moins. En 2001, le prix Téléfilm Canada a été décerné à Gillian Jackson de Decode Entertainment Inc. (Toronto) pour *Angela Anaconda On-Line*.

De plus, la Société soutient des initiatives de formation, de recherche, de promotion et de publication des professionnels du multimédia et cela, partout au pays. Plusieurs magazines et guides (provinciaux et nationaux) de l'industrie ont notamment été publiés, contribuant à mieux faire connaître les ressources et les réalisations dans ce domaine d'activité.

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 assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. 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, et 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 et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous 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 désigné du Patrimoine Canadien.



Le directeur général
François Macerola



Le directeur – finances et administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
Le 15 juin 2001

Rapport du vérificateur

Au ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2001 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 du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la

direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2001 ainsi que des résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la 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 les égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada



Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 15 juin 2001

Bilan

Au 31 mars 2001

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
ACTIF		
ACTIF À COURT TERME		
À recevoir du Canada (note 3)	37 308	31 454
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	4 490	-
Prêts (note 4)	1 601	1 348
Débiteurs	12 930	4 090
Frais payés d'avance	866	540
	57 195	37 432
<hr/>		
DÉBITEURS	2 049	-
PRÊTS (note 4)	2 062	4 399
INVESTISSEMENTS	109	109
IMMOBILISATIONS (note 5)	4 322	2 113
	65 737	44 053

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :



Jeanine C. Beaubien
Présidente

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
PASSIF ET AVOIR DU CANADA		
PASSIF À COURT TERME		
Créditeurs et frais courus	22 664	7 339
PASSIF À LONG TERME		
Provision pour avantages sociaux futurs	518	440
Avantages incitatifs reportés sur bail	1 069	879
Aide en capital reportée (note 6)	4 322	2 113
Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	498	996
	6 407	4 428
AVOIR DU CANADA	36 666	32 286
ENGAGEMENTS (note 12)		
ÉVENTUALITÉS (note 14)		
	65 737	44 053

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 2001

	Investissements	Récupération sur investissements	2001 Montant net En milliers de dollars	2000 Montant net En milliers de dollars
DÉPENSES DE SUPPORT				
PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT				
Fonds canadien de télévision (note 10)	97 121	(13 778)	83 343	84 239
Fonds de financement de longs métrages	23 272	(2 297)	20 975	14 472
Multimédia	7 246	(200)	7 046	5 421
Programme de partage des revenus de production	1 308	(618)	690	1 226
Coproductions officielles	1 400	(413)	987	849
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	39	(1 118)	(1 079)	(773)
Autres	447	(78)	369	322
	130 833	(18 502)	112 331	105 756
DISTRIBUTION ET MARKETING				
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	12 209	(4 597)	7 612	3 670
Marketing national et international	1 557	(105)	1 452	1 073
	13 766	(4 702)	9 064	4 743
DOUBLAGE ET SOUS-TITRAGE				
	1 255	(1 116)	139	871
ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES				
Développement préprofessionnel	2 470	-	2 470	2 285
Développement industriel et professionnel	2 337	-	2 337	1 957
Subventions aux festivals canadiens	2 259	-	2 259	1 908
Participation aux marchés étrangers	1 018	-	1 018	842
Publicité, promotion et publications	540	-	540	547
Participation aux festivals étrangers	512	-	512	485
Autres	161	-	161	170
	9 297	-	9 297	8 194
	155 151	(24 320)	130 831	119 564
DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT (note 11)			16 773	17 436
COÛT DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE			147 604	137 000
REVENUS				
Intérêts sur prêts			(36)	(26)
Autres intérêts			(1 227)	(326)
Frais de gestion			(5)	(9)
Autre contribution (note 9)			(2 850)	(1 000)
			(4 118)	(1 361)
COÛT NET DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE AVANT FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL			143 486	135 639
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL				
Crédit parlementaire pour l'exploitation			90 015	77 605
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8)			57 350	58 099
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 6)			501	998
			147 866	136 702
BÉNÉFICE NET D'EXPLOITATION			4 380	1 063
AVOIR DU CANADA AU DÉBUT			32 286	31 223
AVOIR DU CANADA À LA FIN			36 666	32 286

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2001

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice net d'exploitation	4 380	1 063
Ajustements pour		
Augmentation des débiteurs à long terme	(2 049)	–
Augmentation de la provision pour prêts douteux	4 534	3 756
Amortissement des immobilisations	438	446
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	63	541
Augmentation (diminution) de la provision pour avantages sociaux futurs	78	(333)
Augmentation des avantages incitatifs reportés sur bail	190	796
Amortissement de l'aide en capital reportée	(501)	(998)
Augmentation (diminution) de l'obligation découlant d'un contrat de location-exploitation	(498)	996
	6 635	6 267
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Diminution (augmentation) des débiteurs	(8 840)	1 152
Augmentation des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	(4 490)	–
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	(326)	141
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	15 325	(806)
	8 304	6 754
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Crédit parlementaire – aide en capital	2 710	1 295
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Prêts	(3 956)	(4 649)
Encaissements de prêts	1 506	1 561
Acquisition d'immobilisations	(2 710)	(1 295)
Produit sur l'aliénation d'immobilisations	–	11
	(5 160)	(4 372)
AUGMENTATION DES LIQUIDITÉS	5 854	3 677
À RECEVOIR DU CANADA AU DÉBUT (note 3)	31 454	27 777
À RECEVOIR DU CANADA À LA FIN (note 3)	37 308	31 454

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^{er} 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, la 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 câblodistributeurs. 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 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 canadiennes, de longs métrages et de nouveaux médias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour pertes. La provision pour pertes est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.

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.

La provision pour pertes comprend des provisions spécifiques et une provision générale.

Les provisions spécifiques sont constituées pour chaque prêt douteux. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur. La valeur comptable du prêt douteux est ramenée à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

La provision générale représente la meilleure estimation de la moins-value probable imputable à la détérioration de la qualité du crédit du reste du portefeuille de prêts pour laquelle il n'est pas encore possible d'établir des provisions spécifiques. Le montant de la provision générale est estimé en se fondant sur les pertes passées ainsi que sur l'appréciation par la direction des tendances quant à la qualité du crédit du portefeuille de prêts.

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.

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

Les sommes relatives aux travaux en cours sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations lorsque le projet est achevé et elles sont alors amorties conformément à la politique de la Société.

h) Avantages sociaux futurs

La Société est tenue de constater certains avantages postérieurs à l'emploi non liés à la retraite au cours des exercices où les employés rendent des services à la Société. À la cessation de l'emploi, les employés ont droit à des prestations déterminées conformément aux conditions d'emploi. Ces prestations sont versées dans le cadre du régime d'indemnités de départ. La Société constate le coût des avantages futurs au titre des indemnités de départ pour les exercices au cours desquels les employés rendent des services à l'entité, et le passif de ces avantages est comptabilisé dans les comptes comme prestations constituées.

i) Régime de retraite

Les employés participent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Jusqu'au 31 mars 2000, les cotisations de la Société au Régime étaient limitées à un montant égal aux cotisations des employés pour les services rendus par ceux-ci au cours de l'exercice. Depuis le 1er avril 2000, les cotisations de la Société ont augmenté d'un montant qui reflète le coût total des cotisations de l'employeur. Ce montant, exprimé en pourcentage des cotisations des employés, fluctuera d'un exercice à l'autre selon les résultats réels du Régime. Les cotisations de la Société représentent ses obligations totales découlant du régime de retraite et elles sont imputées aux opérations de l'exercice. La Société n'est pas tenue de verser des cotisations ayant trait aux insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique. La charge de retraite de l'exercice de la Société est 878 718 \$ (486 298 \$ en 2000).

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 avantages sociaux futurs 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 :

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers En milliers
Recettes cumulatives non utilisées	15 550	25 019
Déboursés effectués après la fin d'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant	21 758	6 435
	37 308	31 454

4. Prêts et provision pour pertes

Les prêts d'une valeur comptable de 10 117 350 \$ (8 394 852 \$ en 2000) octroyés à titre d'aide à la production et à 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	Provision pour pertes	2001 Montant net En milliers de dollars	2000 Montant net En milliers de dollars
Prêts	5 584	(1 921)	3 663	5 747
Prêts douteux	6 774	(6 774)	—	—
	12 358	(8 695)	3 663	5 747
Moins portion à court terme	5 631	(4 030)	1 601	1 348
Portion à long terme	6 727	(4 665)	2 062	4 399

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
Solde au début	4 161	525
Radiations	–	(120)
Recouvrements	(7)	(272)
Provision	4 541	4 028
SOLDE À LA FIN	8 695	4 161

5. Immobilisations

	Prix coûtant	Amortissement cumulé	2001 Valeur nette En milliers de dollars	2000 Valeur nette En milliers de dollars
Améliorations locatives	1 474	606	868	873
Logiciels	4 185	3 090	1 095	333
Installations informatiques	1 582	1 190	392	508
Mobilier et équipement	1 098	959	139	59
Travaux en cours	1 828	–	1 828	340
	10 167	5 845	4 322	2 113

Les travaux en cours de 1 828 000 \$ (340 000 \$ en 2000) correspondent au développement de logiciels et au remplacement de l'infrastructure informatique.

6. Aide en capital reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
Solde au début	2 113	1 816
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	2 710	1 295
Amortissement de l'aide en capital reportée	(501)	(998)
SOLDE À LA FIN	4 322	2 113

7. Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation

Au cours de 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 au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2000 et le passif a été inscrit au bilan.

8. Contributions du ministère du Patrimoine canadien

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

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	49 775	49 775
Multimédia	4 975	5 750
Développement préprofessionnel	2 600	2 400
Autre	–	174
	57 350	58 099

9. Autre contribution

La Société a reçu une contribution de 2 850 000 \$ (1 000 000 \$ en 2000) du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes en langues autochtones et d'émissions dramatiques.

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	2001 Total En milliers de dollars	2000 Total En milliers de dollars
INVESTISSEMENTS				
Émissions canadiennes	46 557	44 214	90 771	87 117
Longs métrages	–	6 350	6 350	8 646
	46 557	50 564	97 121	95 763
RÉCUPÉRATION SUR INVESTISSEMENTS				
	(10 342)	(3 436)	(13 778)	(11 524)
	36 215	47 128	83 343	84 239

11. Dépenses de fonctionnement

	2001 En milliers de dollars	2000 En milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	9 649	8 490
Honoraires professionnels	1 877	1 428
Location, taxes, chauffage et électricité	1 465	1 623
Frais de bureau	1 460	1 171
Voyages	881	695
Amortissement	438	446
Télécommunications	213	201
Publicité et publications	160	206
Frais de représentation	99	80
Frais de relocalisation	68	231
Perte sur disposition d'immobilisations	63	541
SOUS-TOTAL	16 373	15 112
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	400	366
Perte découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	–	1 958
TOTAL	16 773	17 436

12. Engagements

a) Projets

Au 31 mars 2001, 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	14 234	9 926	24 160
Autres programmes	13 226	2 314	15 540
	27 460	12 240	39 700

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des déboursés de 2 022 065 \$. En vertu du programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 2001 des fonds totalisant 1 490 036 \$ 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
2002	2 734
2003	2 433
2004	898
2005	705
2006	589
2007-2015	5 106
	12 465

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 2001 totalisent 920 196 \$ (2000 – 1 452 379 \$). 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 :

	Valeur comptable En milliers de dollars	2001 Juste valeur En milliers de dollars	Valeur comptable En milliers de dollars	2000 Juste valeur En milliers de dollars
Prêts à court terme	1 601	1 572	1 348	1 236
Prêts à long terme	2 062	1 796	4 399	3 690

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 2000 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2001.