

# LE TALENT. ENSEMBLE.

Rapport annuel 2013-2014



**TELEFILM**  
C A N A D A

1  
5  
7  
9  
11

**FAITS SAILLANTS**

**À PROPOS DE TÉLÉFILM**

**MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE**

**REVUE ET ANALYSE DE GESTION**

L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE

RÉALISATIONS ET PRIORITÉS

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

REVUE FINANCIÈRE

GESTION DES RISQUES

32

**GOUVERNANCE**

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

LE COMITÉ DE DIRECTION

41  
60

**ÉTATS FINANCIERS**

**RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES**

COMITÉ CONSULTATIF DU FONDS DES TALENTS

DONATEURS DU FONDS DES TALENTS

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION ET À LA POSTPRODUCTION

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

FESTIVALS DE FILMS, MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX AUXQUELS TÉLÉFILM A PARTICIPÉ

STATISTIQUES

BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

# FAITS SAILLANTS

## TALENTS CANADIENS – DU SUCCÈS AU PAYS ET À L'ÉTRANGER

En 2013-2014, le succès de l'industrie audiovisuelle canadienne a dépassé nos frontières et rayonné dans de nouveaux marchés. Téléfilm, en collaboration avec plusieurs partenaires, a veillé à ce que tous les projecteurs soient braqués sur les talents canadiens, qui ont conquis le cœur de nouveaux admirateurs partout dans le monde. Voici les faits saillants de l'année :

**Gabrielle** de Louise Archambault a remporté le Prix du public UBS à Locarno et représenté le Canada dans la course à l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère.

**Sarah préfère la course** de Chloé Robichaud, **Le démantèlement** de Sébastien Pilote, ainsi que **The Apprenticeship of Duddy Kravitz** (1974), de Ted Kotcheff, ont représenté le Canada au Festival de Cannes.

**Tom à la ferme** de Xavier Dolan a remporté le prix FIPRESCI de la critique internationale à Venise.

Le Canada a présenté neuf films à la 16<sup>e</sup> édition du Festival international du film de Shanghai, dont deux longs métrages en compétition officielle, **A Gun & A Ring** et **Maïna**, une première pour le Canada.

**Enemy** de Denis Villeneuve a été fortement récompensé avec cinq prix Écrans canadiens, tandis que **Gabrielle** a remporté les prix du Meilleur film et de la Meilleure actrice. **Gabrielle** a également obtenu cinq Jutra, tout juste derrière **Louis Cyr** qui en a raflé neuf.

Deux films canadiens ont été récompensés à la Berlinale : **Pierrot Lunaire**, de Bruce LaBruce, et **Triptyque**, de Robert Lepage et Pedro Pires.

La production canadienne **The Phantoms**, de Dream Street Pictures, a remporté le prix du Meilleur téléfilm/minisérie pour enfants aux International Emmy Kids Awards à New York.

Dans le cadre de la 17<sup>e</sup> édition de **Cinéma du Québec à Paris**, les amateurs de films en français ont eu accès à un éventail de films québécois sur iTunes France.

La réussite de l'industrie canadienne du cinéma a été soulignée par le **New York Times** : « Le Canada est sur une belle lancée, ses films étant régulièrement récompensés dans des festivals comme Berlin et Tribeca. »

## DES PARTENARIATS POUR PROMOUVOIR LE SUCCÈS ET LE TALENT

Téléfilm a collaboré avec l'industrie et différents partenaires des secteurs public et privé afin de maximiser ses efforts promotionnels. Voici quelques événements marquants de l'année :

Dix réalisatrices et actrices canadiennes ont été honorées lors du **Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film**, un événement organisé en partenariat avec Téléfilm, présenté durant le **Festival international du film de Toronto**.

Lors du Banff World Media Festival, Téléfilm, le Fonds des médias du Canada et la Canadian Media Production Association ont procédé au dévoilement de **Vue sur le Canada**, un programme visant à regrouper toutes les initiatives entourant la promotion du contenu canadien.

Présentées par les honorables Shelly Glover et James Moore, agissant en qualité de ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, les **Soirées cinéma au Canada** ont eu lieu à trois reprises à Ottawa en 2013-2014. Les films **Gabrielle**, **Still Mine** et **The Grand Seduction** y ont été projetés.

Le Canada était le pays en vedette lors de l'édition du 25<sup>e</sup> anniversaire du **Festival international du film de Palm Springs**.

Téléfilm s'est associée à l'ONF et à la SODEC pour présenter **Le jour le plus Court**, un événement gratuit dédié à la promotion et à la projection de courts métrages.

À Los Angeles, Téléfilm a présenté **Canada's Stars of the Awards Season**, un événement célébrant les talents canadiens en vue, en collaboration avec l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, le Consulat général du Canada, le Festival international du film de Toronto et Bell Média.

En partenariat avec le Fonds des médias du Canada, Téléfilm a commandité deux séances de projection avec tapis rouge du film **The Grand Seduction** qui a ouvert le Festival international du film de Calgary et le St. John's International Women's Film Festival.

## LE FINANCEMENT À L'ŒUVRE

Téléfilm est fière d'offrir des programmes de financement qui encouragent la réussite et qui sont adaptés au marché en constante évolution. En consultation avec l'industrie, des améliorations ont été apportées aux programmes de financement en 2013-2014 :

Le **Programme d'aide à la production** remanié a été lancé. Le programme simplifié soutient maintenant la postproduction, repose sur des critères décisionnels plus clairs et accorde plus d'importance à la participation du marché pour alimenter le succès auprès des auditoires.

Le **Programme de mise en marché** a été modifié pour que le contenu canadien rejoigne de plus vastes auditoires. Il offre plus de flexibilité en appuyant les efforts de mise en marché ciblant les auditoires sur de multiples plateformes et est ouvert à un groupe plus large de requérants admissibles.

Un nouveau volet **autochtone** a été ajouté au **Programme de production à micro-budget** qui soutient les cinéastes de la relève et qui encourage l'innovation.

Le **Programme pour le long métrage documentaire** a été renouvelé, le financement étant offert en partenariat avec le **Groupe de Fonds Rogers**.

## RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

Les mesures financières mises en application ont permis de maximiser le soutien offert à l'industrie. Voici quelques-unes des données les plus importantes de l'exercice 2013-2014 :

Le **ratio de frais de gestion** est demeuré peu élevé à 5,8 %, ce qui est comparable à l'exercice précédent et qui dépasse les objectifs.

Le **financement provenant du secteur privé et de l'étranger a doublé** dans les budgets de production des films financés par Téléfilm.

Les **frais de fonctionnement et d'administration ont diminué de 10 %** au cours des trois derniers exercices financiers – incluant une réduction de 5 % en 2013-2014.

**3,3 millions de dollars** de crédit parlementaire ont été remis au **gouvernement fédéral** dans le cadre de la deuxième année de mise en application du *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012*.

Au cours des trois derniers exercices financiers, **un montant cumulatif de 4,5 millions de dollars provenant d'économies budgétaires administratives a été transféré aux programmes de financement** – dont 0,8 million de dollars en 2013-2014.

Téléfilm a réalisé des économies de coûts de **3,3 %** dans l'exécution des programmes du Fonds des médias du Canada.

La relocalisation des bureaux de Vancouver et de Halifax permettra de réaliser **des économies de 28 % en dépenses de loyer**.

# À PROPOS DE TÉLÉFILM

## NOTRE VISION

Des auditoires de partout exigeant du contenu multi-écrans canadien — accessible partout, en tout temps, sur toutes les plateformes.

## NOTRE MISSION

La mission de Téléfilm est de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne en jouant un rôle de chef de file par un appui financier et des initiatives alimentant le succès de l'industrie sur les plans commercial, culturel et industriel.

## NOTRE TRAVAIL

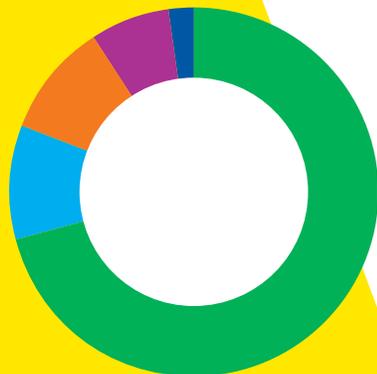
Téléfilm Canada, c'est d'abord et avant tout une équipe formée de 180 passionnés de cinéma canadien. Voués à la réussite commerciale, culturelle et industrielle de l'industrie audiovisuelle canadienne, nous appuyons des entreprises dynamiques et des talents créatifs, ici comme à l'étranger, par l'entremise de nos différents programmes de financement.

Au nom du gouvernement du Canada, en tant que société d'État, nous offrons une aide financière aux projets cinématographiques canadiens et mettons en valeur le succès et talents de l'industrie audiovisuelle canadienne dans des festivals, des marchés et des événements d'envergure régionale, nationale et internationale.

Nous administrons également les programmes du Fonds des médias du Canada (FMC), qui totalisent 354,5 millions de dollars pour l'exercice financier 2013-2014. Nous effectuons en outre des recommandations au sujet de la certification des coproductions audiovisuelles régies par des traités au ministère du Patrimoine canadien et des Langues officielles. Notre siège social est à Montréal et nous desservons notre clientèle depuis nos quatre bureaux situés à Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax.

## AIDE FINANCIÈRE

En 2013-2014, nos programmes de financement ont soutenu l'industrie canadienne du cinéma à hauteur de 92,2 millions de dollars :



- 71 %** 65,1 M\$ en aide à la production pour produire 91 longs métrages
- 10 %** 9,2 M\$ en aide au développement pour la création de 306 projets
- 10 %** 9,1 M\$ en aide à la mise en marché pour accroître la notoriété de 92 longs métrages
- 7 %** 6,3 M\$ pour des événements promotionnels au Canada, en appui à 43 festivals de films canadiens et 66 événements et initiatives
- 2 %** 2,5 M\$ pour la promotion de films canadiens dans 29 festivals, marchés et événements internationaux

## RESPONSABILITÉ

Un solide cadre de gouvernance permet au conseil d'administration et à la directrice générale de diriger la Société vers l'atteinte de ses objectifs. Telle qu'elle est conçue, la structure organisationnelle de Téléfilm fait en sorte que les différents services de l'organisation sont responsables de l'exécution du plan d'entreprise auprès de la directrice générale (consulter la section sur la Gouvernance pour en savoir plus).



L'organisation évalue ses résultats en fonction d'un cadre de mesure de la performance élaboré en conformité avec le plan d'entreprise. Dans ce contexte, des indicateurs de performance ont été établis en 2011-2012 afin d'assurer l'alignement stratégique de l'ensemble des activités opérationnelles de l'organisation (consulter la section Revue et analyse de gestion pour en savoir plus).

## NOS VALEURS

Téléfilm offre à ses employés un environnement de travail stimulant qui encourage des comportements qui reflètent nos quatre valeurs d'entreprise. En promouvant ces valeurs, nous sommes en mesure d'attirer et de conserver une main-d'œuvre diversifiée au service de l'industrie audiovisuelle canadienne. Nos valeurs sont les suivantes :



## GARDER LE CONTACT

En 2013-2014, Téléfilm a misé davantage sur des outils de communication en ligne comme [Twitter](#) et [Facebook](#) pour annoncer les activités de l'industrie et en faire la promotion auprès du public. Pour renforcer sa présence en ligne, Téléfilm a ajouté [Google+](#) à son éventail d'outils de communication et a vu le nombre de ses abonnés augmenter de façon impressionnante. Pour communiquer aux intervenants de l'information clé au sujet de l'industrie et pour faciliter le dépôt des demandes de financement en ligne par les clients, Téléfilm a privilégié les outils [eTéléfilm](#), [telefilm.ca](#), les [fils RSS](#) et les [avis à l'industrie](#). Ces plateformes en ligne dynamiques sont essentielles pour véhiculer des messages importants, pour promouvoir l'industrie et pour simplifier et harmoniser les processus de dépôt des demandes.

### DES COMMUNICATIONS OUVERTES ET CONSTANTES

L'organisation s'est engagée à consulter et à informer les différents membres de l'industrie au sujet des occasions d'affaires, des enjeux et des changements importants, et à établir avec eux un dialogue constant et ouvert. Que ce soit avec des producteurs de films, des distributeurs, des télédiffuseurs, des associations professionnelles, des organismes provinciaux ou des réalisateurs et des scénaristes, nous gardons le contact d'un bout à l'autre du Canada par l'entremise de quatre grands moyens de communication :

- Séances d'information et de consultation avec les membres de l'industrie;
- Réunions de [groupes de travail](#);
- Présence aux événements de l'industrie; et
- Discussions en tête-à-tête.

## MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



« Les forces vives du milieu travaillent ensemble, tant sur le plan de la production que de la promotion. De plus en plus. De mieux en mieux. Partout au pays. »

Valoriser la réussite culturelle. Tel un mantra, cette vision a marqué les trois dernières années du plan d'entreprise 2011-2015 de Téléfilm Canada. Elle vise à augmenter la capacité de l'industrie de créer des œuvres de qualité et à stimuler la demande de contenu canadien au pays et à l'étranger. C'est aussi une vision rassembleuse en ce qu'elle exige une grande complicité avec nos clients et nos partenaires.

L'année 2013-2014 aura permis de poursuivre le recentrage de nos programmes et de nos stratégies. Comme investisseur, promoteur, source d'information et administrateur de fonds publics et privés – les quatre principaux rôles que nous jouons auprès de l'industrie –, nous aspirons à devenir un véritable levier de réussite pour les talents canadiens.

Cet effet de levier commence d'ailleurs à porter ses fruits. L'industrie diversifie de plus en plus ses sources de financement. Nous constatons une hausse marquée des investissements privés canadiens et étrangers dans les films que nous finançons. Je ne peux que me réjouir de cette confiance encore fragile, mais grandissante, des marchés envers le cinéma canadien.

Les forces vives du milieu travaillent ensemble, tant sur le plan de la production que de la promotion. De plus en plus. De mieux en mieux. Partout au pays.

Créé en 2012 pour stimuler l'engagement du public et des entreprises envers nos créateurs, le Fonds des talents est en plein essor. Il s'agit d'un Fonds de dons privés en provenance d'entreprises canadiennes d'envergure et de tous les horizons.

À la suite de l'acquisition d'Astral Media, et conformément à la politique des avantages tangibles du CRTC, Bell Média et Corus Entertainment ont annoncé cette année leur intention d'injecter 13,7 millions de dollars au Fonds des talents. Cet engagement envers le développement et la promotion du talent canadien s'échelonne sur une période de sept ans à compter de l'année 2014-2015. Et tout indique que d'autres grandes entreprises emboîteront le pas dans un futur plus ou moins rapproché.

J'en profite pour remercier chaleureusement Madame Magaret Anne Fountain, philanthrope et mécène d'Halifax, et Monsieur John Bitove, chef de la direction d'Obelysk Inc. de Toronto, qui se sont joints cette année au dynamique comité consultatif du Fonds des talents présidé par Monsieur Hartley T. Richardson de Winnipeg.

Toujours au chapitre de la diversification des sources de financement, je souligne la nouvelle entente de coproduction entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République de l'Inde, signée en février 2014, de même que les efforts incessants de notre industrie pour développer de nouveaux partenariats. Nous assistons actuellement à une augmentation des coproductions canadiennes régies par des traités, ce qui constitue, à mes yeux, un terreau favorable au développement de notre industrie.

Nous abordons maintenant la dernière année de notre plan d'entreprise. Le conseil d'administration est conscient que les défis pour rejoindre les auditoires demeurent considérables. À cet effet, il faudra affiner davantage nos stratégies et développer de nouveaux partenariats, entre autres sur le plan de la promotion.

La perception des Canadiens pour les productions d'ici s'améliore peu à peu. Elle doit cependant se bonifier davantage pour correspondre à la valeur réelle de notre cinéma, amplement attestée par sa réussite internationale.

Qu'on me permette, en terminant, de remercier les membres du conseil d'administration de Téléfilm pour leur dévouement. J'en profite pour souligner l'arrivée de deux nouveaux membres au conseil, Madame Corey Anne Bloom et Monsieur Claude Joli-Cœur. J'offre aussi mes félicitations à Madame Carolle Brabant, notre directrice générale, qui s'est vu décerner en cours d'année le prestigieux titre de Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec.

Merci également à nos employés, nos clients et nos partenaires.

Et bravo à nos créateurs qui suscitent notre admiration et notre fierté!



**Michel Roy**  
Président du conseil

## MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE



« Nous gagnerons le cœur des Canadiens petit à petit. Région par région. En créant l'événement. En mettant de l'avant des films porteurs... »

Je suis toujours impressionnée de voir nos créateurs canadiens se distinguer sur la scène internationale. En 2013-2014, notre cinéma a continué de s'illustrer grâce à des œuvres comme *Enemy* de Denis Villeneuve, *The Grand Seduction* de Don McKellar, *Le démantèlement* de Sébastien Pilote, *Gabrielle* de Louise Archambault et *Still Mine* de Michael McGowan.

Au moment d'écrire ces lignes, trois films canadiens ont fait partie de la compétition du Festival de Cannes 2014, une première, soit *Mommy* de Xavier Dolan, qui a obtenu le Prix du jury, *Maps to the Stars* de David Cronenberg, pour lequel Julianne Moore a reçu le Prix d'interprétation féminine, et *The Captive* d'Atom Egoyan.

L'industrie audiovisuelle canadienne a atteint une maturité qui lui permet de produire et d'exporter des œuvres de grande qualité. Les programmes de Téléfilm reconnaissent ce statut en offrant maintenant aux entreprises un cadre de financement plus souple qui respecte leur autonomie et leur niveau d'expertise.

L'Indice de réussite de Téléfilm, créé au cours de l'exercice 2011-2012, permet de mieux comprendre et de mieux évaluer, d'année en année, les facteurs objectifs de performance de l'industrie dans sa recherche de nouveaux auditoires. Je rappelle que cet indice est basé sur les résultats des productions, qu'ils soient commerciaux (recettes-guichet et autres ventes), culturels (nominations et prix au pays et à l'international) ou industriels (contribution du secteur privé et de l'étranger).

Même s'il reste à peaufiner, l'Indice de réussite donne déjà des résultats concrets. Sans oublier l'aspect artistique et qualitatif des œuvres, il tient compte de plusieurs données objectives et comparables. Il met en valeur les résultats attendus et les résultats obtenus. Bref, c'est un précieux « outil de synthèse » qui aide Téléfilm et ses clients à prendre des décisions d'affaires plus éclairées et à faire des choix stratégiques plus efficaces.

Internet et les technologies qui s'y greffent offrent de formidables débouchés au cinéma canadien. Le défi, c'est de comprendre et d'utiliser ces nouvelles plateformes pour augmenter les auditoires. Nous avons entamé en cours d'année des sondages, des recherches et des expériences pour mieux comprendre les nouvelles tendances de consommation. Notre programme de production à micro-budget axé sur les médias numériques s'inscrit dans ces expérimentations.

Nous savons qu'aujourd'hui, 76 % des visionnements des Canadiens s'effectuent de la maison alors que 18 % se réalisent par l'intermédiaire des salles de cinéma. Déjà, 6 % des visionnements des films s'opèrent sur les plateformes mobiles, une proportion qui pourrait prendre de l'ampleur étant donné l'intérêt des Canadiens pour les produits en ligne et les appareils mobiles.

Ces phénomènes sont porteurs d'occasions d'affaires inédites. Nous devons ensemble identifier les meilleures stratégies pour en profiter.

Sur le plan de la promotion, nous avons assisté en 2013-2014 à des efforts collectifs sans précédent pour éveiller l'intérêt du public canadien envers notre cinéma. Je pense, entre autres, aux divers tapis rouges organisés à St. John's et à Calgary. Merci aux dizaines de partenaires publics et privés qui ont utilisé leur notoriété et offert leur expertise aux côtés de Téléfilm dans cette aventure promotionnelle d'envergure.

Nous gagnerons le cœur des Canadiens petit à petit. Région par région. En créant l'événement. En mettant de l'avant des films porteurs comme l'étaient cette année *The Grand Seduction* et *Gabrielle*. En mettant l'accent sur les talents locaux. En misant sur l'effet multiplicateur des médias sociaux.

Je rêve du jour où le public canadien célébrera ses cinéastes avec autant d'attention et de chaleur qu'ils en reçoivent à Hollywood, Berlin, Cannes ou Shanghai. D'ici là, je réitère ma confiance dans le travail de nos équipes et de tous nos partenaires de l'industrie pour accroître le nombre de Canadiens qui regardent des films canadiens. Nous allons continuer de miser sur le talent de nos créateurs, notre meilleur atout, de même que sur l'expérimentation, la mesure des résultats, le partage des expertises et, bien sûr, la reconnaissance de la réussite.

#### **NOUS Y ARRIVERONS. ENSEMBLE.**

Je salue toute l'équipe de Téléfilm pour laquelle j'ai une grande considération. Encore cette année, nous avons maintenu une stricte vigilance administrative dans tous les secteurs de l'organisation. Avec des frais de gestion en deçà de 6 %, nous consacrons le maximum de ressources à nos programmes et à nos services. Les sondages effectués en cours d'année ont d'ailleurs démontré un niveau élevé de satisfaction de nos clients pour notre administration.

Je remercie enfin les membres du conseil de leur vision et de leur confiance. Sous leur gouverne, nous complèterons notre prochain plan d'entreprise 2015-2018.



**Carolle Brabant** FCPA, CA, MBA  
Directrice générale

# REVUE ET ANALYSE DE GESTION

Le contenu de la présente Revue et analyse de gestion a été préparé par la direction de Téléfilm afin de présenter les résultats de l'exercice financier 2013-2014. L'analyse est basée sur de l'information probante, pertinente et fiable qui a été soumise à des procédures de contrôle de la qualité et qui est exempte d'erreurs importantes ou fallacieuses. La Revue et analyse de gestion a été approuvée par le comité de direction, la directrice générale, le comité d'audit et des finances et enfin, le conseil d'administration. Elle présente un contexte qualitatif et un portrait complet de la performance de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir.

12	L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES
13	MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE
15	RÉALISATIONS ET PRIORITÉS
20	OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE
25	REVUE FINANCIÈRE
30	GESTION DES RISQUES

# L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

## L'ÉCONOMIE CANADIENNE

L'économie canadienne a progressé en 2013, le produit intérieur brut (PIB) ayant augmenté de 2,0 %. Le PIB pour 2013 a donc dépassé les prévisions, ainsi que la croissance de 1,8 %<sup>1</sup> qu'il avait enregistrée en 2012. En ce qui concerne le PIB, l'économie canadienne a surpassé la majorité des pays de l'OCDE<sup>2</sup> en 2013<sup>3</sup>.

## LE SECTEUR DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE AU CANADA

Le volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, y compris les tournages étrangers et la production de services, est demeuré stable en 2012-2013<sup>4</sup>, se situant à 5,8 milliards de dollars. Le sous-ensemble que représente le volume total de la production de films canadiens a atteint 351 millions de dollars, soit une augmentation de 3,0 % par rapport à 2011-2012. Les budgets de production moyens plus élevés, qui sont passés de 3,8 millions de dollars en 2011-2012 à 4,0 millions de dollars en 2012-2013, conjugués au nombre relativement stable de films produits, ont engendré une croissance globale du volume de production en dollars. Cette hausse est attribuable aux productions cinématographiques de langue anglaise, le marché francophone étant demeuré stable. L'industrie canadienne du cinéma a employé 3 000 travailleurs à temps plein et créé 4 700 emplois indirects en 2012-2013.

## RECETTES-GUICHET

En 2013, les recettes-guichet enregistrées à l'échelle mondiale ont continué à fracasser des records, les ventes de billets atteignant près de 36 milliards de dollars. Cette croissance a été stimulée par les économies de la Russie, du Brésil, du Mexique et de la Chine, cette dernière engendrant à elle seule 10 % des recettes-guichet mondiales<sup>5</sup>.

Au Canada, les recettes-guichet ont accusé une baisse en 2013 par rapport à l'année précédente, le total des ventes se chiffrant à 1,03 milliard de dollars, soit une diminution de 5,8 % en regard de 2012. En 2013, 811 films ont été lancés sur le marché canadien (678 américains et étrangers et 133 canadiens), ce qui représente une légère hausse par rapport aux niveaux de 2012, celle-ci étant attribuable principalement aux productions canadiennes. De ce nombre, 487 films étaient en anglais, 203 en langue étrangère ou multilingues et 121 en français. Les superproductions des studios américains ont généré 803 millions de dollars en recettes-guichet au Canada, tandis que les films indépendants ont enregistré des recettes de 227 millions de dollars. Les films canadiens ont obtenu une part de 11 % du marché national indépendant, équivalant à plus de 24 millions de dollars en recettes-guichet au pays.<sup>6</sup>

## AUTRES PLATEFORMES

Au Canada, plus de 75 % des films sont regardés à la maison. La télévision est de loin la plateforme la plus utilisée pour regarder des films, quoique les méthodes de visionnement par le truchement de la télévision évoluent rapidement. La télévision traditionnelle en direct demeure la plus populaire, avec les appareils d'enregistrement vidéo personnels qui gagnent du terrain. Comme de nombreux consommateurs vont maintenant sur Internet au moyen de la télévision, d'un ordinateur ou d'une tablette, la lecture en continu – qu'elle soit gratuite ou payée par abonnement ou par transaction – occupe le deuxième rang comme plateforme de choix des cinéphiles canadiens. Environ 30 % des consommateurs canadiens accèdent à une plateforme de lecture en continu payante une fois par mois ou plus (via des sources comme iTunes, Netflix et Club Illico Illimité, entre autres) et 22 % des Canadiens utilisent des services de lecture en continu gratuits au moins une fois par mois (via des sources comme ICI Tou.tv et d'autres sites Web de télédiffuseurs, entre autres). Permettre aux Canadiens d'avoir le contrôle sur le contenu qu'ils veulent regarder et d'y avoir accès facilement est un atout considérable dans le contexte actuel du marché.<sup>7</sup>

## COPRODUCTION

La coproduction audiovisuelle régie par un traité s'est révélée très utile aux producteurs canadiens, leur permettant d'obtenir des investissements de sources étrangères et de promouvoir et d'exporter les talents canadiens. En 2013<sup>8</sup>, nous avons recommandé au ministère du Patrimoine canadien la certification de 56 coproductions audiovisuelles régies par des traités qui impliquent 16 pays partenaires. Les budgets de production totaux pour ces projets s'élevaient à 436 millions de dollars. Dans l'ensemble, les tendances en matière de coproduction, établies sur cinq ans, sont stables en termes de nombre de productions et de budgets.

1. [Statistique Canada : Produit intérieur brut par industrie : provinces et territoires, 2013.](#)

Le PIB est établi selon l'année civile.

2. Organisation de coopération et de développement économiques.

3. [OCDE : Canada – Résumé des projections économiques \(mai 2014\).](#)

4. [Profil 2013 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada.](#)

Les données sur l'industrie sont établies selon les chiffres de l'exercice financier précédent.

5. [Motion Picture Association of America: Infographics Tell the Story Behind Record-Breaking 2013 at the Box Office.](#)

6. Analyse de Téléfilm basée sur les données fournies par l'Association des cinémas au Canada.

7. Analyse de Téléfilm basée sur des recherches effectuées par Ad Hoc Research.

8. Le nombre de coproductions ayant obtenu une certification est établi sur une base annuelle.

# MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ENTREPRISE

L'exercice financier 2013-2014 est la troisième année de mise en œuvre du plan d'entreprise quadriennal de Téléfilm, *Valoriser la réussite culturelle*. Ce plan indique les principales mesures à prendre pour atteindre notre objectif qui est de stimuler la demande des auditoires. Depuis son lancement en 2011-2012, Téléfilm a réalisé d'importants progrès dans l'exécution de stratégies répondant aux objectifs de ses quatre piliers stratégiques. Voici certaines des étapes clés que nous avons franchies relativement à chacun des piliers :

## Maintenir et renforcer notre rôle essentiel d'investisseur

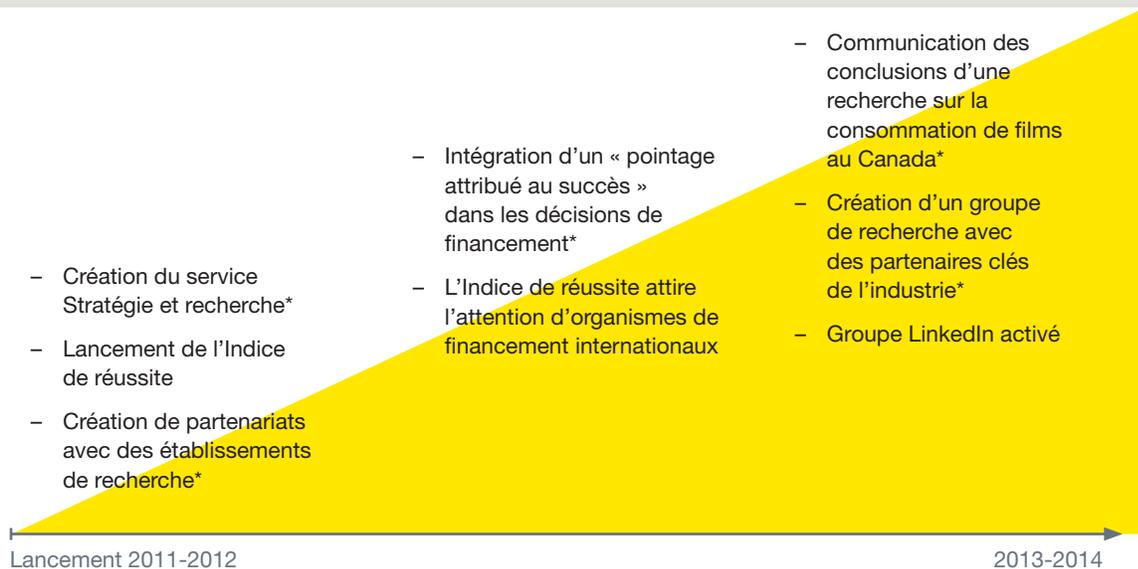


## Développer notre rôle de promoteur



\*Activités continues.

### Devenir une source de référence en produisant et en partageant de l'information clé sur l'industrie



### Renforcer l'excellence organisationnelle



\*Activités continues.

# RÉALISATIONS ET PRIORITÉS

Téléfilm cherche constamment à générer davantage de fonds pour la production par le biais de ses propres ressources financières. Avec plus de trois dollars de contribution des autres partenaires financiers pour chaque dollar investi par Téléfilm, nous avons atteint notre meilleur effet de levier en 10 ans, donnant lieu à plus d'activité économique pour le même niveau d'investissement.

En 2013-2014, plusieurs réalisations et succès ont contribué à l'atteinte des objectifs de nos piliers stratégiques. En route vers la dernière année du plan d'entreprise 2011-2015, Téléfilm a établi des plans d'action pour s'assurer de réaliser les objectifs fixés.

## MAINTENIR ET RENFORCER NOTRE RÔLE ESSENTIEL D'INVESTISSEUR

En 2013-2014, Téléfilm a mené de nombreuses consultations auprès de l'industrie au sujet des programmes de financement offerts, de la mise en application des nouveaux programmes de financement et de l'amélioration des programmes existants.

- Au cœur de ces changements, il y a le lancement du **Programme d'aide à la production** remanié. Désormais, parmi les critères d'évaluation, les films financés dont le budget est de 2,5 millions de dollars ou plus doivent obligatoirement avoir obtenu une participation du marché, c'est-à-dire des investissements de partenaires du secteur privé comme des distributeurs, des agents de ventes et des télédiffuseurs<sup>9</sup>. Ce changement a pour but de hausser le niveau des investissements du marché dans le budget total du portefeuille de Téléfilm. Après la première année, on note déjà des changements positifs, le **ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production** affichant une forte croissance, les contributions des distributeurs et des exportateurs<sup>10</sup> se situant à 14 % par rapport à 12,5 % pour l'exercice financier précédent, et le financement provenant des partenaires étrangers s'établissant à 16 % en regard du dernier exercice qui affichait une participation de 3 %.

D'un point de vue administratif, le nouveau programme a été conçu pour être plus efficace, les délais relatifs à la prise de décision étant en phase avec les cycles de production de l'industrie. On s'attend à ce que l'apport du marché continue de croître avec la mise en vigueur du nouveau volet accéléré en 2014-2015, qui a été mis au point à la suite de multiples consultations avec l'industrie. Le **volet accéléré**, qui remplacera les enveloppes à la performance de l'aide à la production, répond davantage aux exigences financières de la production cinématographique, en plus d'être plus flexible en termes d'engagements financiers et de réduire les délais de la prise de décision.

- Le **Programme de mise en marché** a aussi été modifié pour mieux répondre aux grands objectifs que représentent l'atteinte des auditoires et la stimulation de la demande pour du contenu canadien. Le programme est maintenant mieux adapté au marché en constante évolution, soutenant un éventail plus large de requérants et de dépenses admissibles afin d'inclure les plateformes numériques. De plus, afin d'améliorer les gains d'efficacité et le service aux clients, les anciens programmes d'aide à la mise en marché, de distribution alternative, d'aide au doublage et au sous-titrage ainsi que Web-Ciné 360 ont été fusionnés en un seul Programme de mise en marché. En 2014-2015, d'autres améliorations seront apportées au Programme de mise en marché à la suite des commentaires recueillis auprès des intervenants de l'industrie dans le cadre de consultations. Les enveloppes à la performance de l'aide à la mise en marché seront éliminées et les processus seront davantage simplifiés pour mieux soutenir les films.
- Téléfilm a également ajouté un nouveau volet au **Programme de production à micro-budget** pour assurer le financement d'un maximum de trois projets par année réalisés par des membres des communautés autochtones. Ce nouveau volet vise à accroître le soutien aux créateurs autochtones émergents, à augmenter leur visibilité et à améliorer l'accès à leurs films grâce à une contribution financière non remboursable d'un maximum de 120 000 \$ par projet. Avant l'ajout de ce nouveau volet, le programme a été reconnu par le gouvernement du Canada dans son [Rapport annuel sur l'application de la Loi sur le multiculturalisme canadien 2012-2013](#).
- Téléfilm et **Corus Entertainment** ont lancé une nouvelle initiative pilote commune, le **Fonds de production de longs métrages pour la famille**, conçue pour encourager la production de films d'action réelle de langue anglaise s'adressant à la famille et destinés aux salles de cinéma. Le Fonds contribuera à financer jusqu'à deux films de langue anglaise pour la famille chaque année, avec des budgets de production se situant entre 3,5 et 5 millions de dollars. En outre, Téléfilm est fière d'annoncer que le **Programme pour le long métrage documentaire** a été renouvelé, le financement étant accordé en partenariat avec le **Groupe de Fonds Rogers**.

9. De façon générale, les projets dotés de budgets moins élevés (moins de 2,5 millions de dollars) ne sont pas tenus d'obtenir une participation du marché.

10. Consulter la section Renseignements supplémentaires pour en savoir plus.

Les **coproductions régies par des traités** représentent également pour les producteurs canadiens une importante source de financement en provenance de l'étranger. De solides résultats ont été enregistrés en 2013-2014, 14 coproductions réalisées avec neuf pays partenaires ayant été financées par Téléfilm.

Dirigé par un comité consultatif formé de huit chefs de file du monde des affaires et du secteur communautaire de l'ensemble du pays, le **Fonds des talents** permettra à Téléfilm d'augmenter le financement offert aux cinéastes canadiens. À la suite de l'acquisition d'Astral Media, et conformément aux avantages tangibles du CRTC, Bell Média et Corus Entertainment ont annoncé leur intention d'injecter 13,7 millions de dollars dans le Fonds des talents sur une période de sept ans, à compter de l'exercice financier 2014-2015. En 2014-2015, le Fonds des talents est en bonne position pour accroître les dons provenant des entreprises, des fondations et des particuliers, afin de contribuer au développement et à la promotion des talents canadiens. (Pour en savoir plus sur le Fonds des talents, consulter la section Renseignements supplémentaires.)

## DÉVELOPPER NOTRE RÔLE DE PROMOTEUR

En 2013-2014, le virage entrepris par Téléfilm vers la promotion s'est poursuivi, l'accent ayant été mis sur l'atteinte des auditoires et des initiatives de promotion s'adressant directement aux consommateurs. Téléfilm a continué à travailler de concert avec l'industrie audiovisuelle de même qu'avec des partenaires des secteurs privé et public afin de maximiser l'impact de ses efforts promotionnels et de s'assurer que le succès des talents canadiens rayonne au pays comme à l'étranger. Les initiatives de l'exercice 2013-2014 sont les suivantes :

### – Promotion interentreprises

Téléfilm a assuré une promotion dynamique des talents canadiens lors de 29 festivals internationaux, incluant Cannes, Berlin et le TIFF, et dans le cadre de marchés de contenus comme le MIPCOM et le MIPTV, afin d'optimiser la reconnaissance des talents et l'exploitation commerciale. Sur la scène internationale, les talents canadiens ont brillé de mille feux, leurs films ayant été sélectionnés par 74 festivals internationaux où ils ont remporté 40 prix, suscitant énormément d'intérêt et engendrant des occasions de ventes dans le monde entier. Outre les sélections officielles dans des festivals, des événements portant la marque de Téléfilm, dont Talents en vue, Talent tout court et Perspective Canada, ont été organisés pour renforcer la notoriété des talents canadiens. Au Canada, Téléfilm a soutenu financièrement 43 festivals et 66 événements promotionnels qui ont servi de tremplins pour les films. De plus, en 2013-2014, le Canada a célébré le 10<sup>e</sup> anniversaire de Canadian Front, une vitrine annuelle de nouveaux films canadiens présentée au Museum of Modern Art (MoMA) de New York. L'événement comprenait cette année un hommage à Xavier Dolan ainsi que l'initiative pré-festival Eye on TIFF, mettant en vedette 10 nouveaux réalisateurs canadiens.

### – Promotion entreprise-consommateur

Téléfilm a collaboré avec des partenaires des secteurs privé et public pour attirer davantage l'attention des consommateurs sur les talents canadiens en 2013-2014. Au nombre des événements organisés par Téléfilm avec des partenaires, mentionnons le Birks Diamond Tribute to the Year's Women in Film présenté au Festival international du film de Toronto 2013, Le jour le plus Court, une grande fête durant laquelle des courts métrages canadiens ont été projetés gratuitement d'un bout à l'autre du pays, et Canada's Stars of the Awards Season, un événement ayant eu lieu à Los Angeles durant les Oscars.

Les festivals de films canadiens et les événements financés par Téléfilm ont également permis aux auditoires de l'ensemble du pays de voir des films et de rencontrer des talents dans des circonstances emballantes. Citons par exemple les deux projections avec Tapis rouge commanditées par Téléfilm et le Fonds des médias du Canada pour marquer l'ouverture du St. John's International Women's Film Festival et du Festival international du film de Calgary.

Lors de l'édition du 25<sup>e</sup> anniversaire du Festival international du film de Palm Springs, le Canada était le pays en vedette avec 13 films canadiens faisant partie de la sélection.



11. Nommée ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles le 15 juillet 2013.

Téléfilm a également collaboré avec l'honorable Shelly Glover<sup>11</sup>, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, et son prédécesseur, l'honorable James Moore, pour présenter trois éditions des Soirées cinéma au Canada aux parlementaires à Ottawa durant l'exercice financier 2013-2014. Ces événements offrent aux représentants du gouvernement travaillant dans la capitale nationale l'occasion de découvrir les talents exceptionnels de l'industrie audiovisuelle canadienne.

– **Communications et image de marque**

Pour que le succès de l'industrie canadienne du cinéma trouve un écho auprès des auditoires canadiens et internationaux, des stratégies de communication axées sur les consommateurs ont été élaborées en complément à la stratégie événementielle. Des tactiques de relations proactives avec les médias, incluant des « junkets » pour la presse, des projections pour les journalistes et des séances de questions avec les talents, ont permis à l'industrie audiovisuelle canadienne de jouir d'une forte visibilité auprès des médias tout au long de l'exercice 2013-2014. L'un des faits saillants de la couverture médiatique fut la publication de l'article du *New York Times* intitulé « National Pride on the Screen – Canadian Films Reaping Festival Awards and Oscar Nods », qui encensait l'industrie canadienne du cinéma. Du côté des médias sociaux, les voies de communication privilégiées ont été [Twitter](#), [Facebook](#) et, une nouveauté en 2013-2014, [Google+](#), où la page de Téléfilm s'est classée parmi les 15 marques les plus populaires au Canada. Pour renforcer l'engagement sur les plateformes des médias sociaux, du contenu original a été créé et partagé, notamment la série de vidéos *Talent mur à mur*, où des personnalités canadiennes partagent leur amour du cinéma canadien. Téléfilm a également créé des occasions de promotion croisée sur les médias sociaux avec des partenaires comme l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, le Festival international du film de Toronto et la station de radio montréalaise CKOI, dans le but d'augmenter l'impact de ses efforts promotionnels en ligne.

De nouvelles marques créées en collaboration avec des partenaires ont été dévoilées en 2013-2014, dont *Vue sur le Canada*, ayant pour but de regrouper toutes les initiatives entourant la promotion du contenu canadien, et *See Big. Voir Grand*, la signature visuelle des talents canadiens sur la scène internationale. Fait à noter, la marque *See Big. Voir Grand* a été reconnue comme la meilleure identité visuelle à la 17<sup>e</sup> édition du Concours Grafika à Montréal, de même qu'au Communication Arts' 2014 Typography Annual à New York.

– **Des partenariats pour l'avenir**

Durant le prochain cycle d'activités 2015-2018, nous garderons le cap sur l'atteinte des auditoires au pays comme à l'étranger. La stratégie de promotion événementielle se poursuivra en 2014-2015, et de nouvelles initiatives seront ajoutées afin de rejoindre le plus grand nombre de cinéphiles possible. La couverture médiatique traditionnelle et les médias sociaux nous permettront d'accroître l'impact de nos messages stratégiques, et grâce à nos partenaires Cineplex, Rogers VOD, Air Canada et Hollywood Suite, la série *Talent mur à mur* sera diffusée auprès d'un plus large public sur l'ensemble du marché national. En 2013-2014, Téléfilm, la SODEC et IPEDA Mundus<sup>12</sup> ont également conjugué leurs efforts pour créer un projet pilote en complément à la 17<sup>e</sup> édition de l'événement Cinéma du Québec à Paris, où de nombreux films québécois ont été lancés sur des plateformes en ligne au sein du marché européen. Téléfilm a également collaboré avec Unifrance pour la dernière édition de My French Film Festival, un festival de films francophones en ligne accessible dans 189 pays, pour contribuer à faire connaître les talents canadiens auprès de nouveaux auditoires internationaux. Deux films canadiens ont été sélectionnés, soit *Avant que mon cœur bascule* de Sébastien Rose et *Chef de meute*, un court métrage de Chloé Robichaud. Nous poursuivrons à l'avenir des initiatives similaires conçues pour encourager l'expérimentation en distribution numérique.

Les partenariats sont un élément clé de la stratégie de promotion de Téléfilm, dont les résultats se mesurent par le ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm, qui est un indicateur de la performance des initiatives de promotion. Le ratio a augmenté au fil du temps : durant l'exercice financier 2013-2014, pour chaque dollar investi par Téléfilm, la participation du secteur privé a été de 2,30 \$. Téléfilm continuera à chercher de nouveaux partenaires, au pays comme sur la scène internationale, afin de maximiser la notoriété du succès des Canadiens dans l'industrie audiovisuelle.

Téléfilm maintiendra les partenariats qu'elle a créés et cherchera de nouveaux collaborateurs pour renforcer la visibilité du cinéma canadien.



12. Le projet IPEDA Mundus est coordonné par l'association européenne IPEDA avec le soutien de plusieurs organismes, dont Under The Milky Way (UMW). IPEDA Mundus coordonne la distribution d'œuvres européennes à l'échelle internationale et cherche à introduire des films canadiens et/ou québécois sur le marché européen.

## DEVENIR UNE SOURCE DE RÉFÉRENCE EN PRODUISANT ET EN PARTAGEANT DE L'INFORMATION CLÉ SUR L'INDUSTRIE

Nous avons un rôle important à jouer dans la collecte, l'analyse et la communication de renseignements utiles à l'industrie. Agissant comme un catalyseur des progrès de l'industrie, nous développons et soutenons une approche novatrice dans des domaines qui touchent l'industrie dans son ensemble :

- Conformément à son principal objectif qui est de stimuler la demande pour du contenu canadien, Téléfilm a orienté ses activités de recherche de manière à fournir à l'industrie de l'information sur les consommateurs canadiens. Téléfilm a mené une étude de consommation approfondie dont elle a communiqué les résultats à des groupes de travail de l'industrie, ce qui a engendré la création d'un panel à Prime Time à Ottawa intitulé *Understanding Canadian Film Consumers*. De plus, les résultats de l'étude ont été publiés dans le *Toronto Star*, *Qui fait Quoi* et *The Hollywood Reporter*. Téléfilm a aussi diffusé l'information sur son [site Web](#) et déclenché une discussion sur sa page [LinkedIn](#).
- Durant l'exercice 2013-2014, Téléfilm a joué un rôle de premier plan dans la création d'un nouveau laboratoire de réflexion avec le FMC, la SODEC et l'Office national du film du Canada (ONF). La collaboration du groupe portera sur des projets de recherche ponctuels et les quatre organismes se rencontreront régulièrement pour discuter de questions touchant l'industrie et d'opportunités.
- L'Indice de réussite de Téléfilm a continué de susciter l'intérêt d'organismes de financement cinématographique du monde entier. Plusieurs pays réfléchissent à la possibilité d'adopter une mesure similaire utilisant plusieurs critères pour évaluer le succès des productions.
- En 2014-2015, le nouveau plan d'entreprise qui définira l'orientation stratégique de Téléfilm pour les années 2015-2018 sera élaboré et finalisé. De l'information commerciale sera utilisée pour alimenter la réflexion qui déterminera la nouvelle vision stratégique de l'organisation. Une étude quantitative menée en collaboration avec le [Centre d'études sur les médias](#), et des groupes de discussion qualitatifs, dirigés en partenariat avec le FMC et la SODEC, permettront à Téléfilm d'approfondir sa compréhension du comportement du consommateur en termes de consommation de contenu. Téléfilm s'est également engagée à apporter son soutien à Hot Docs par le biais d'une étude sur le visionnement de documentaires au Canada. Téléfilm est également ravie de mener un projet expérimental en collaboration avec [Curvize](#), où des données en ligne seront utilisées pour évaluer l'accessibilité des films canadiens et pour savoir comment l'industrie est perçue. Enfin, au cours de la prochaine année, Téléfilm cherchera de nouveaux partenaires de recherche parmi les organismes de financement provinciaux, des associations et des établissements d'enseignement du Canada afin de compléter le travail mené actuellement avec la SODEC, le FMC, l'ONF, le Centre d'études sur les médias et HEC Montréal.

Téléfilm réalisera des économies de 28 % en dépenses de loyer suite à la relocalisation de ses bureaux de Vancouver et de Halifax, en réduisant leur superficie et en partageant des locaux avec la Canadian Broadcasting Corporation (à Vancouver).

## RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE DE TÉLÉFILM

Dans sa poursuite constante de l'excellence organisationnelle, Téléfilm a obtenu des résultats remarquables grâce à un contrôle rigoureux de ses dépenses. Nos chiffres témoignent de la capacité de l'organisation à gérer les fonds publics de manière efficiente malgré des conditions économiques difficiles :

- Téléfilm a mis en application le *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012*, et a remis au gouvernement fédéral la somme de 3,3 millions de dollars;
- Nos frais d'administration ont diminué de 10 % au cours des trois derniers exercices financiers, avec une réduction de 5 % en 2013-2014 seulement;
- Le ratio de frais de gestion a été maintenu à 5,8 %, ce qui nous a permis d'allouer un montant maximal au financement des programmes;
- Au cours des trois derniers exercices financiers, un montant cumulatif de 4,5 millions de dollars provenant d'économies budgétaires administratives a été transféré aux programmes de financement, dont 0,8 million de dollars en 2013-2014.

D'un point de vue opérationnel, Téléfilm s'efforce de faire preuve d'efficacité dans l'administration et la mise en œuvre des programmes :

- Dans l'exécution des programmes de financement, les niveaux de satisfaction des clients sont d'une importance capitale. La satisfaction à l'égard du service à la clientèle a été mesurée durant l'exercice financier, et 86 % des clients se sont dits satisfaits, un taux qui dépasse de loin la cible de 80 % établie par l'organisation.
- Assurer l'engagement des employés est impératif si l'on veut atteindre nos objectifs et continuer d'offrir à nos clients des services de qualité. En 2013-2014, les services d'Aon Hewitt ont été retenus pour mener notre tout premier sondage sur l'engagement des employés, auquel 93 % de la main-d'œuvre a participé. Les résultats du sondage étaient inférieurs à nos attentes, 40 % des employés se disant engagés. Ces résultats s'expliquent en partie par les défis occasionnés par les conditions de travail changeantes et les réductions de main-d'œuvre ayant eu cours à Téléfilm depuis les dernières années. La direction utilisera les résultats du sondage pour prendre des mesures de correction et évaluer les progrès réalisés par la suite.
- Téléfilm est heureuse d'annoncer que le FMC est à négocier le renouvellement de son entente de services pour une période de trois ans. De plus, Téléfilm a atteint l'objectif du FMC quant à la réduction des coûts, ce qui a donné lieu à une diminution de 3,3 % des dépenses découlant de la livraison des programmes.
- Afin de mesurer la performance administrative, plusieurs audits internes et externes ont été menées. Aucune lacune importante n'a été identifiée.
- Enfin, le Rapport annuel 2012-2013 de Téléfilm a remporté le bronze dans la catégorie design de rapports annuels en ligne à l'édition [2014 des Astrid Awards](#).

En hommage à l'excellence, Madame Carole Brabant a été nommée Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec, un honneur décerné aux CPA d'exception qui se sont distingués dans leur sphère d'influence respective. Cette reconnaissance a été accordée à Madame Brabant pour l'ensemble de son travail à Téléfilm Canada.

Pour l'exercice financier 2014-2015, Téléfilm prévoit que le ratio de frais de gestion diminuera à 5,7 %. Téléfilm répondra également aux exigences de la troisième et dernière année du *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012* en remettant la somme de 4,5 millions de dollars au gouvernement fédéral. La satisfaction des clients demeurera une priorité. Un processus d'évaluation continu et des consultations auprès des clients nous aideront à assurer que les niveaux de satisfaction demeurent élevés. Enfin, un plan d'action sera mis en application pour rehausser le niveau d'engagement des employés qui sera mesuré de façon continue pour nous permettre d'évaluer les résultats.

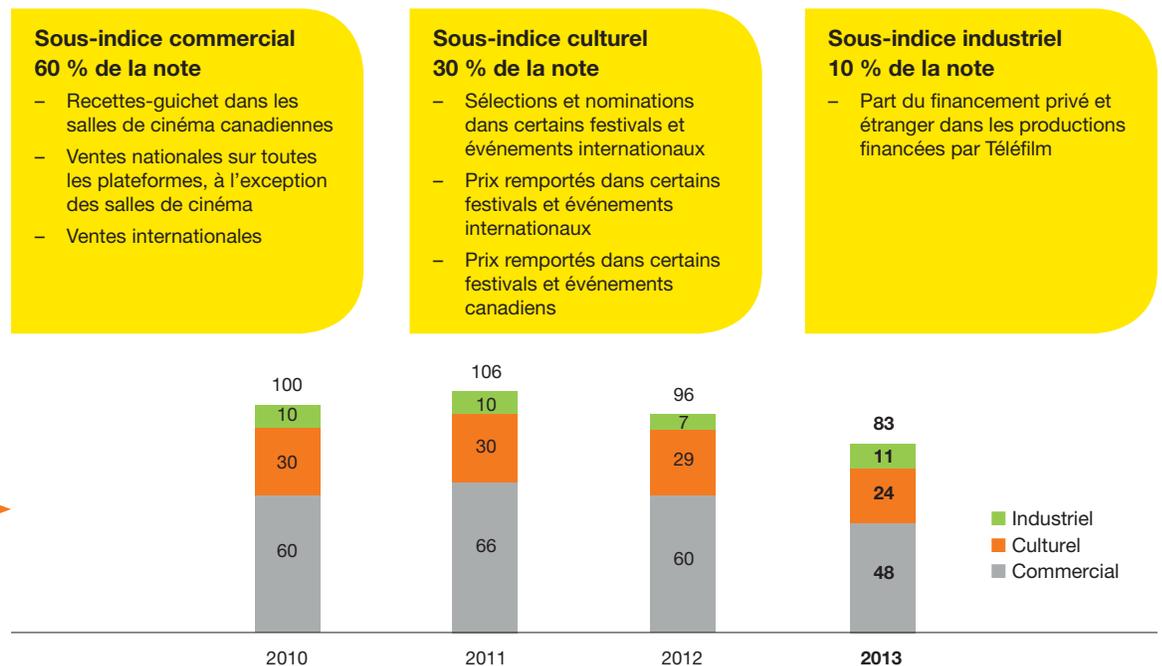
# OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

## MESURER LE SUCCÈS DU PORTEFEUILLE DE FILMS FINANCÉS PAR TÉLÉFILM

### L'Indice de réussite

Dans le cadre de son plan d'entreprise 2011-2015, Téléfilm s'est engagée à développer une mesure du succès plus complète tenant compte d'autres facteurs en plus des recettes-guichet. En 2011-2012, l'organisation procédait au lancement de l'Indice de réussite, un indicateur clé de performance permettant de mesurer les changements dans le succès global des films financés par Téléfilm d'une année à l'autre, à partir d'une base de référence établie en 2010. Il s'agit d'une mesure exhaustive qui prend en considération trois types de succès : commercial, culturel et industriel. L'Indice de réussite est calculé annuellement<sup>13</sup>, et il correspond à la somme de trois sous-indices pondérés :

En 2013-2014, l'organisation a amélioré la méthodologie utilisée pour recueillir de l'information. Par conséquent, certains chiffres ont été redressés. De plus, le calcul du sous-indice culturel a été perfectionné pour mieux tenir compte du prestige et de l'importance des festivals étrangers. Pour en savoir plus sur les festivals et leur valeur relative, consulter la grille de pointage complète des festivals de l'Indice de réussite.



Le sous-indice commercial de l'Indice de réussite a régressé en 2013<sup>14</sup> en raison d'une diminution des recettes-guichet nationales et des ventes internationales comparativement aux trois exercices financiers précédents. Certains films ont connu beaucoup de succès au cinéma, notamment *Louis Cyr*, *Les Pee-Wee 3D*, *Il était une fois les Boys*, *Gabrielle* et *Mama*. Cependant, les résultats globaux sont inférieurs à ceux des années précédentes. Les ventes nationales, englobant toutes les plateformes à l'exception des salles de cinéma, sont demeurées stables durant la période. Le sous-indice culturel a également connu une baisse, les films canadiens faisant partie du portefeuille de Téléfilm ayant fait l'objet de moins de sélections et ayant remporté moins de prix sur la scène internationale.

Le sous-indice industriel a augmenté en 2013 en raison d'une hausse marquée de la part du financement provenant du secteur privé et de l'étranger dans les budgets totaux des films financés par Téléfilm. La part totale du financement privé et étranger a augmenté de 50,4 millions de dollars. L'année a été particulièrement bonne pour les coproductions canadiennes majoritaires régies par des traités, neuf longs métrages ayant été financés en 2013-2014 comparativement à deux seulement en 2012-2013. Par conséquent, le financement étranger a augmenté de 35,9 millions de dollars. La hausse des sources de financement privé a également contribué à ces gains, avec une croissance de 14,5 millions de dollars. Ce résultat est attribuable en partie aux principes directeurs du nouveau Programme d'aide à la production de Téléfilm qui encouragent l'augmentation du financement privé et la participation du marché.

13. Le calcul du sous-indice culturel a été modifié durant le présent exercice financier; les chiffres comparatifs ont été redressés en conséquence.

14. Le calcul du sous-indice commercial est basé sur les chiffres de l'année civile (c.-à-d. de janvier à décembre).

## STIMULER LA DEMANDE POUR DU CONTENU CANADIEN

Outre l'Indice de réussite, Téléfilm a établi des indicateurs clés de performance qui sont alignés sur son plan d'entreprise 2011-2015 et sur ses quatre piliers stratégiques. Ces indicateurs permettent à la direction de mesurer ses résultats de façon continue et d'assurer l'alignement stratégique de l'ensemble des activités opérationnelles de l'organisation. Voici les quatre piliers stratégiques et leurs indicateurs :

- **Maintenir et renforcer le rôle essentiel d'investisseur de Téléfilm**
  - **Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production** – Le financement de Téléfilm pour la production cinématographique agit comme un catalyseur du financement provenant d'autres sources. Cet indicateur permet à Téléfilm de mesurer son effet de levier pour encourager la croissance du financement en provenance d'autres sources, principalement le secteur privé, et accroître ainsi les fonds disponibles pour la production cinématographique et entraîner une hausse du nombre de production et des budgets.
- **Développer notre rôle de promoteur**
  - **Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans les initiatives de promotion** – En mesurant et en encourageant le financement du secteur privé dans les activités de promotion, l'effet de levier et l'impact global des efforts promotionnels de Téléfilm augmenteront au fil du temps et stimuleront la demande pour du contenu canadien.
  - **Indice d'accessibilité** – Faciliter l'accès au contenu canadien est essentiel pour qu'une demande accrue des auditoires se traduise par un engagement des auditoires. Mesurer l'accès constitue donc un élément important d'une stratégie globale visant à augmenter les auditoires canadiens, à multiplier les occasions de voir du contenu canadien et à générer des initiatives promotionnelles.
  - **Niveau de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens** – Promouvoir les talents et les succès canadiens et en assurer la notoriété représentent une étape clé dans la stimulation de la demande pour du contenu canadien.
- **Devenir une source de référence en produisant et en partageant de l'information clé sur l'industrie**
  - Ce pilier stratégique a été conçu pour fournir de l'information clé autant à l'industrie qu'à Téléfilm dans le but d'encourager une culture d'amélioration continue. Aucun indicateur de performance ne lui est associé. Il s'agit plutôt d'un projet permanent de l'organisation.
- **Renforcer l'excellence organisationnelle de Téléfilm**
  - **Indice de l'engagement des employés** – Obtenir l'engagement du personnel est un élément essentiel de la prestation des services aux clients, de l'administration des programmes et de la promotion de l'industrie.
  - **Pourcentage de clients satisfaits** – En tant qu'organisation desservant une clientèle, la satisfaction des clients est d'une importance capitale si nous voulons atteindre l'excellence et assurer que nos programmes sont en phase avec les besoins de l'industrie audiovisuelle.
  - **Ratio de frais de gestion (RFG)** – Une mise en œuvre efficace des programmes représente un élément essentiel de l'excellence organisationnelle et nous permet de maximiser le financement disponible pour la production, le développement, la mise en marché et la promotion des films.

## INDICATEURS DE PERFORMANCE

### THÈME : MOBILISER LES PARTENAIRES

#### Objectif : Augmenter la part de financement du secteur privé pour soutenir la production cinématographique

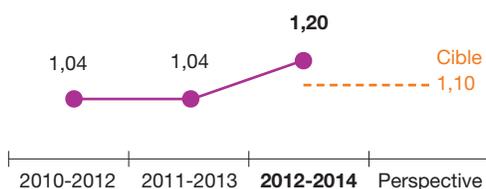
Indicateur :

Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production cinématographique

Mesure :

Ratio entre le montant total du financement provenant de sources du secteur privé<sup>15</sup> et le montant total du financement offert par Téléfilm

Résultats :



Le ratio a atteint 1.2:1 en 2013-2014, ce qui signifie que chaque dollar investi par Téléfilm a généré 1,20 \$ de financement privé dans les budgets de production.

La croissance provient des contributions des distributeurs et des exportateurs qui se situent à 14 %, par rapport à 12,5 % pour l'exercice financier précédent, et des investissements des partenaires étrangers qui s'élèvent à 16 %, comparativement à 3 % pour l'exercice financier précédent.

Les exigences en matière de participation du marché du nouveau Programme d'aide à la production ont alimenté cette croissance, et le nouveau volet accéléré contribuera à la hausse du ratio dans les années à venir.

#### Objectif : Financer les initiatives de promotion par des partenariats

Indicateur :

Ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans les initiatives de promotion

Mesure :

Ratio entre le financement du secteur privé et le financement de Téléfilm pour les initiatives de promotion

Résultats :



Le ratio de 2.3:1 atteint en 2013-2014 signifie que chaque dollar investi par Téléfilm dans les efforts promotionnels a généré 2,30 \$ de financement du secteur privé.

Ce niveau augmente au fil du temps : la hausse de 10 % par rapport aux chiffres de 2012-2013 est largement attribuable aux changements apportés aux nouveaux programmes de financement qui exigent que les festivals de films canadiens financés par Téléfilm trouvent d'autres sources de financement auprès du secteur privé.

Cibler la croissance du montant du financement privé dans les événements promotionnels organisés par Téléfilm fera en sorte que ce ratio augmentera davantage.

15. Télédiffuseurs, investisseurs privés, distributeurs et exportateurs, et investisseurs étrangers.

## THÈME : AUGMENTER LA CONSOMMATION DE CONTENU AUDIOVISUEL CANADIEN

### Objectif : Accroître l'accessibilité du contenu canadien

Indicateur :

Temps d'écran à la télévision et part des écrans de cinéma

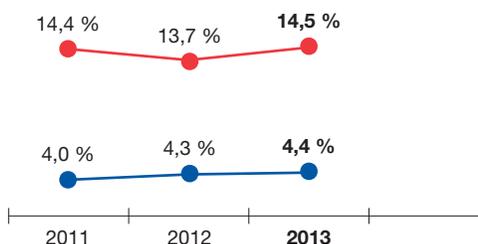
● Mesure 1 : Télévision

Temps total alloué à la télédiffusion de longs métrages canadiens sur les réseaux de télévision canadiens vs l'ensemble des films télédiffusés

● Mesure 2 : Cinéma

Part des écrans occupée par les longs métrages canadiens sur les écrans de cinéma vs les films de toutes les origines (incluant les films canadiens)

Résultats :



L'accès aux films canadiens a légèrement augmenté à la télévision et au cinéma en 2013<sup>16</sup>.

De plus, Téléfilm mène une recherche pour évaluer l'accessibilité sur les plateformes en ligne, incluant Cineplex Store, iTunes, Netflix et Club Illico Illimité.

Avec les modifications prévues au Programme de mise en marché en 2014-2015, Téléfilm encouragera les cinéastes à accroître l'accessibilité de leurs films sur les plateformes en ligne en plus des médias traditionnels. Au sein de l'organisation, les efforts se poursuivront pour continuer à développer des mesures permanentes permettant d'évaluer l'accessibilité sur différentes plateformes en ligne.

### Objectif : Accroître la notoriété des films canadiens auprès des Canadiens

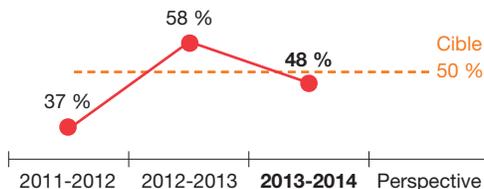
Indicateur :

Niveau de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens

● Mesure :

Pourcentage de Canadiens sondés ayant réussi à nommer un film canadien

Résultats :



Les tendances indiquent que les niveaux de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens sont sur la bonne voie pour atteindre la cible de 50 % établie par Téléfilm pour l'exercice financier 2014-2015. Cela signifie que les efforts promotionnels menés par l'industrie et par Téléfilm pour tenir les Canadiens au courant du succès des talents canadiens commencent à porter leurs fruits<sup>17</sup>.

En 2014-2015, d'autres efforts promotionnels seront déployés auprès des auditoires canadiens pour augmenter davantage le niveau de notoriété des productions canadiennes.

16. Les mesures pour le cinéma et la télévision sont basées sur l'année civile 2013.

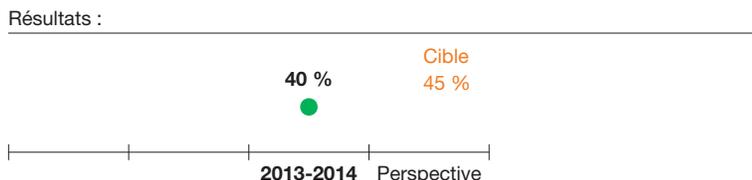
17. En raison de changements apportés à la méthodologie, les résultats de 2013-2014 ont régressé par rapport aux niveaux de notoriété enregistrés en 2012-2013.

## THÈME : RENFORCER L'EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

### Objectif : Assurer l'engagement des employés

Indicateur :  
 Indice de l'engagement  
 des employés

Mesure :  
 Pourcentage de répondants ayant  
 indiqué un taux de satisfaction  
 moyen de 4,5 ou plus sur une  
 échelle de 1 à 6



Téléfilm a fait appel aux services d'Aon Hewitt pour mener son premier sondage sur l'engagement des employés en 2013-2014, avec un taux de participation de 93 % du personnel.

Les résultats indiquent que 40 % des employés sont considérés comme engagés, un bas pointage en comparaison du point de référence fourni par Aon Hewitt.

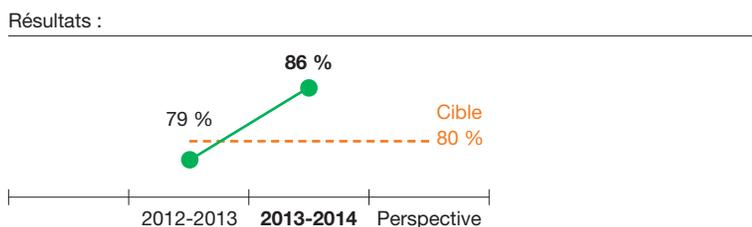
Au cours des dernières années, l'organisation a remanié ses programmes de financement et réalisé des gains d'efficacité en adoptant de nouveaux processus, en réduisant ses effectifs et en mettant en application des mesures de compression des coûts. Ces changements ont pu avoir une incidence sur les résultats de 2013-2014 concernant l'engagement des employés.

Assurer l'engagement des employés est une priorité, et c'est pourquoi un plan d'action comprenant des mesures correctives sera adopté en 2014-2015.

### Objectif : Augmenter le pourcentage de clients satisfaits

Indicateur :  
 Pourcentage de clients satisfaits

Mesure :  
 Pourcentage de clients de Téléfilm  
 sondés ayant déclaré être satisfaits  
 de leur expérience globale



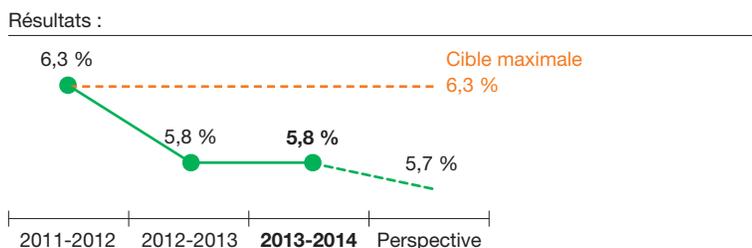
Les cibles ont été dépassées en 2013-2014, 86 % des clients se disant satisfaits de leur expérience globale à Téléfilm. L'élément clé derrière ce résultat est le service aux clients offert par les employés de Téléfilm.

Une formation continue offerte aux employés concernant les changements aux programmes et des améliorations apportées aux outils en ligne pour faciliter le processus de dépôt des demandes appuieront nos efforts en vue de maintenir les niveaux du service à la clientèle. Téléfilm continuera à sonder les clients et élargira la portée de ses sondages pour inclure les requérants dont la demande a été refusée et ceux qui ont demandé à obtenir une recommandation pour leur projet de coproduction régie par un traité.

### Objectif : Gérer de manière efficiente

Indicateur :  
 Ratio de frais de gestion

Mesure :  
 Frais de fonctionnement et  
 d'administration en pourcentage  
 des dépenses des programmes<sup>18</sup>



Grâce aux mesures financières en place, le ratio de frais de gestion de Téléfilm, se situant à 5,8 %, est demeuré bien en dessous du niveau maximal fixé à 6,3 %.

Il est important pour Téléfilm d'exercer ses activités de manière efficiente puisque cela lui garantit qu'un maximum de fonds pourra être alloué au financement des programmes.

À l'avenir, Téléfilm continuera de faire preuve de responsabilité financière et prévoit que le ratio de frais de gestion restera inférieur au niveau ciblé.

18. Les dépenses des programmes comprennent les dépenses de Téléfilm liées au soutien de l'industrie et les programmes de financement du FMC (354,5 M\$) qui ne sont pas inclus dans nos états financiers.

# REVUE FINANCIÈRE

La présente revue financière fournit de l'information complémentaire aux états financiers vérifiés et permet une analyse des résultats par rapport aux montants budgétisés et aux résultats de l'exercice précédent, en présentant également la perspective financière pour l'exercice 2014-2015. Tous les chiffres sont arrondis<sup>19</sup>.

## DÉPENSES LIÉES AU SOUTIEN DE L'INDUSTRIE

La Société réalise sa mission, notamment en investissant dans le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne, et par le biais d'activités visant le soutien promotionnel au contenu canadien, au Canada et à l'étranger.

En millions de dollars	Perspective 2014-2015	Budget	2013-2014	2012-2013	Écart %	
					Budget	Exercice précédent
Production	59,8	66,1	65,1	65,5	1	(1)
Développement	7,8	6,0	9,2	9,2	(53)	(1)
	67,6	72,1	74,3	74,7	(3)	(1)
Mise en marché	11,3	10,2	9,1	13,2	11	(31)
Promotion	6,9	6,9	6,3	6,4	9	(2)
Événements internationaux	2,2	2,3	2,5	2,6	(9)	(1)
	20,4	19,4	17,9	22,2	8	(19)
	88,0	91,5	92,2	96,9	(1)	(5)

Téléfilm soutient les sociétés de production créatrices de la cinématographie canadienne à l'aide de ses programmes d'aide financière attirés au développement et à la production de longs métrages canadiens. Nos financements en production de films ont atteint 65,1 millions de dollars pour l'exercice 2013-2014 et représentent notre poste de dépense le plus important, comptant pour 71 % de l'ensemble de notre appui financier. Ces sommes agissent à titre de catalyseur pour la plupart des 91 projets qui seront présentés à terme sur les écrans canadiens. Ces dépenses sont comparables au montant budgétisé et à notre résultat de l'exercice antérieur.

La Société a aussi financé 146 portefeuilles en développement de scénarios de films qui comprennent 306 projets. Les montants à l'appui de ces projets cumulent à 9,2 millions de dollars et présentent un dépassement budgétaire de l'ordre de 3,2 millions de dollars. D'une part, la Société a sous-évalué l'utilisation budgétaire discrétionnaire des sociétés de production détentrices d'enveloppes fondées sur la performance pour les projets en développement, et d'autre part, la Société a aussi autorisé un dépassement budgétaire pour pallier la demande excédentaire de l'industrie.

Par ailleurs, l'ensemble de notre aide financière pour les activités promotionnelles s'est élevé à 17,9 millions de dollars, ce qui représente une économie de 1,5 million de dollars en regard des montants budgétisés, et une baisse de 4,3 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent. Rappelons que le soutien promotionnel vise particulièrement à permettre l'amélioration de l'accès du public aux longs métrages et l'accroissement de la demande à l'égard des contenus canadiens. L'aide à la mise en marché est à la source des variations les plus significatives de nos activités de soutien promotionnel. Cette aide financière s'élève à 9,1 millions de dollars et affiche une économie budgétaire de 1,1 million de dollars. Aussi, ce niveau de dépenses est en retrait de 31 % par rapport à l'exercice précédent. Les sociétés de distribution détentrices d'enveloppes à la performance avaient été particulièrement actives en 2012-2013, alors que l'exercice courant a subi les contrecoups d'une réduction budgétaire et expérimenté une baisse, autant en termes du nombre de projets financés en mise en marché qu'en termes d'ampleur du financement octroyé aux projets.

L'exercice 2014-2015 présentera, pour sa part, une diminution budgétaire de l'ordre de 3,5 millions de dollars en comparaison de l'exercice 2013-2014. Cette baisse est attribuable à l'application des mesures de la troisième et dernière année du *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012*. Par ailleurs, le Fonds des talents offrira également son soutien à l'industrie par l'entremise du financement octroyé par Bell Média et Corus Entertainment. Cet appui à l'industrie s'élèvera à près de 2 millions de dollars et n'est pas tenu en compte dans les montants budgétisés.

19. Les écarts en pourcentage présentés sont calculés par l'entremise des états financiers établis en milliers de dollars.

## FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

Les frais de fonctionnement et d'administration représentent les dépenses encourues pour livrer nos programmes de financement, y compris ceux du FMC, et les frais liés aux activités corporatives inhérentes aux responsabilités dévolues à la Société.

En millions de dollars	Perspective	Budget	2013-2014	2012-2013	Écart %	
	2014-2015				Budget	Exercice précédent
Salaires	18,6	19,9	19,1	19,8	4	(4)
Location	1,8	1,9	1,9	1,9	0	(1)
Honoraires professionnels	2,1	2,2	1,5	1,7	30	(9)
Technologies de l'information	1,4	1,2	1,2	1,2	5	(7)
Amortissement	0,5	0,7	0,7	1,0	(2)	(29)
Frais de bureau	0,6	0,7	0,6	0,6	6	10
Voyages	0,6	0,6	0,5	0,6	14	(5)
Publications	0,3	0,3	0,3	0,2	25	13
	25,9	27,5	25,8	27,0	6	(5)

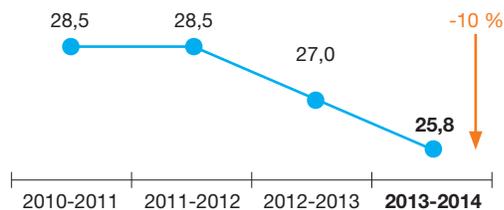
Les frais de fonctionnement et d'administration ont clôturé l'exercice à 25,8 millions de dollars. Il s'agit d'une performance appréciable, due notamment à la position d'économie en regard des dépenses anticipées, qui s'élèvent à 1,7 million de dollars, et à la baisse de 1,2 million de dollars en comparaison de l'exercice précédent. Pour l'exercice 2013-2014, nos économies proviennent principalement de notre masse salariale et de notre utilisation de services professionnels.

La Société planifie et utilise l'apport de services professionnels comme accélérateur des projets d'entreprise, lorsque pertinent. À cet égard, certains projets ont été effectués à l'aide de ressources internes alors que d'autres ont soit été reportés, soit réduits d'ampleur. Par ailleurs, le poste de l'amortissement affiche une baisse de 29 % qui témoigne de la fin de vie utile de certains logiciels informatiques. La Société a d'ailleurs entériné un plan de modernisation de ses infrastructures et de ses systèmes informatiques qui démarrera dès l'exercice 2014-2015.

L'ensemble des économies réalisées a permis à Téléfilm de transférer près de 0,8 million de dollars de budget administratif aux programmes de financement. De plus, la Société est bien positionnée pour l'exercice 2014-2015 et bénéficiera de frais payés d'avance administratifs s'élevant à plus d'un million de dollars. À titre de gestionnaire responsable, la Société s'est efforcée, au fil des exercices, à accroître son efficacité et à mettre de l'avant des mesures visant la réduction et la limitation de la croissance des coûts. Les résultats sont éloquentes et illustrent notre détermination à performer dans la livraison de nos programmes :

### Frais de fonctionnement et d'administration

(en millions de dollars)



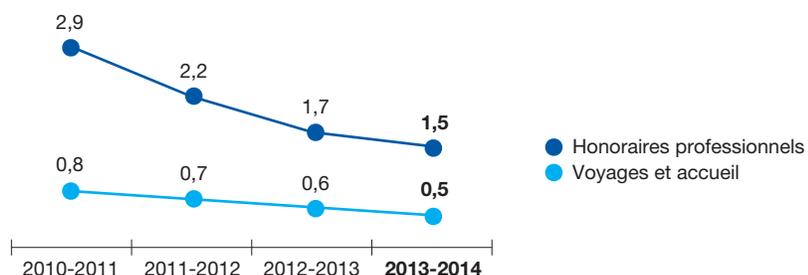
Notons qu'un cumul de 4,5 millions de dollars de financement administratif a été transféré aux programmes de financement au cours des trois derniers exercices.

La Société a réduit ses dépenses de 10 % au cours des trois derniers exercices.

En tant que société d'État fédérale, Téléfilm se conforme aux directives du Secrétariat du Conseil du Trésor et limite le recours aux honoraires professionnels et frais de voyage.

### Mesures de compression des coûts – Niveau des dépenses

(en millions de dollars)



Les honoraires professionnels et les frais de voyages sont respectivement en baisse de 46 % et de 36 % depuis l'exercice 2010-2011.

## FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS

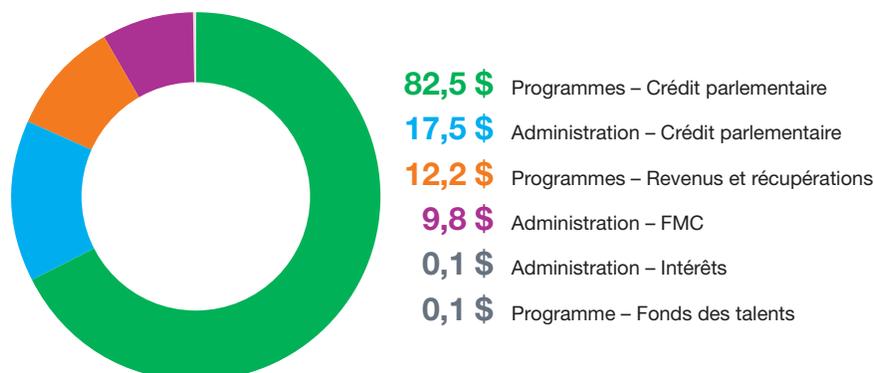
Nos revenus totaux s'élèvent à 122,2 millions de dollars et présentent une légère baisse de 3 % par rapport à l'exercice précédent. À cet égard, la Société avait anticipé cette diminution dans le cadre de la planification annuelle de ses activités.

En millions de dollars	Perspective 2014-2015	Budget	2013-2014	2012-2013	Écart %	
					Budget	Exercice précédent
Crédit parlementaire	95,5	99,9	100,0	103,0	0	(3)
Revenus d'investissements et récupérations	10,0	9,0	12,2	12,5	35	(3)
Honoraires de gestion provenant du FMC	10,0	10,1	9,8	10,1	(3)	(3)
Fonds des talents	–	0,7	0,1	–	(81)	272
Intérêts et autres revenus	0,1	0,1	0,1	0,2	(9)	(46)
	115,6	119,8	122,2	125,8	2	(3)

La source de financement principale de la Société est un crédit parlementaire qui s'élève à près de 100 millions de dollars. Celui-ci est en baisse de 3 millions de dollars par rapport au dernier exercice financier, en conséquence du *Plan de réduction des dépenses ministérielles du Budget 2012*. Notons qu'une réduction additionnelle de 4,5 millions de dollars est projetée pour le prochain exercice financier. Une autre source de financement essentielle à nos programmes provient des revenus d'investissements et récupérations découlant de l'exploitation des productions cinématographiques. Ces revenus fluctuent d'un exercice à l'autre, en raison de l'incertitude des entrées de fonds relatives à chaque film. Cet environnement volatil incite la Société à effectuer des prévisions conservatrices, d'où l'excédent de 35 % des revenus représentant 3,2 millions de dollars.

Par ailleurs, le Fonds des talents a réussi à recueillir pour 133 550 \$ de dons, alors que la Société anticipait pour l'exercice des revenus substantiels découlant d'une entente de financement. À juste titre, la Société a effectivement procédé à la ratification d'ententes de financement d'une durée de sept ans qui permettront au Fonds des talents de prendre son envol en 2014-2015.

### Répartition du financement gouvernemental et des revenus : 122,2 millions de dollars



## SITUATION FINANCIÈRE AU 31 MARS 2014

<i>En millions de dollars</i>	2013-2014	2012-2013	Écart %
<b>Actifs financiers</b>			
Montant à recevoir du Trésor	49,1	45,6	8
Trésorerie – Fonds des talents	0,2	–	372
Débiteurs	3,1	2,6	19
À recevoir – Fonds des médias du Canada	2,7	3,0	(9)
<b>Passifs financiers</b>			
Créditeurs et charges à payer	2,0	2,1	(2)
Prestations spéciales de cessation d'emploi	–	0,3	(100)
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	35,8	33,7	6
Passif au titre des avantages sociaux futurs	1,0	2,3	(56)
<b>Actifs financiers nets</b>	<b>16,3</b>	<b>12,8</b>	<b>28</b>
<b>Actifs non financiers</b>			
Immobilisations corporelles	1,8	1,6	15
Charges payées d'avance	2,2	1,7	25
<b>Excédent accumulé</b>	<b>20,3</b>	<b>16,1</b>	<b>26</b>

La situation financière de la Société s'est encore améliorée au cours de l'exercice, et celle-ci détient comme principal actif un montant à recevoir du Trésor de 49,1 millions de dollars. Ce montant est l'équivalent de notre encaisse. Ces liquidités sont notamment requises pour financer nos obligations relatives à nos programmes d'aide financière, c'est-à-dire nos engagements contractuels envers les sociétés de production et de distribution qui se chiffrent à 35,8 millions de dollars. Au 31 mars 2014, nos débiteurs atteignent 3,1 millions de dollars, en hausse de 0,5 million de dollars, soit 19 %. Cette augmentation provient des taxes à récupérer issues majoritairement de nos activités d'investissement.

Par ailleurs, conformément à l'ensemble des autres ministères et organismes fédéraux, et à la demande du Secrétariat du Conseil du Trésor, la Société a mis fin au cours de l'exercice au régime d'indemnités de départ auquel les employés avaient droit. Ainsi, cette mesure explique la baisse significative de 56 % de notre passif au titre des avantages sociaux futurs, qui se chiffre maintenant à 1 million de dollars, en baisse de 1,3 million de dollars en comparaison du solde de l'exercice précédent.

Nos actifs non financiers ont aussi fluctué, notamment ceux immobilisés où les éléments d'actifs capitalisés, tels que les améliorations locatives effectuées à nos bureaux de Vancouver et d'Halifax, ont été contrebalancés par la charge annuelle d'amortissement. Finalement, nos frais payés d'avance sont aussi à la hausse, particulièrement en raison de frais relatifs à un événement international qui aura lieu au cours du prochain exercice.

## FLUX DE TRÉSORERIE

<i>En millions de dollars</i>	2013-2014	2012-2013	Écart \$
Activités de fonctionnement	4,7	4,9	(0,2)
Activités d'investissement	(1,0)	(0,4)	(0,6)
Trésorerie au début	45,6	41,1	4,5
Trésorerie à la fin	49,3	45,6	3,7

La direction utilise la méthode indirecte pour présenter ses flux de trésorerie. Notre trésorerie a enregistré une hausse de 3,7 millions en 2013-2014 pour s'établir à 49,3 millions de dollars. Nos activités de fonctionnement ont influé positivement sur notre encaisse, particulièrement en raison d'une partie de nos revenus d'investissements et de récupérations toujours disponibles pour financer nos programmes d'aide à l'industrie. Pour ce qui est de nos activités d'investissement, ces achats en capital n'ont pas affecté négativement nos liquidités. Rappelons que l'ensemble de nos opérations bancaires est sous la gestion du Receveur général du Canada.

## SOMMAIRE DES DERNIERS EXERCICES

<i>En millions de dollars</i>	<b>2013-2014</b>	2012-2013	2011-2012	2010-2011
<b>RÉSULTATS</b>				
<b>Dépenses de support</b>				
Production	65,1	65,5	65,3	69,0
Développement	9,2	9,2	7,7	9,6
Formation	–	–	–	0,5
Mise en marché	9,1	13,2	13,6	14,7
Promotion	6,3	6,4	6,7	6,7
Événements internationaux	2,5	2,6	2,5	2,7
	<b>92,2</b>	96,9	95,8	103,2
<b>Frais de fonctionnement et d'administration</b>				
	<b>25,8</b>	27,0	28,5	28,5
<b>Financement gouvernemental et revenus</b>				
Crédit parlementaire	100,0	103,0	105,7	105,7
Revenus d'investissements et récupérations	12,2	12,5	11,6	9,5
Honoraires de gestion provenant du FMC	9,8	10,1	10,0	9,6
Fonds des talents	0,1	–	–	–
Intérêts et autres revenus	0,1	0,2	0,1	0,3
	<b>122,2</b>	125,8	127,4	125,1
<b>Excédent / (Déficit)</b>	<b>4,2</b>	1,9	3,1	(6,6)
<b>SITUATION FINANCIÈRE</b>				
<b>Actifs financiers</b>				
Montant à recevoir du Trésor	49,1	45,6	41,1	37,2
Trésorerie – Fonds des talents	0,2	–	–	–
Débiteurs	3,1	2,6	4,0	3,8
À recevoir – Fonds des médias du Canada	2,7	3,0	2,6	3,0
<b>Passifs financiers</b>				
Créditeurs et charges à payer	2,0	2,1	1,6	1,8
Prestations spéciales de cessation d'emploi	–	0,3	0,1	–
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	35,8	33,7	33,9	34,1
Passif au titre des avantages sociaux futurs	1,0	2,3	2,0	2,1
<b>Actifs financiers nets</b>	<b>16,3</b>	12,8	10,1	6,0
<b>Actifs non financiers</b>				
Immobilisations corporelles	1,8	1,6	2,2	3,3
Charges payées d'avance	2,2	1,7	1,9	1,8
<b>Excédent accumulé</b>	<b>20,3</b>	16,1	14,2	11,1

# GESTION DES RISQUES

Téléfilm a recours à une méthode de gestion des risques intégrée pour s'assurer que les risques sont pris en compte à tous les paliers et dans tous les services de l'organisation. Les risques sont évalués à toutes les étapes du cycle d'activité, du processus de planification stratégique jusqu'aux opérations courantes. Le comité de gestion de risques est présidé par la directrice générale et se compose de tous les membres du comité de direction. La directrice générale fait ensuite rapport au comité d'audit et des finances, un sous-comité du conseil d'administration (pour en savoir plus, consulter la section sur la Gouvernance). Le comité de gestion de risques est responsable de l'identification, de l'évaluation et de la hiérarchisation des risques, et veille à ce que des mesures d'atténuation appropriées soient en place. Le comité s'est réuni deux fois durant l'exercice financier.



## IDENTIFICATION DES RISQUES

Les risques sont identifiés et évalués en fonction des objectifs du plan d'entreprise, de l'orientation stratégique et des défis constants que Téléfilm doit relever dans son secteur d'activité. Les risques sont évalués de façon continue. Le comité de gestion de risques surveille actuellement une douzaine de risques divisés en quatre grandes catégories :

- Risques stratégiques : ceux qui peuvent entraver l'atteinte des objectifs de l'organisation;
- Risques opérationnels : ceux qui découlent d'une défaillance des processus, des systèmes ou des ressources humaines;
- Risques financiers : ceux qui sont associés aux pertes résultant d'inefficacités administratives; et
- Risques de conformité : ceux qui découlent du non-respect des lois et des règlements.

L'organisation a mis en évidence trois risques qui ont été suivis de près tout au long de l'exercice financier ainsi que les stratégies en vue de les atténuer :

### **Avoir suffisamment de ressources financières pour mettre en œuvre le plan d'entreprise**

Le principal rôle de Téléfilm est de soutenir financièrement le développement, la production et la promotion du contenu canadien. L'affectation des ressources financières aux différents programmes de financement doit être équilibrée et établie en fonction des objectifs stratégiques. Avec les réductions qui ont touché le crédit parlementaire de Téléfilm depuis les dernières années et les niveaux d'inflation qui entraînent une augmentation des coûts, Téléfilm a élaboré des stratégies lui permettant d'augmenter le financement disponible et d'atténuer les risques financiers.

Mesures d'atténuation :

- Le Fonds des talents, créé par Téléfilm pour inciter les entrepreneurs canadiens à soutenir l'industrie canadienne du cinéma par des contributions financières. L'objectif du Fonds est d'amasser 25 millions de dollars sur cinq ans pour financer les premières œuvres signées par de jeunes cinéastes de talent du Canada et soutenir les productions des cinéastes réputés dont les œuvres ont été récompensées. En 2014-2015, le Fonds des talents est bien placé pour accroître ses revenus, notamment grâce aux ententes de financement à venir avec Bell Média et Corus Entertainment.
- La refonte des programmes de financement pour assurer des gains d'efficacité et accroître l'investissement du marché dans les budgets de production des films financés par Téléfilm. Ces changements entraînent une augmentation du financement global alloué à la production et permettent à Téléfilm d'être plus efficace dans l'exécution des programmes, tout en maintenant ses frais d'administration à un niveau peu élevé. Le financement provenant des investisseurs du secteur privé a été intégré dans les indicateurs clés de performance de Téléfilm.

- La création de partenariats pour augmenter l'impact des efforts en matière de promotion et de recherche. Les partenaires, incluant des organismes et des institutions de l'industrie (FMC, TIFF, ONF, SODEC, entre autres), permettent la réalisation d'économies d'échelle tout en créant des gains mutuellement bénéfiques. Le financement obtenu grâce aux partenariats en promotion a été intégré dans les indicateurs clés de performance de Téléfilm.

#### **Mise en application de la stratégie de promotion et virage marketing**

Dans un contexte où les conditions du marché évoluent rapidement, la capacité de Téléfilm et de l'industrie à adapter leurs pratiques et leurs offres en fonction des préférences des consommateurs demeure un facteur de risque. De plus, compte tenu de ses ressources financières réduites et de son ensemble de compétences, trouver des partenaires et développer sa capacité à mettre en œuvre des efforts promotionnels efficaces représentent des défis pour Téléfilm.

Mesures d'atténuation :

- La consolidation et la refonte du Programme de mise en marché de Téléfilm favorisant l'adoption de nouvelles approches innovantes pour rejoindre les auditoires cibles. La refonte du Programme de mise en marché de Téléfilm a commencé en 2013-2014 et se poursuivra au cours des deux prochains exercices financiers. Les principaux changements apportés au programme encourageront le recours à l'expérimentation dans la promotion et la distribution des productions de l'industrie audiovisuelle canadienne.
- L'affectation de ressources humaines à la mise en œuvre du virage promotionnel axé sur le consommateur canadien. Ce virage sera centré sur une meilleure exploitation des ressources de l'industrie à l'échelle nationale et régionale, et sur l'optimisation de l'impact des efforts promotionnels grâce à des activités comme des communications directes et des initiatives s'adressant à des groupes cibles de consommateurs.
- La collecte et la communication d'une information clé sur le consommateur, afin de mieux aligner les décisions et les efforts sur le comportement du consommateur canadien. Les différents segments de consommateurs identifiés au sein du marché canadien permettront à Téléfilm et aux intervenants d'utiliser des stratégies de marketing et des efforts promotionnels ciblés.

#### **Mesures de contrôle**

En tant qu'administrateur de fonds publics, Téléfilm doit faire preuve de responsabilité dans la gestion des ressources qui lui sont confiées. Téléfilm cherche à réduire son risque financier par des mesures de contrôle appropriées, dont l'un des éléments clés est l'évaluation du risque de fraude.

Mesures d'atténuation :

- La cueillette d'informations reliées au risque de fraude, afin de déterminer les scénarios de risque de fraude, les contrôles d'atténuation en place et les mesures d'atténuation supplémentaires requises. Les services d'Ernst & Young ont été retenus pour assister la Société dans son évaluation du risque de fraude, et les résultats de l'évaluation seront disponibles durant l'exercice 2014-2015.
- Dans le cadre de l'évaluation du risque de fraude, une campagne de sensibilisation interne sera menée sous la forme d'une présentation formelle, afin que tous les employés comprennent les types de fraudes et leur rôle dans la réduction de ces risques.

## GOVERNANCE

Téléfilm est une Société d'État régie notamment par la *Loi sur Téléfilm Canada* et certaines dispositions de la *Loi sur la gestion des finances publiques (LGFP)*. Afin d'assurer une certaine indépendance à la Société, le législateur a choisi d'exclure Téléfilm de l'application de la majorité des articles de la partie X de la *LGFP* pour ne lui appliquer que certaines des dispositions de cette section. La mission de la Société est de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada et d'agir dans le cadre d'accords conclus avec le ministère du Patrimoine canadien pour la prestation de services ou la gestion de programmes concernant l'industrie audiovisuelle ou l'enregistrement sonore. Cette mission très large permet à Téléfilm de jouer un rôle de leader dans le domaine de l'industrie audiovisuelle canadienne, notamment en offrant à celle-ci des programmes adaptés à chaque étape de son développement. De plus, conformément à la *LGFP*, le président de Téléfilm présente à la ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles un rapport annuel sur les activités et les résultats de l'exercice, les états financiers de la Société, de même que le rapport d'audit du Bureau du vérificateur général du Canada y afférent. Le rapport annuel est examiné et approuvé par les membres du conseil d'administration.

### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration surveille la gestion des activités et des affaires de Téléfilm, dans le but de lui permettre de remplir son mandat de façon optimale. Il est composé de six membres, nommés par le gouverneur en conseil, et du commissaire du gouvernement à la cinématographie nommé aux termes de la *Loi sur le cinéma*.

Le gouverneur en conseil choisit le président parmi les membres de la Société et celui-ci occupe son poste à titre amovible. En vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, les membres doivent tenir annuellement un minimum de six réunions du conseil d'administration. Le conseil établit un plan d'entreprise et un cadre stratégique tenant compte des priorités, des occasions d'affaires et des risques. Il exerce son rôle de gérance et a défini ses responsabilités de fiduciaire dans le cadre d'un mandat qui traite notamment :

- Des stratégies d'entreprise;
- Des ressources humaines et de l'évaluation du rendement;
- Des contrôles internes et des questions financières; et
- De la gouvernance et des communications.

Le conseil a su développer des pratiques de gouvernance exemplaires, de sorte que les réunions sont planifiées, structurées et efficaces. En outre, le conseil prend toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que les systèmes et les pratiques de gestion mis en application répondent aux besoins et lui procurent la confiance requise quant à l'intégrité des informations produites. La directrice générale participe à toutes les réunions et certains directeurs sont invités à présenter les dossiers nécessitant une analyse plus approfondie. La majorité des réunions sont tenues au siège social à Montréal. Chaque réunion est suivie d'une séance à huis clos afin de permettre aux membres d'échanger hors de la présence de l'administration.

Au cours de l'exercice, le conseil a délibéré sur un nombre de sujets d'intérêt, certains dont les comités se sont enquis au préalable. À cet égard, le conseil a approuvé la mise en place d'un projet de refonte des systèmes d'information, qui permettra à la Société de repositionner son architecture technologique, de moderniser ses processus d'affaires et d'adapter son modèle d'information à ses besoins.

## BIOGRAPHIES\*



### **Michel Roy**

Président du conseil d'administration

#### **Date de nomination**

Octobre 2007

#### **Durée du mandat**

Renouvelé pour 5 ans, se terminant en octobre 2017

#### **Expérience**

Administrateur public

- Sous-ministre au ministère québécois du Tourisme et à celui des Communications
- Consultant en gestion des affaires
- Monteur de films pour la télévision, créateur de contenu, auteur, musicien et compositeur ayant produit des albums



### **Elise Orenstein, LL.B.**

Vice-présidente du conseil d'administration et présidente par intérim du comité d'audit et des finances

#### **Date de nomination**

Décembre 2006

#### **Durée du mandat**

Renouvelé pour 5 ans, se terminant en décembre 2016

#### **Expérience**

Avocate

- Spécialiste en droit des affaires, en droit commercial et en droit de la propriété intellectuelle dans les domaines des médias convergents et du divertissement



### **G. Grant Machum, LL.B.**

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

#### **Date de nomination**

Mai 2008

#### **Durée du mandat**

Renouvelé pour 5 ans, se terminant en janvier 2015

#### **Expérience**

Avocat, associé

- Droit du travail et gouvernance d'entreprise
- Président de l'université Nova Scotia College of Art & Design
- Membre de divers conseils d'administration
- Collecteur de fonds pour des organismes communautaires

## BIOGRAPHIES\*



### **Ram Raju**

Président du comité de planification stratégique et des communications

#### **Date de nomination**

Mai 2010

#### **Durée du mandat**

5 ans, se terminant en mai 2015

#### **Expérience**

Entrepreneur Internet

- Entrepreneur Internet spécialisé dans les médias numériques et la gestion
- Vice-président, Canadian Association of Campus Computer Stores
- Professeur de systèmes d'information, Université Dalhousie



### **Corey Anne Bloom, CPA, CA, CA-EJC, CFF, CFE**

Membre

#### **Date de nomination**

Octobre 2013

#### **Durée du mandat**

5 ans, se terminant en septembre 2018

#### **Expérience**

Comptable agréée spécialiste en juricomptabilité et examinatrice agréée en matière de fraude

- Expérimentée en enquêtes sur les fraudes, en juricomptabilité, en règlement de différends, en soutien aux litiges, en analyse technico-légale informatique ainsi qu'en vérification
- A présidé le conseil d'administration international de l'Association of Certified Fraud Examiners et a dirigé les services consultatifs en matière de fraude ainsi que l'unité des TI judiciaires d'un important cabinet de comptables agréés et d'experts-conseils



### **Claude Joli-Cœur, LL.B.**

Membre d'office

#### **Date de nomination**

Janvier 2014

#### **Durée du mandat**

Intérim jusqu'à la nomination d'un prochain Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada

#### **Expérience**

Avocat

- Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada par intérim
- Cadre de direction responsable des relations d'affaires et des services juridiques, de la planification stratégique, des relations avec les gouvernements et des communications institutionnelles de l'Office national du film du Canada
- Spécialiste en droit du divertissement et des coproductions internationales
- Membre du conseil d'administration de la Société collective de retransmission du Canada

## L'INDÉPENDANCE

L'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada* assure l'indépendance de tous les membres en prévoyant que la charge de membre est incompatible avec le fait de détenir directement ou indirectement, individuellement ou en qualité d'actionnaire ou d'associé, ou à quelque autre titre, un intérêt pécuniaire dans l'industrie audiovisuelle. Cette garantie d'indépendance est jumelée à l'obligation pour tous les membres, établie en vertu du règlement 1 de la Société, de divulguer au président tout intérêt privé susceptible de les placer dans une situation de conflit d'intérêts par rapport à leurs fonctions officielles, et de s'abstenir de voter sur toute résolution qui les placerait dans une situation de conflit d'intérêts. Tous les membres sont également tenus de remplir et de soumettre, chaque année, une déclaration d'intérêts. Les membres sont également assujettis aux dispositions de la *Loi sur les conflits d'intérêts*. Finalement, les membres sont tous indépendants du comité de direction.

## LES NOMINATIONS

Après des années de stabilité, la composition du conseil a changé au cours de l'exercice. Les mandats de Monsieur Yvon Bélanger et de Madame Marlie Oden se sont respectivement terminés en avril et juillet 2013. Par ailleurs, Madame Corey Anne Bloom a été nommée à titre de membre par le gouverneur en conseil en octobre 2013. De surcroît, dès janvier 2014, Monsieur Claude Joli-Cœur a occupé par intérim le poste de commissaire du gouvernement à la cinématographie, en remplacement de Monsieur Tom Perlmutter qui a quitté ses fonctions en décembre 2013. À l'exception du commissaire du gouvernement à la cinématographie, tous les membres du conseil d'administration de Téléfilm sont titulaires d'une charge publique à temps partiel et nommés selon un processus de sélection basé sur plusieurs critères. Finalement, les nominations sont effectuées suivant la recommandation du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles au gouverneur en conseil.

## LE CONSEIL ET SES COMITÉS

Le conseil d'administration a créé trois comités afin de l'aider à s'acquitter de ses responsabilités. Chaque comité possède sa propre charte et a, comme objectif, d'approfondir les questions nécessitant une expertise particulière. Les comités font des recommandations au conseil sur les sujets qui sont de leur ressort. Les cadres de direction sont invités ponctuellement aux réunions, ce qui favorise une communication directe et un alignement sur les objectifs de la Société. Les membres du conseil qui ne font pas partie d'un comité donné ne sont pas tenus de participer aux réunions.

### – Comité d'audit et des finances

Ce comité est principalement responsable des questions de nature financière et de la gestion des risques. Il est composé de trois membres du conseil d'administration et Madame Elise Orenstein a agi à titre de présidente par intérim. Les représentants du Bureau du vérificateur général du Canada, le vérificateur interne, la directrice générale, le directeur, Administration et services d'entreprise et le contrôleur sont invités à chacune des réunions de ce comité. Les cadres présentent les informations et les différentes questions font l'objet de discussions. Le comité traite sur une base trimestrielle de sujets d'intérêt tels que les budgets et les résultats financiers et d'audits. Le comité s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice.

### – Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Ce comité soutient principalement le conseil en ce qui concerne la gestion des ressources humaines. En outre, il examine, au besoin, les sujets d'intérêt en la matière tels que l'évaluation de la performance, la politique de rémunération et la politique sur les programmes de bonification. Au cours de l'exercice, le comité a notamment recommandé au conseil d'administration le rachat, par la Société, des droits conférés aux employés en vertu de la politique de cessation d'emploi lors du départ à la retraite ou lors d'un départ volontaire. Le comité est présidé par Monsieur G. Grant Machum, et deux réunions ont eu lieu au cours de l'exercice.

### – Comité de planification stratégique et des communications

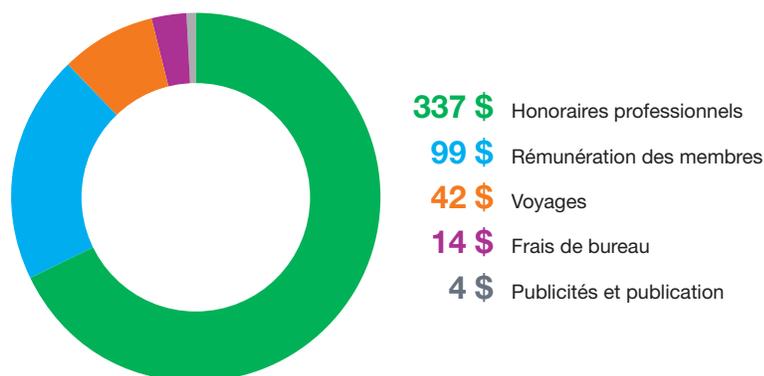
Le soutien apporté au conseil par ce comité porte notamment sur les processus de planification stratégique et la mise en place des stratégies liées aux communications. Au cours de l'exercice, le comité a principalement travaillé à définir le positionnement de la Société en régions et à définir le processus de réflexion stratégique requis pour l'élaboration du prochain plan d'entreprise. Le comité a été présidé par Monsieur Ram Raju pour la majeure partie de l'exercice, et s'est réuni à trois reprises.

## LES FRAIS ET LES PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Les membres<sup>20</sup> du conseil d'administration sont rétribués pour leur participation aux réunions et pour d'autres activités inhérentes à leurs responsabilités. Les montants octroyés sont conformes aux lignes directrices concernant la rémunération des titulaires de charge publique à temps partiel nommés par le gouverneur en conseil dans les sociétés d'État. La Société verse des honoraires annuels au président du conseil et accorde également à tous les membres (y compris le président) une indemnité journalière pour la préparation aux réunions et pour chaque jour où ils siègent. Les sommes sont versées selon les barèmes suivants :

- Rétribution annuelle du président : entre 7 100 \$ et 8 400 \$;
- Indemnité journalière : entre 275 \$ et 325 \$.

Le graphique suivant présente les dépenses encourues par le conseil et ses comités, notamment pour la tenue des réunions, de l'assemblée publique annuelle et les travaux d'audit interne. Les coûts pour l'exercice s'élèvent à 496 000 \$ (519 000 \$ en 2012-2013) et sont présentés en milliers de dollars :



Le tableau suivant indique la participation des membres aux différentes réunions :

	Conseil d'administration 7 membres 6 réunions	Comité d'audit et des finances 3 membres 4 réunions	Comité de planification stratégique et des communications 3 membres 3 réunions	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance 3 membres 2 réunions
<b>Michel Roy</b>	6	4	2	2
<b>Elise Orenstein</b>	6	4	3	2
<b>G. Grant Machum</b>	4	1*	–	2
<b>Ram Raju</b>	4	–	2	–
<b>Corey Anne Bloom<sup>21</sup></b>	4	2	–	–
<b>Claude Joli-Cœur<sup>22</sup></b>	3	–	–	–
<b>Marlie Oden<sup>23</sup></b>	1	1*	1	–
<b>Tom Perlmutter<sup>24</sup></b>	2	–	–	–

\* N'est pas membre du comité.

20. À titre de dirigeant au sein de l'administration publique fédérale et membre d'office du conseil d'administration, le commissaire du gouvernement à la cinématographie n'a pas droit à une rémunération.

21. Nommée en octobre 2013.

22. Occupe par intérim le siège d'office depuis janvier 2014.

23. Mandat terminé en juillet 2013.

24. A quitté ses fonctions en décembre 2013.

## LE COMITÉ DE DIRECTION

Le comité de direction est l'outil privilégié de la directrice générale pour discuter des questions d'ordre stratégique, de planification et d'organisation. Toutes les politiques et les orientations de la Société font l'objet de discussions au sein de ce comité qui est composé de la directrice générale et des directeurs responsables de l'ensemble des fonctions de la Société. Il se réunit habituellement une fois par semaine.

Membres	Responsabilités
Directrice générale <b>Carolle Brabant</b> , FCPA, CA, MBA	Nommée par le gouverneur en conseil. Responsable de la gestion et des résultats de la Société se rapportant au conseil d'administration. Définit, en collaboration avec le conseil, les orientations stratégiques du plan d'entreprise et les rend opérationnelles par l'entremise du comité de direction. Vise à développer et à maintenir une culture du succès au sein de la Société et dans l'industrie. Assure la prestation de services destinés au développement et à la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne, tant sur la scène nationale qu'internationale.
Directrice, Promotion internationale <b>Sheila de La Varende</b>	Responsable de la stratégie de promotion visant à augmenter la visibilité et le rayonnement des talents, des entreprises et des contenus pour écrans canadiens sur la scène internationale. Responsable de l'élaboration des initiatives visant à positionner les contenus dans les festivals internationaux, à stimuler les ventes internationales et les coproductions régies par des traités. Veille à développer, à coordonner et à maintenir les relations et partenariats internationaux.
Directeur, Relations d'affaires et certification <b>Dave Forget</b>	Responsable de l'administration des ententes de financement, de la livraison des événements régionaux et nationaux et de la prestation de services liés à l'entente avec le Fonds des médias du Canada. Responsable de fournir les recommandations au Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens du ministère du Patrimoine canadien pour la certification des coproductions audiovisuelles régies par des traités. Assume la fonction de président du comité opérationnel. Agit à titre de représentant de la Société lors de séances d'information et de consultation auprès de l'industrie et des différentes associations.
Directrice, Stratégie et recherches et Chef du bureau de gestion des projets <b>Sylvie L'Écuyer</b> , CPA, CGA	Participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie organisationnelle, gère certaines initiatives qui en découlent et fournit l'encadrement et le suivi liés au plan d'entreprise. Identifie et définit des occasions d'affaires, assume la priorisation et le leadership en ce qui a trait à la gestion des projets d'entreprise. Responsable de la gestion des risques au sein du comité de gestion de risques.
Directeur, Affaires publiques et gouvernementales <b>Jean-Claude Mahé</b>	Responsable de la liaison stratégique avec le ministère du Patrimoine canadien, les autres ministères et les organismes fédéraux et provinciaux. Agit à titre d'interlocuteur pour toutes les questions relatives aux politiques gouvernementales. Élabore et met en œuvre des activités de promotion et de réseautage permettant un maillage entre l'industrie audiovisuelle canadienne, les sphères publiques et le milieu des affaires. Responsable du Fonds des talents.
Directeur, Services juridiques et accès à l'information <b>Stéphane Odesse</b> LL.B.	Élabore et met en œuvre des stratégies d'ordre juridique au sujet d'une variété de questions relatives à la Société. Interprète la loi régissant Téléfilm Canada, les règlements et les questions touchant la gouvernance et les ententes de financement. Agit en tant que personne-clé de la pratique juridique dans l'établissement de normes et de politiques juridiques. À titre de secrétaire du conseil d'administration, voit à la bonne gouvernance du conseil d'administration et de ses comités.
Directeur, Administration et services d'entreprise <b>Denis Pion</b>	Responsable des fonctions administratives relatives aux finances, aux ressources humaines, aux technologies de l'information et aux ressources matérielles. Responsable administratif de l'entente de services auprès du Fonds des médias du Canada. Agit à titre de président du comité des ressources humaines et participe à l'ensemble des réunions du comité d'audit et des finances.
Directeur, Financement des projets <b>Michel Pradier</b>	Dirige l'équipe responsable des décisions relatives au financement des projets. S'assure que les décisions de financement procurent un portefeuille de projets qui répond aux objectifs de performance de la Société. Agit à titre de représentant de la Société lors de séances d'information et de consultation auprès de l'industrie et des différentes associations.
Directeur, Marketing et communications Vacant	Responsable des communications internes et externes et des initiatives marketing sur le plan national, du Web et des médias sociaux. S'assure du renforcement et de la valorisation de l'image de marque de Téléfilm sur la scène nationale et internationale. Veille à accroître la notoriété et la promotion des talents et des œuvres canadiennes auprès du grand public, par l'entremise de la presse écrite et des médias sociaux.

## LE COMITÉ DE DIRECTION ET SES SOUS-COMITÉS

La directrice générale dispose également de sous-comités permettant d'approfondir des sujets spécifiques comportant divers degrés de complexité. Les procès-verbaux des sous-comités sont distribués à chaque réunion du comité de direction, ce qui permet une bonne communication de l'information. La directrice générale accorde un pouvoir décisionnel aux sous-comités qui procèdent ainsi au règlement de questions opérationnelles. Cette particularité permet au comité de direction de traiter principalement de questions d'ordre stratégique. Les responsabilités de chaque sous-comité sont décrites dans une charte.

### – **Comité opérationnel**

Le comité opérationnel assiste la directrice générale principalement dans la prise de décision quant aux questions découlant de l'application ou de l'interprétation des lignes directrices ou des politiques. Ce comité peut prendre des décisions sur un large éventail de sujets, notamment sur toute question portant sur l'application et l'interprétation des principes directeurs des programmes de financement de la Société. Au cours du dernier exercice financier, le comité s'est réuni 19 fois et Monsieur Dave Forget, directeur, Relations d'affaires et certification, a agi comme président.

### – **Comité des ressources humaines**

Le comité des ressources humaines assiste la directrice générale en apportant son soutien au service des ressources humaines dans l'élaboration, la mise à jour, l'application et l'interprétation des politiques en la matière, et pour répondre à toute situation qui déroge aux pratiques habituelles. Un représentant du service des ressources humaines est invité à participer aux réunions du comité en tout temps. Les réunions du comité sont généralement mensuelles. Le comité s'est réuni à 11 reprises au cours de l'exercice et a été présidé par Monsieur Denis Pion, directeur, Administration et services d'entreprise.

### – **Comité d'appel**

Le comité d'appel examine les appels interjetés par les clients pour toute décision les concernant, ou par les employés relativement à une décision du comité des ressources humaines. Il n'y a eu aucun appel ni réunion du comité au cours de l'exercice. Ce comité est présidé par la directrice générale, Madame Carolle Brabant.

### – **Comité de gestion de risques**

Le comité de gestion de risques assiste la directrice générale en ce qui a trait à l'identification, à l'évaluation et à la hiérarchisation des risques et des mesures à prendre afin d'en assurer un contrôle adéquat. En outre, il est responsable de la mise en place du processus de gestion des risques. Le comité s'est réuni à deux reprises au cours de l'exercice et a été présidé par Madame Carolle Brabant, directrice générale.

### – **Comité des communications**

Le comité des communications assiste la directrice générale en ce qui a trait à toute question concernant les communications, les partenariats, la commandite, les événements et le Fonds des talents. Madame Carolle Brabant, directrice générale, a créé ce comité qu'elle préside et il s'est tenu trois rencontres au cours de l'exercice.

## LA RÉMUNÉRATION ET LES PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Tous les membres du comité de direction travaillent à temps plein pour la Société. La rémunération de la directrice générale est établie par le Conseil privé du Canada. L'échelle salariale des autres membres du comité varie d'un minimum de 108 900 \$ à un maximum de 197 800 \$ et le salaire moyen est de 147 800 \$.

Le tableau suivant indique la participation des membres aux différentes réunions :

	<b>Comité de direction</b> 9 membres 36 réunions	<b>Comité des ressources humaines</b> 3 membres 11 réunions	<b>Comité opérationnel</b> 5 membres 19 réunions	<b>Comité de gestion de risques</b> 9 membres 2 réunions	<b>Comité des communications</b> 4 membres 3 réunions
<b>Carolle Brabant</b>	36	2	–	2	3
<b>Sheila de La Varende</b>	27	3	8	1	2
<b>Dave Forget</b>	32	5	19	2	3
<b>Sylvie L'Écuyer</b>	33	5	4	2	–
<b>Jean-Claude Mahé</b>	32	1	7	2	3
<b>Evelyne Morrisseau*</b>	18	–	6	–	–
<b>Stéphane Odesse</b>	33	4	2	2	–
<b>Denis Pion</b>	35	10	17	2	–
<b>Michel Pradier</b>	30	–	14	2	–

\* A quitté ses fonctions en novembre 2013.

## AUDIT

Les comptes et les transactions financières de la Société font l'objet d'un audit annuel effectué par le Bureau du vérificateur général du Canada. De plus, la *LGFP* exige du vérificateur général qu'il procède à un examen spécial au moins une fois tous les 10 ans, et cet examen a eu lieu en 2010. Les résultats de cet examen peuvent être consultés sur le site Web de la Société. La *LGFP* oblige également Téléfilm à effectuer des travaux d'audit interne. La Société confie cette tâche à une firme externe dont les rapports sont présentés au comité d'audit et des finances.

## ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'évaluation du rendement est un processus essentiel qui permet à la fois de reconnaître les bonnes performances et de favoriser une culture d'amélioration continue. À cet effet, les membres du conseil d'administration, la directrice générale et l'ensemble du personnel font l'objet d'une évaluation annuelle :

- L'évaluation du conseil d'administration et de ses comités est régie par une politique d'évaluation de la performance propre au conseil. Ce processus d'évaluation porte notamment sur la composition du conseil, les connaissances des membres, ses responsabilités et son fonctionnement. À cette évaluation s'ajoute un examen spécifique de chaque comité.
- L'évaluation du rendement de la directrice générale – qui est effectuée d'abord par le comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance et sujette à l'approbation du conseil d'administration – est régie par les lignes directrices du [Programme de gestion du rendement des premiers dirigeants des sociétés d'État](#). Les critères d'évaluation portent sur l'appréciation des résultats à divers chapitres, incluant notamment les politiques et les programmes, la gestion, les relations avec les parties prenantes, le leadership ainsi que les résultats organisationnels. Au final, l'attribution de la cote et de la rémunération au rendement demeure la prérogative du gouverneur en conseil.
- Le rendement du comité de direction et de chacun de ses sous-comités est évalué par les membres du comité ainsi que par la directrice générale.
- Finalement, le rendement de chaque employé est évalué deux fois par année en conformité avec notre Politique sur la gestion de la performance. Ce processus d'évaluation porte notamment sur l'atteinte des objectifs établis pour l'exercice, les niveaux de compétences attendus, les attentes quant aux responsabilités relatives à l'emploi ainsi que les objectifs d'apprentissage.

## ORIENTATION ET FORMATION

La formation constitue un outil essentiel au maintien des meilleures pratiques de gouvernance d'entreprise et permet aux membres du conseil d'exercer leurs fonctions de façon optimale. À cet effet, les membres ont la possibilité d'assister à des séminaires et à des cours ainsi que de suivre des sessions de formation tenant compte des exigences de leurs fonctions et d'une évaluation de leurs besoins. À titre d'exemple, la présidente par intérim du comité d'audit et des finances a assisté à un atelier d'une demi-journée sur les nouvelles Lignes directrices à l'intention des comités d'audit des sociétés d'État et autres entreprises publiques. La Société s'attend aussi à bénéficier d'une augmentation des compétences de ses employés et maintient pour ce faire un plan de formation et de développement professionnel. Ce plan vise à pourvoir les effectifs des compétences requises pour la réalisation du plan d'entreprise.

## VALEURS ET ÉTHIQUE

La Société s'efforce de promulguer des pratiques éthiques exemplaires et, en ce sens, les personnes nommées par décret, soit le président, les membres du conseil d'administration et la directrice générale, sont assujetties à la [Loi sur les conflits d'intérêts](#). Les employés de Téléfilm sont pour leur part soumis au *Code de conduite de Téléfilm Canada*, lequel est constitué du *Code de valeurs et d'éthique du secteur public* du Conseil du Trésor, du *Code de valeurs de Téléfilm*, ainsi que de la *Politique sur les conflits d'intérêts et l'après-mandat*. Le respect du *Code de conduite de Téléfilm Canada* est une condition d'emploi pour les employés, et ce, peu importe le poste qu'ils occupent. Ils sont également tenus de signer annuellement une déclaration indiquant qu'ils s'engagent à s'y conformer. Ce Code est disponible sur demande pour le grand public.

## PLAINTES OFFICIELLES

Téléfilm dispose d'une procédure de plainte officielle, pour ses clients, qui complète les mécanismes prévus dans sa [Charte de services aux clients](#). Au cours de l'exercice 2013-2014, trois dossiers de plainte furent traités en vertu de cette procédure. Par ailleurs, conformément à la [Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles](#), les employés de Téléfilm ainsi que les membres du public peuvent faire une divulgation en suivant la procédure décrite au site Web du Commissariat à l'intégrité du secteur public du Canada s'ils croient qu'un acte répréhensible a été commis ou est sur le point de l'être. À cet égard, aucune plainte ni divulgation d'acte répréhensible ne fut déposée au cours de cette même période.

## COMMUNICATION

### – Liaison avec le gouvernement

La Société dispose d'une structure qui favorise une liaison stratégique efficace autant avec le ministère du Patrimoine canadien qu'avec les autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux. À cet effet, le secteur des affaires publiques et gouvernementales agit à titre d'interlocuteur privilégié pour toutes les questions relatives aux politiques gouvernementales.

### – Assemblée publique annuelle

Conformément à la *LGFP*, la Société a tenu en décembre 2013 à Montréal son assemblée publique annuelle et présenté les réalisations de l'exercice 2012-2013. Le public, les nombreux membres de l'industrie et les médias ont notamment eu la possibilité d'interagir avec Michel Roy, président du conseil d'administration, Elise Orenstein, vice-présidente du conseil d'administration et présidente du comité d'audit et des finances par intérim, Carolle Brabant, directrice générale, ainsi qu'avec certains membres du comité de direction. Les détails de nos réalisations figurent sur le microsite du rapport d'où le [rapport annuel complet](#) peut être téléchargé.

# ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2014

42	RAPPORT DE LA DIRECTION
43	RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT
45	ÉTAT DES RÉSULTATS
46	ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE
47	ÉTAT DE LA VARIATION DES ACTIFS FINANCIERS NETS
48	ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE
49	NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS
59	ANNEXES A ET B

## RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers de Téléfilm Canada sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les Normes comptables canadiennes pour le secteur public. Les principales méthodes comptables sont énoncées à la note 2 aux états financiers. Lorsque cela est approprié, les états financiers 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 conçues pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Les systèmes de contrôle interne sont soumis à l'examen périodique des auditeurs internes de la Société. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes à la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière*, chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1<sup>er</sup> septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi, aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

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

L'auditeur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un audit indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et à la ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles.

Montréal, Canada

Le 17 juin 2014



**Carolle Brabant**, FCPA, CA, MBA  
Directrice générale



**Denis Pion**  
Directeur – Administration et services d'entreprise



Auditor General of Canada  
Vérificateur général du Canada

# RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

À la ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

## RAPPORT SUR LES ÉTATS FINANCIERS

J'ai effectué l'audit des états financiers ci-joints de Téléfilm Canada, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 mars 2014, et l'état des résultats, l'état de la variation des actifs financiers nets et l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

### Responsabilité de la direction pour les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

### Responsabilité de l'auditeur

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de mon audit. J'ai effectué mon audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que je me conforme aux règles de déontologie et que je planifie et réalise l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit.

### **Opinion**

À mon avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de Téléfilm Canada au 31 mars 2014, ainsi que des résultats de ses activités, de la variation de ses actifs financiers nets et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

### **RAPPORT RELATIF À D'AUTRES OBLIGATIONS LÉGALES ET RÉGLEMENTAIRES**

Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis les principes comptables des Normes comptables canadiennes pour le secteur public ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de Téléfilm Canada dont j'ai eu connaissance au cours de mon audit des états financiers ont été effectuées, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi sur Téléfilm Canada* ainsi qu'aux règlements administratifs de Téléfilm Canada.

Pour le vérificateur général du Canada,

A handwritten signature in black ink that reads "René Béliveau". The signature is fluid and cursive, with the first name "René" being more prominent than the last name "Béliveau".

**René Béliveau**, CPA auditeur, CA  
directeur principal

Le 17 juin 2014  
Montréal, Canada

# ÉTAT DES RÉSULTATS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Annexes	2014 Budget	2014	2013
<b>Dépenses de support</b>				
Développement de l'industrie audiovisuelle canadienne				
Aide à la production		66 058	65 121	65 536
Aide au développement		6 000	9 157	9 219
		72 058	74 278	74 755
Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger				
Aide à la distribution et mise en marché		10 205	9 093	13 183
Promotion		6 889	6 296	6 444
Participation aux événements internationaux		2 310	2 519	2 545
		19 404	17 908	22 172
		91 462	92 186	96 927
<b>Frais de fonctionnement et d'administration</b>	A	27 541	25 793	27 069
<b>Coût de l'exploitation</b>		119 003	117 979	123 996
<b>Revenus</b>				
Revenus d'investissements et récupérations				
		9 000	12 157	12 528
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada				
	B	10 069	9 809	10 143
Fonds des talents		714	134	36
Intérêts et autres revenus		100	91	169
		19 883	22 191	22 876
<b>Coût net de l'exploitation avant le financement gouvernemental</b>		99 120	95 788	101 120
<b>Financement gouvernemental</b>				
Crédit parlementaire		99 885	99 975	102 968
<b>Excédent de l'exercice</b>		765	4 187	1 848
<b>Excédent accumulé au début de l'exercice</b>			16 069	14 221
<b>Excédent accumulé à la fin de l'exercice</b>			20 256	16 069

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

# ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Notes	2014	2013
<b>Actifs financiers</b>			
Montant à recevoir du Trésor	5	49 137	45 561
Trésorerie – Fonds des talents	3	170	36
Débiteurs	4 et 5	3 054	2 572
À recevoir du Fonds des médias du Canada		2 720	2 973
		<b>55 081</b>	51 142
<b>Passifs</b>			
Créditeurs et charges à payer	5	2 025	2 066
Prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs		–	336
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	6	35 779	33 730
Passif au titre des avantages sociaux futurs	7	1 000	2 250
		<b>38 804</b>	38 382
<b>Actifs financiers nets</b>		<b>16 277</b>	12 760
<b>Actifs non financiers</b>			
Immobilisations corporelles	8	1 817	1 585
Charges payées d'avance		2 162	1 724
		<b>3 979</b>	3 309
<b>Excédent accumulé</b>		<b>20 256</b>	16 069

Engagements (note 10) et éventualités (note 11)

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

Approuvé par le Conseil :



**Michel Roy**  
Président

# ÉTAT DE LA VARIATION DES ACTIFS FINANCIERS NETS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	2014 Budget	2014	2013
<b>Excédent de l'exercice</b>	765	4 187	1 848
<b>Opérations liées aux immobilisations corporelles</b>			
Amortissement	726	737	1 036
Acquisitions	(825)	(969)	(357)
<b>Autres opérations</b>			
Acquisitions des charges payées d'avance	(600)	(2 162)	(1 724)
Utilisation des charges payées d'avance	1 724	1 724	1 875
<b>Augmentation des actifs financiers nets</b>	1 790	3 517	2 678
<b>Actifs financiers nets au début de l'exercice</b>	12 760	12 760	10 082
<b>Actifs financiers nets à la fin de l'exercice</b>	14 550	16 277	12 760

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

# ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	2014	2013
<b>Activités de fonctionnement</b>		
Excédent de l'exercice	4 187	1 848
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Augmentation (diminution) du passif au titre des avantages sociaux futurs	(1 250)	202
Amortissement des immobilisations corporelles	737	1 036
	3 674	3 086
Variations des éléments financiers hors caisse :		
Diminution (augmentation) des débiteurs	(482)	1 438
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada	253	(337)
Augmentation (diminution) des créditeurs et charges à payer	(41)	494
Augmentation (diminution) des prestations spéciales de cessation d'emploi à payer suite à une réduction d'effectifs	(336)	198
Augmentation (diminution) des obligations relatives aux programmes d'aide financière	2 049	(164)
Diminution (augmentation) des charges payées d'avance	(438)	151
	4 679	4 866
<b>Activités d'investissement en immobilisations</b>		
Acquisitions	(969)	(357)
<b>Augmentation du montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents</b>	3 710	4 509
<b>Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents au début de l'exercice</b>	45 597	41 088
<b>Montant à recevoir du Trésor et Trésorerie – Fonds des talents à la fin de l'exercice</b>	49 307	45 597
<b>Information supplémentaire présentée dans les activités de fonctionnement</b>		
Intérêts constatés	91	137

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

# NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2014

Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.

## 1

### STATUT ET ACTIVITÉS

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

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

La Société n'est pas assujettie aux lois de l'impôt sur le revenu.

## 2

### PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Ces états financiers ont été dressés par la direction selon les Normes comptables canadiennes pour le secteur public (NCCSP). Les principales méthodes comptables suivies par la Société sont les suivantes :

#### A. INCERTITUDE RELATIVE À LA MESURE

La préparation d'états financiers selon les NCCSP exige que la direction établisse des estimations et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme dépenses et revenus pendant la période de déclaration. La provision pour créances irrécouvrables, la durée de vie des immobilisations corporelles, le passif au titre des avantages sociaux futurs et les éventualités sont les éléments les plus importants pour lesquels des estimations sont utilisées. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations de façon significative.

#### B. DÉPENSES DE SUPPORT

Les dépenses de support représentent l'ensemble de l'aide financière offerte par la Société pour le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne et le soutien promotionnel au contenu canadien au Canada et à l'étranger. Ces dépenses sont effectuées principalement par le biais d'investissements, d'avances à remboursement conditionnel, de subventions et de contributions. L'aide financière accordée est comptabilisée comme un paiement de transfert. La Société comptabilise l'aide financière aux résultats à titre de dépense de support dans l'exercice au cours duquel la dépense est autorisée et lorsque le requérant a satisfait aux critères d'admissibilité. La Société comptabilise à titre d'obligations relatives aux programmes d'aide financière, les sommes qu'elle s'est contractuellement engagée à verser.

Les investissements effectués dans les productions confèrent à la Société des droits d'auteurs et les avances sont effectuées via l'octroi de contrats d'aide aux développements de projets, d'aide à la production et d'aide à la distribution et à la mise en marché. Certaines avances sont convertibles en investissements en lieu et place du remboursement. Lorsque cela se produit, l'avance est convertie en investissement aux dépenses de support.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### C. REVENUS

#### i. Revenus d'investissements et récupérations

Les revenus d'investissements et les récupérations des avances effectuées en production correspondent au pourcentage des revenus de production stipulé aux ententes et contractuellement dû à la Société.

Les récupérations proviennent également du remboursement des autres avances à remboursement conditionnel consenties dont les conditions contractuelles ont été respectées. Ces montants sont enregistrés selon la méthode de la comptabilité d'exercice et les pertes sur créances irrécouvrables sont comptabilisées à titre de dépenses de support.

#### ii. Honoraires de gestion

Les honoraires de gestion correspondent au remboursement des coûts relatifs à l'administration et à la livraison des programmes de financement du Fonds des médias du Canada. Les honoraires sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

#### iii. Intérêts et autres revenus

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

### D. FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL

La Société obtient son financement par le biais d'un crédit parlementaire. Ce financement ne comportant aucune stipulation grevant son utilisation, il est comptabilisé à titre de financement gouvernemental aux résultats jusqu'à concurrence du montant autorisé lorsque les conditions d'admissibilité sont satisfaites.

### E. FONDS DES TALENTS

Le Fonds des talents (le « Fonds ») a été créé en mars 2012 et ses opérations font partie intégrante des activités de la Société. Le Fonds vise notamment à soutenir les œuvres canadiennes et à effectuer la promotion des talents canadiens par l'entremise des programmes de la Société. Le Fonds recueille ses revenus de dons d'individus et d'entreprises. Ces dons sont déposés dans un compte de trésorerie distinct présenté sous la rubrique Trésorerie – Fonds des talents à l'état de la situation financière. Les dons ne sont pas grevés d'affectation d'origine externe et ils sont constatés à titre de revenus dans l'exercice au cours duquel ils sont encaissés. En vertu de la *Loi sur Téléfilm Canada*, les revenus d'investissements et de récupérations issus des projets financés par le Fonds sont mis à la disposition de la Société pour financer l'ensemble des dépenses de support.

### F. MONTANT À RECEVOIR DU TRÉSOR

Le Montant à recevoir du Trésor comprend le résultat de l'ensemble des opérations bancaires de la Société traitées par le Receveur général du Canada.

### G. TRÉSORERIE – FONDS DES TALENTS

La trésorerie du Fonds des talents se compose du solde de trésorerie issu de la collecte des dons diminué des frais bancaires. Cette trésorerie sert au financement des projets et activités soutenus par le Fonds.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### H. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les instruments financiers de la Société sont tous comptabilisés au coût ou au coût amorti à l'état de la situation financière. Les actifs financiers sont constitués des éléments d'actifs qui pourraient être consacrés à rembourser les passifs existants ou à financer des activités futures. À la fin de chaque exercice, la Société évalue s'il existe une indication objective de dépréciation des actifs financiers ou des groupes d'actifs financiers. Si une telle indication existe, la valeur comptable de l'instrument financier est réduite pour tenir compte de cette moins-value.

La Société détient les actifs financiers suivants dont certains sont inscrits nets des provisions pour créances irrécouvrables :

- Trésorerie – Fonds des talents;
- Débiteurs;
- Montant à recevoir du Fonds des médias du Canada.

Les passifs financiers sont constitués des créateurs et charges à payer et des obligations relatives aux programmes d'aide financière de la Société.

### I. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

#### i. Régime de retraite

Les employés admissibles participent au Régime de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Ce régime de retraite offre des prestations basées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen des cinq meilleures années consécutives. Les cotisations versées à titre d'employeur sont établies en fonction du Régime de retraite de la fonction publique et représentent le coût complet pour la Société. Ce montant est équivalent à un multiple des cotisations versées par les employés et pourrait changer au fil du temps selon la situation financière du Régime. Les cotisations de la Société sont constatées dans l'exercice au cours duquel les services sont rendus et représentent l'ensemble de ses obligations en matière de prestations de retraite. La Société n'est pas tenue de verser des cotisations au titre des insuffisances actuarielles du Régime de retraite de la fonction publique.

#### ii. Indemnités de départ

Les employés admissibles avaient droit à des indemnités de départ tel que le prévoyaient leurs conditions d'emploi et le coût de ces indemnités était constaté aux résultats de l'exercice au cours duquel elles étaient gagnées. L'obligation au titre des indemnités de départ était calculée selon les meilleures estimations et hypothèses de la direction, quant à l'évolution des salaires, de l'âge des employés, des années de service, de la probabilité de départ pour raison de démission ou de retraite. Conformément à la demande du Secrétariat du Conseil du Trésor, la Société a pris la décision en septembre 2013 de mettre fin à ces indemnités dès la fin de l'exercice. Ainsi, les indemnités de départ ont cessé de s'accumuler en date du 31 mars 2014. La Société a déterminé les montants à payer et son obligation selon le calcul suivant :

Tous les employés admissibles ont droit à une indemnité de départ à raison d'une semaine de salaire pour chaque année complète d'emploi continu et, dans le cas d'une année partielle d'emploi continu, une semaine de rémunération multipliée par le nombre de jours d'emploi continu divisée par 365, jusqu'à concurrence de 28 semaines.

L'obligation est ajustée en fin d'année pour refléter le salaire actuel des employés.

#### iii. Congés de maladie

Les employés ont droit à des jours de congés de maladie tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Les jours de congés de maladie non utilisés s'accumulent mais ne sont pas monnayables. Le coût de ces journées est constaté aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées. L'obligation est calculée à une valeur actuelle selon les hypothèses les plus probables de la direction en matière de la probabilité d'utilisation des congés de maladie accumulés, d'évolution des salaires, de l'âge des employés, de la probabilité de départ, de l'âge de la retraite et du taux d'actualisation. Ces hypothèses sont révisées annuellement.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

### iv. Congés parentaux

Les employés ont droit à des congés parentaux tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. La Société offre aux employés des prestations additionnelles à celles offertes par l'assurance-emploi jusqu'à un pourcentage déterminé du salaire brut de l'employé. La Société constate un passif pour la durée entière du congé parental au moment où l'employé présente une demande et signe l'entente en vertu des conditions d'emploi établies.

### J. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties linéairement en fonction de leur durée de vie utile respective selon les taux suivants :

Actifs	Taux
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
Logiciels	14 % et 20 %

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

## 3

### FONDS DES TALENTS

Au cours de l'exercice, la Société a recueilli 133 550 \$ de dons (36 000 \$ pour l'exercice précédent). Par ailleurs, la Société a assumé pour 182 700 \$ de dépenses inhérentes au démarchage et à la promotion (192 000 \$ pour l'exercice précédent) et il n'y a pas eu d'octroi de financement découlant de nos programmes.

### ÉVÉNEMENTS SUBSÉQUENTS

Par l'entremise des bénéfices tangibles du CRTC dans l'acquisition d'Astral Media, Bell Média et Corus Entertainment ont confirmé leurs contributions au Fonds des talents pour un montant total de 13,7 millions de dollars réparti sur les sept prochains exercices. Ces montants seront constatés annuellement aux coûts de l'exploitation et aux revenus.

## 4

### DÉBITEURS

	31 mars 2014	31 mars 2013
Débiteurs liés aux revenus d'investissements et récupérations	1 325	1 448
Taxes à récupérer	1 302	680
Autres débiteurs	427	444
	<b>3 054</b>	<b>2 572</b>

## 5

### ACTIFS ET PASSIFS AFFECTÉS PAR LE FONDS DES NOUVEAUX MÉDIAS DU CANADA

En vertu d'ententes de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien applicables à l'exercice 2007-2008 et aux exercices subséquents, tous les encaissements futurs issus des projets financés antérieurement par le biais du Fonds des nouveaux médias du Canada doivent être retournés au Receveur général du Canada. Ces actifs et passifs sont ainsi grevés d'une affectation d'origine externe.

	31 mars 2014	31 mars 2013
Montant à recevoir du Trésor	-	74
Débiteurs	391	300
Créditeurs et charges à payer	391	374

## 6

### OBLIGATIONS RELATIVES AUX PROGRAMMES D'AIDE FINANCIÈRE

La Société s'est contractuellement engagée à verser des sommes dans le cadre de ses programmes d'aide financière. Le tableau suivant présente les paiements prévus au cours des prochains exercices :

	2015	2016	2017	Total 31 mars 2014	Total 31 mars 2013
<b>Exercices de signature des contrats</b>					
2010 et antérieurs	568	11	-	579	933
2011	328	-	-	328	1 228
2012	942	-	-	942	4 741
2013	9 175	-	-	9 175	26 828
2014	21 986	1 755	1 014	24 755	-
	32 999	1 766	1 014	35 779	33 730

## 7

**PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS**

	Indemnités de départ	Congés maladie	Congés parentaux	Total
<b>Solde au 31 mars 2012</b>	1 432	457	159	2 048
Coût des services rendus au cours de l'exercice	297	189	84	570
Indemnités versées au cours de l'exercice	(119)	(100)	(149)	(368)
<b>Solde au 31 mars 2013</b>	1 610	546	94	2 250
Coût des services rendus au cours de l'exercice	1 160	97	105	1 362
Indemnités versées au cours de l'exercice	(2 417)	(90)	(105)	(2 612)
<b>Solde au 31 mars 2014</b>	353	553	94	1 000

**A. OBLIGATION AU TITRE DES INDEMNITÉS DE DÉPART**

La Société payait des indemnités de départ à ses employés admissibles fondées sur la nature du départ, les années de service et le salaire en fin d'emploi. Ce régime ne détenait aucun actif et présentait un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées.

En 2013, pour calculer l'obligation au titre des indemnités de départ la Société utilisait un taux de croissance de la rémunération de 2,50 %, un taux d'actualisation de 3,00 %, une probabilité de départ des employés de 10,00 % avant l'âge de 55 ans et l'âge de 60 ans comme hypothèse de départ à la retraite.

Ces indemnités ont cessé de s'accumuler en date de fin d'exercice suite à la décision de la Société de mettre fin à ces indemnités. Les employés ont eu le choix d'encaisser immédiatement leurs indemnités de départ ou de reporter le paiement au moment de la cessation d'emploi ou de la retraite. L'obligation est ajustée en fin d'exercice pour refléter le salaire actuel des employés. Le solde des indemnités sera payé majoritairement au cours du prochain exercice. Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs.

**B. OBLIGATION AU TITRE DES CONGÉS DE MALADIE**

La Société offre à ses employés des indemnités de congés de maladie en fonction de leur salaire et des droits accumulés au cours de leurs années de service. Ces droits sont reportables mais non monnayables. Ce régime ne détient aucun actif et présente un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées.

Pour calculer l'obligation au titre des congés de maladie, la Société utilise un salaire journalier moyen de 291 \$ (286 \$ en 2013), un taux d'augmentation des salaires de 2,50 % (2,50 % en 2013), un taux d'utilisation annuel moyen de 3,00 % (3,00 % en 2013), un taux d'actualisation de 2,75 % (3,00 % en 2013) et un taux de départ de 10,00 % (10,00 % en 2013). Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement.

**7. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)****C. OBLIGATION AU TITRE DES CONGÉS PARENTAUX**

La Société verse des prestations qui équivalent à la différence entre le montant brut des prestations d'assurance-emploi et 93,00 % du salaire brut de l'employé. Les prestations seront payées à même les crédits parlementaires futurs.

**D. RÉGIME DE RETRAITE**

Les employés admissibles de la Société sont couverts par le Régime de retraite de la fonction publique, un régime de retraite contributif à prestations définies, constitué en vertu d'une loi et parrainé par le gouvernement du Canada. Autant les employés que la Société doivent verser des cotisations. Le président du Conseil du Trésor fixe les cotisations exigées des employeurs, lesquelles sont un multiple de celles exigées des employés. Le taux de cotisation exigé des employeurs pour 2014 est fonction de la date de début d'emploi de l'employé. Pour les dates de début d'emploi antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2013, le taux de cotisation de la Société est de 1,45 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,64 fois en 2013); et pour les dates de début d'emploi postérieures au 31 décembre 2012, le taux de cotisation de la Société est de 1,43 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,57 fois en 2013). Le total des cotisations de 1 921 000 \$ est comptabilisé en charge en 2014 (1 967 000 \$ en 2013).

**8****IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

	31 mars 2013	Acquisitions	Cessions	Transferts	31 mars 2014
<b>Améliorations locatives</b>					
Coût	4 595	674	(553)	19	4 735
Amortissement	(3 910)	(482)	553	–	(3 839)
	685	192	–	19	896
<b>Équipements technologiques et mobiliers</b>					
Coût	1 143	98	(139)	–	1 102
Amortissement	(863)	(82)	139	–	(806)
	280	16	–	–	296
<b>Logiciels</b>					
Coût	14 700	134	–	293	15 127
Amortissement	(14 392)	(173)	–	–	(14 565)
	308	(39)	–	293	562
<b>Travaux en cours</b>					
Coût	312	63	–	(312)	63
<b>Valeur nette comptable</b>	1 585	232	–	–	1 817

## 9

### INSTRUMENTS FINANCIERS

#### A. JUSTE VALEUR

La trésorerie – Fonds des talents, les débiteurs, le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada, les créditeurs et charges à payer et les obligations relatives aux programmes d'aide financière font partie du cours normal des activités de la Société.

Ces instruments financiers sont évalués au coût ou au coût amorti. La Société ne détient aucun dérivé ou instrument de capitaux propres donc aucune évaluation à la juste valeur n'est requise. Conséquemment, la Société n'a pas préparé d'état des gains et pertes de réévaluation.

#### B. OBJECTIFS ET POLITIQUE EN MATIÈRE DE GESTION DES RISQUES FINANCIERS

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

##### i. Risque de taux d'intérêt

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

##### ii. Risque de liquidité

La Société est exposée au risque de liquidité en raison de ses passifs financiers : créditeurs et charges à payer et obligations relatives aux programmes d'aide financière (note 6). Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des créditeurs et charges à payer au 31 mars 2014 :

	31 mars 2014	31 mars 2013
1-30 jours	1 845	1 864
31-90 jours	–	–
91 jours à 1 an	180	202
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuels	2 025	2 066

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

##### iii. Risque de crédit

Les instruments financiers qui pourraient assujettir la Société à un risque de concentration de crédit se composent principalement des débiteurs et du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada.

## 9. INSTRUMENTS FINANCIERS (SUITE)

### DÉBITEURS

Il n'y a pas de concentration de débiteurs pour un client en particulier, de par la nature de la clientèle et leur répartition géographique. La Société est ainsi protégée contre une concentration du risque de crédit. Au 31 mars 2014, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux débiteurs correspond à leur valeur comptable. La Société effectue une analyse individuelle des débiteurs pour déterminer la provision pour créances irrécouvrables. Les facteurs pris en considération pour déterminer la dépréciation sont l'âge de la créance, l'historique de paiement et le respect de l'entente de remboursement en cours, le cas échéant. La Société ne détient aucune garantie à l'égard de ses créances. Le détail des débiteurs par échéance et les provisions pour créances irrécouvrables afférentes sont constitués de la manière suivante :

	31 mars 2014	31 mars 2013
Courant – 30 jours	1 843	1 332
31-90 jours	377	720
91 jours et plus	1 349	1 367
<b>Débiteurs – Bruts</b>	<b>3 569</b>	3 419
Provision pour créances irrécouvrables		
Solde au début de l'exercice	847	952
Dépense pour créances irrécouvrables	69	79
Débiteurs radiés et recouvrements	(401)	(184)
<b>Solde à la fin de l'exercice</b>	<b>515</b>	847
<b>Débiteurs – Nets</b>	<b>3 054</b>	2 572

### MONTANT À RECEVOIR DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada ne présente pas de risque de crédit car il s'agit de sommes à recouvrer d'un organisme subventionnaire relevant du ministère du Patrimoine canadien.

## 10

### ENGAGEMENTS

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipements dans le cadre de ses activités. Les paiements futurs sont payables comme suit :

	Total
2015	1 204
2016	1 617
2017	1 608
2018	1 630
2019 et suivantes	10 315
	16 374

# 11

## ÉVENTUALITÉS

Dans le cours normal des affaires, diverses poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que le règlement final des poursuites ne devrait pas avoir d'effet important sur les états financiers. Conséquemment, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société.

# 12

## 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 à la valeur d'échange.

# 13

## CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de 2012-2013 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2013-2014.

# 14

## DONNÉES BUDGÉTAIRES

Les données budgétaires ont été fournies à titre de comparaison et ont été approuvées par le conseil d'administration.

# ANNEXES A ET B

## AUTRES RENSEIGNEMENTS

### A. FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

	2014 Budget	2014	2013
Salaires et avantages sociaux	19 879	19 065	19 848
Location, taxes, chauffage et électricité	1 875	1 873	1 892
Honoraires professionnels	2 217	1 545	1 694
Technologies de l'information	1 224	1 159	1 242
Amortissement d'immobilisations corporelles	726	737	1 036
Frais de bureau	675	637	580
Voyages et accueil	611	525	553
Publicité et publications	334	252	224
	27 541	25 793	27 069

### B. COÛTS DES PROGRAMMES DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

	2014 Budget	2014	2013
<b>Salaires et avantages sociaux</b>			
Gestion, administration et livraison	6 023	5 829	5 914
Secteurs à services partagés	1 206	1 169	1 331
<b>Secteurs en support aux opérations</b>	2 706	2 707	2 727
<b>Autres coûts</b>	134	104	171
	10 069	9 809	10 143

Les coûts admissibles aux fins des honoraires de gestion sont définis dans l'entente de services avec le Fonds des médias du Canada.

#### GESTION, ADMINISTRATION ET LIVRAISON DES PROGRAMMES ET SECTEURS À SERVICES PARTAGÉS

Les frais de gestion, d'administration et de livraison des programmes sont constitués de coûts salariaux inhérents aux gestionnaires responsables des fonds, aux employés administratifs en soutien aux opérations et aux employés spécialisés dans la livraison des activités des programmes. Les coûts des secteurs à services partagés proviennent des salaires et avantages sociaux reliés aux départements qui desservent l'ensemble des programmes soit les services des finances et du secteur information, performance et risques.

#### SECTEURS EN SUPPORT AUX OPÉRATIONS

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

#### AUTRES COÛTS

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

# RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

## COMITÉ CONSULTATIF DU FONDS DES TALENTS

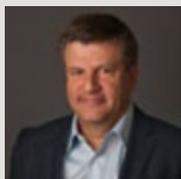
Faisant toujours preuve d'innovation pour renforcer son rôle d'investisseur, Téléfilm offre à l'industrie audiovisuelle canadienne un outil pour diversifier ses sources de financement. Le Fonds des talents a été créé pour financer les premières œuvres signées par de jeunes cinéastes de talent du Canada et soutenir les productions des cinéastes réputés dont les œuvres ont été récompensées. Le comité consultatif du Fonds regroupe des chefs de file du monde des affaires et du secteur communautaire provenant de toutes les régions du pays.



**David Aisenstat**  
Propriétaire et  
chef de la direction,  
Keg Restaurants Ltd.  
(Colombie-Britannique)



**Margaret Anne Fountain**  
Philanthrope et mécène  
(Nouvelle-Écosse)



**John Bitove**  
Chef de la direction,  
Obelysk Inc.  
(Ontario)



**Dr. Anil Gupta**  
Directeur médical  
de la Cardiologie clinique,  
Trillium Health Centre  
(Ontario)



**Micheline Bouchard**  
Administratrice de sociétés  
(Québec)



**Carol R. Hill**  
Directrice des Communications  
pour Harvard Developments Inc.,  
une société Hill  
(Saskatchewan)



**Mark Dobbin**  
Fondateur et président,  
Killick Capital Inc.  
(Terre-Neuve-et-Labrador)



**Hartley T. Richardson, C.M., O.M.**  
Président, comité consultatif  
du Fonds des talents  
Président et chef de la direction,  
James Richardson & Fils, Limitée  
(Manitoba)

## DONATEURS DU FONDS DES TALENTS

- |   |                                    |                        |
|---|------------------------------------|------------------------|
| 1. The Virmani Family Charitable Foundation | 3. Carolyn Hursh et Lawrence Hursh | 6. Brian Hastings      |
| 2. Entertainment One Films Canada Inc.      | 4. Kivuto Solutions Inc.           | 7. Kathleen Sandall    |
|   | 5. Elisabeth Ruth Hastings         | 8. Frederick Gallagher |

## FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION ET À LA POSTPRODUCTION

- |                              |                                |                               |                                 |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. 88                        | 23. Cubicle Warriors           | 47. Les démons                | 71. Standstill                  |
| 2. 1987                      | 24. Down in the Valley         | 48. Les loups                 | 72. Swearnet                    |
| 3. A Christmas Horror Story  | 25. Down River                 | 49. Les maîtres du suspense   | 73. Teen Lust                   |
| 4. A Worthy Companion        | 26. Dr. Cabbie                 | 50. Lièvres                   | 74. The Birdwatcher             |
| 5. After the Ball            | 27. Eadweard                   | 51. Life                      | 75. The Calling                 |
| 6. Algonquin                 | 28. Endorphine                 | 52. Love Project              | 76. The Dark Stranger           |
| 7. Ally Was Screaming        | 29. Entre la paix et la guerre | 53. Lure                      | 77. The Devil's Horn            |
| 8. Aloft                     | 30. Fall                       | 54. Man Vs.                   | 78. The Dick Knost Show         |
| 9. Autrui                    | 31. Guidance                   | 55. Maps to the Stars         | 79. The Editor                  |
| 10. Avant les rues           | 32. Gurov and Anna             | 56. Midnight Sun              | 80. The Elephant Song           |
| 11. Backcountry              | 33. Heartbeat                  | 57. Mommy                     | 81. The Girl King               |
| 12. Ballerina                | 34. Hellions                   | 58. Mountain Men              | 82. The Scarehouse              |
| 13. Bang Bang Baby           | 35. Henri Henri                | 59. N.O.I.R.                  | 83. The Secret Trial 5          |
| 14. Big Muddy                | 36. Hit by Lightning           | 60. No Men Beyond this Point  | 84. Turbo Kid                   |
| 15. Big News from Grand Rock | 37. How to Be Deadly           | 61. One Sweet Film            | 85. Two 4 One                   |
| 16. Black Code               | 38. I Put a Hit on You         | 62. Patch Town                | 86. Un film de chasse de filles |
| 17. Black Fly Summer         | 39. Je suis à toi              | 63. Pretend We're Kissing     | 87. Un monde truqué             |
| 18. Chorus                   | 40. Katia                      | 64. Qu'est-ce qu'on fait ici? | 88. Wet Bum                     |
| 19. Cinemanovels             | 41. La face cachée de l'impôt  | 65. Reasonable Doubt          | 89. What an Idiot               |
| 20. Corbo                    | 42. La gang des hors-la-loi    | 66. Regression                | 90. What We Have                |
| 21. Crawlspace               | 43. La guerre des tuques 3D    | 67. Relative Happiness        | 91. Zoom                        |
| 22. Cruel & Unusual          | 44. La passion d'Augustine     | 68. Remember                  |                                 |
|                              | 45. La petite reine            | 69. Rest Home                 |                                 |
|                              | 46. Le vrai du faux            | 70. Seances                   |                                 |

## FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

- |  |   |                                   |   |
|--|---|-----------------------------------|---|
| 1. 3 histoires d'Indiens                   | 25. Foxfire, Confessions of a Girl Gang | 49. Les États inventés d'Amérique | 71. That Burning Feeling                |
| 2. Acrobat                                 | 26. Gabrielle                           | 50. L'ours                        | 72. The Apprenticeship of Duddy Kravitz |
| 3. AKP: Job 27                             | 27. Gerontophilia                       | 51. Maïna                         | 73. The Art of the Steal                |
| 4. All the Wrong Reasons                   | 28. Ghosts with Shit Jobs               | 52. Margarita                     | 74. The Colony                          |
| 5. Amsterdam                               | 29. Henry                               | 53. Meetings with a Young Poet    | 75. The Dirties                         |
| 6. Arwad                                   | 30. Hot Dog                             | 54. Mesnak                        | 76. The Disappeared                     |
| 7. Ayiti Toma                              | 31. Hotel Congress                      | 55. Miraculum                     | 77. The Good Lie                        |
| 8. Bird Co. Media                          | 32. Il était une fois les boys          | 56. Moroccan Gigolos              | 78. The Husband                         |
| 9. Blackbird                               | 33. It Was You Charlie                  | 57. No Clue                       | 79. The Right Kind of Wrong             |
| 10. Bunker 6                               | 34. Jeppe on a Friday                   | 58. Patch Town                    | 80. The Year Dolly Parton Was My Mom    |
| 11. Cas & Dylan                            | 35. La cicatrice                        | 59. Pour l'amour de Dieu          | 81. Three Night Stand                   |
| 12. Chasse au Godard d'Abbitibbi           | 36. La coupe                            | 60. Premier Amour                 | 82. Tom à la ferme                      |
| 13. Clydecynic                             | 37. La fille du Martin                  | 61. Que ta joie demeure           | 83. Tout ce que tu possèdes             |
| 14. Corno, corps et âme                    | 38. La garde                            | 62. Quelqu'un d'extraordinaire    | 84. Toutes des connes                   |
| 15. Cyanure                                | 39. La légende de Sarila                | 63. Rebelle                       | 85. Triptyque                           |
| 16. Dead Before Dawn 3D                    | 40. La maison du pêcheur                | 64. Ressac                        | 86. Un parallèle plus tard              |
| 17. Diego Star                             | 41. Lac mystère                         | 65. Rouge sang                    | 87. Une jeune fille                     |
| 18. Dr. Cabbie                             | 42. L'ADN de GSP                        | 66. Sarah préfère la course       | 88. Vic & Flo ont vu un ours            |
| 19. Elliot                                 | 43. L'ange gardien                      | 67. Secondaire 5                  | 89. Wakening                            |
| 20. Empire of Dirt                         | 44. L'autre maison                      | 68. Sex After Kids                | 90. Watermark                           |
| 21. Enemy                                  | 45. Le bunker                           | 69. Stage Fright                  | 91. When Jews Were Funny                |
| 22. Exil                                   | 46. Le coq de St-Victor                 | 70. Stay                          | 92. Whitewash                           |
| 23. Fermières                              | 47. Le démantèlement                    |                                   |   |
| 24. Fight Like Soldiers, Die Like Children | 48. Les 4 soldats                       |                                   |   |

### FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

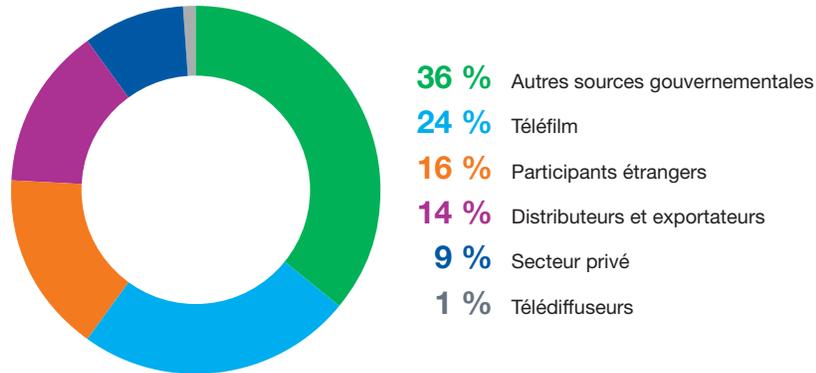
- |   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| 1. Atlantic Film Festival                                     | 13. Festival du film de l'Outaouais                                    | 23. Gimli Film Festival  | 35. Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver |
| 2. Available Light Film Festival and Media Industry Forum     | 14. Festival du film et de la vidéo autochtone de Montréal             | 24. Hot Docs – Canadian International Documentary Festival         | 36. St. John's International Women's Film Festival              |
| 3. Calgary International Film Festival                        | 15. Festival du nouveau cinéma de Montréal                             | 25. Images Festival  | 37. Toronto International Film Festival                         |
| 4. Caribbean Tales Youth Film Festival                        | 16. Festival international de cinéma jeunesse de Rimouski              | 26. imagineNATIVE Film + Media Arts Festival                       | 38. Toronto Reel Asian International Film Festival              |
| 5. Cinéfest Sudbury International Film Festival               | 17. Festival international de cinéma Vues d'Afrique                    | 27. Kingston Canadian Film Festival                                | 39. Vancouver International Film Festival                       |
| 6. Cinéfranco – Festival international du film francophone    | 18. Festival international de films Fantasia                           | 28. Ottawa International Animation Festival                        | 40. Victoria Film Festival                                      |
| 7. Cinémental   | 19. Festival international du cinéma francophone en Acadie             | 29. Percéides – Festival international de cinéma et d'art de Percé | 41. Whistler Film Festival                                      |
| 8. DOXA Documentary Film Festival                             | 20. Festival international du film pour enfants de Montréal            | 30. Reel 2 Real International Film Festival for Youth              | 42. Windsor International Film Festival                         |
| 9. Dreamspeakers Film Festival                                | 21. Festival international du film sur l'art                           | 31. ReelWorld Film Festival  | 43. Yorkton Short Film & Video Festival                         |
| 10. Edmonton International Film Festival                      | 22. Freeze Frame: The International Film Festival for Kids of All Ages | 32. Regard sur le court métrage au Saguenay                        |   |
| 11. Festival des films du monde                               |  | 33. Rencontres internationales du documentaire de Montréal         |   |
| 12. Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue |  | 34. Rendez-vous du cinéma québécois                                |   |

### FESTIVALS DE FILMS, MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX AUXQUELS TÉLÉFILM A PARTICIPÉ

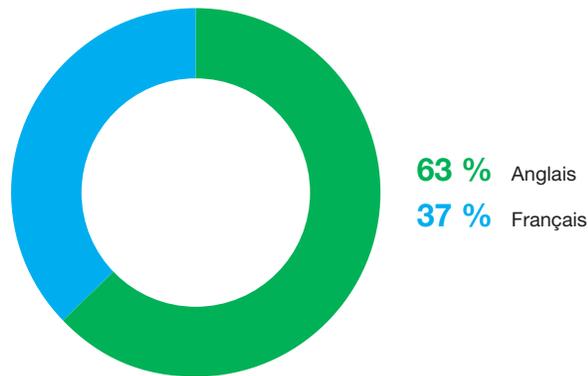
- |   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| 1. Academy Awards   | 9. Festival de Cannes  | 15. IFP Filmmaker Conference                 | 23. MyFrenchFilmFestival                                  |
| 2. ACE – Ateliers du Cinéma Européen                      | 10. Festival du film francophone d'Angoulême                     | 16. International Film Festival Rotterdam    | 24. National Association of Television Program Executives |
| 3. Beijing International Film Festival                    | 11. Festival international du court métrage de Clermont- Ferrand | 17. Karlovy Vary International Film Festival | 25. Palm Springs International Film Festival              |
| 4. Berlinale / European Film Market                       | 12. Festival international du film francophone de Namur          | 18. Locarno International Film Festival      | 26. Sundance Film Festival                                |
| 5. Bogota Audiovisual Market                              | 13. FILMART – Hong Kong International Film & TV Market           | 19. Los Cabos International Film Festival    | 27. Tokyo International Film Festival                     |
| 6. Busan International Film Festival                      | 14. Game Developers Conference                                   | 20. Miami International Film Festival        | 28. Toronto International Film Festival                   |
| 7. Canadian Front at the Museum of Modern Art in New York |  | 21. MIPCOM                                   | 29. Venice Film Festival                                  |
| 8. Cinéma du Québec à Paris                               |  | 22. MIPTV                                    |   |

## STATISTIQUES

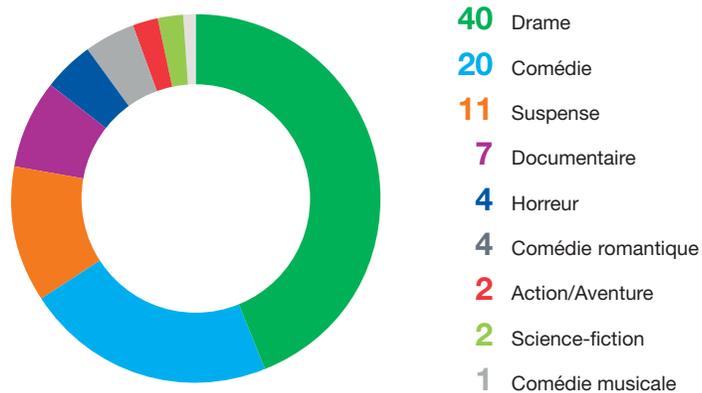
### Participation financière dans les productions financées par Téléfilm



### Financement par marché linguistique



### Genres cinématographiques – Production et postproduction (nombre de films)



## BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

### **Siège social – Région du Québec**

360, rue Saint-Jacques  
Bureau 500  
Courrier et livraison – Bureau 600  
Montréal (Québec)  
H2Y 1P5  
Téléphone : (514) 283-6363  
Sans frais : 1-800-567-0890  
Télécopieur : (514) 283-8212

### **Région de l'Atlantique**

1660, rue Hollis  
Bureau 401  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
B3J 1V7  
Téléphone : (902) 426-8425  
Sans frais : 1-800-565-1773  
Télécopieur : (902) 426-4445

### **Région de l'Ontario et du Nunavut**

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

### **Région de l'Ouest**

210, rue Georgia Ouest  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 0L9  
Téléphone : (604) 666-1566  
Sans frais : 1-800-663-7771  
Télécopieur : (604) 666-7754

