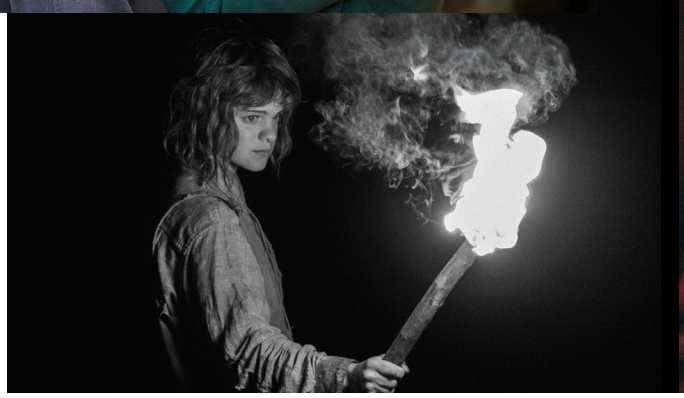
TELEFILM CANADA

VOIR PLUS GRAND

PLAN STRATÉGIQUE 2018-2020

DEPUIS 50 ANS, TÉLÉFILM CANADA SOUTIENT L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE CANADIENNE DANS SA QUÊTE D'EXCELLENCE À L'ÉCHELLE MONDIALE



SOMMAIRE

Depuis 50 ans, Téléfilm Canada soutient l'industrie audiovisuelle canadienne dans sa recherche d'un niveau mondial d'excellence, Téléfilm est passée d'une stratégie axée sur le développement des compétences de l'industrie et sa capacité à produire, à une stratégie misant sur la promotion du contenu audiovisuel et du talent : découverte, exportation et notoriété.

En d'autres mots, la Société a « osé changer », comme le mentionnait M. Michel Roy, alors président du conseil d'administration au cours d'une allocution remarquée en 2010. Plus qu'une simple figure de style, il s'agit d'un véritable changement de paradigme. L'organisation s'est recentrée sur l'industrie et a dynamisé sa structure pour la rendre plus agile. Téléfilm est aujourd'hui, une entité bien gouvernée, avec un conseil d'administration compétent et dévoué, des mécanismes d'encadrement efficaces et des employés qui montrent un enthousiasme palpable au travail. Entièrement dédiée au succès de l'industrie, Téléfilm est une société qui exerce un contrôle serré de ses coûts tout en atteignant ses objectifs stratégiques.

Dans la foulée de ces ajustements, Téléfilm a revu ses programmes, simplifié ses processus et accéléré la prise de décision. Elle a affûté ses outils de recherche et optimisé ses services en ligne. Au cours de cette période, de nouvelles initiatives ont été lancées, dont l'Indice de réussite. Téléfilm poursuit son approche de valoriser les partenariats afin de favoriser les coproductions et a diversifié ses sources de financement en instituant, entre autres, le Fonds des talents, un fonds de dons privés.

Téléfilm s'est donné un autre objectif ambitieux pour les prochaines années : bâtir un portefeuille d'œuvres cinématographiques diversifié pour mieux refléter la population canadienne, ce qui inclut des mesures concrètes touchant la parité hommes-femmes, un soutien accru aux réalisateurs autochtones et, sous peu, un plan d'action visant à refléter la diversité des points de vue des Canadiens et Canadiennes. La création du Programme de production à micro-budget, récemment bonifié et rebaptisé **Talents en vue**, s'est traduite par l'émergence d'une nouvelle génération de créateurs. Par ses actions, Téléfilm a institué une nouvelle ère qui met de l'avant le talent et la réussite culturelle.

Tous ces efforts ont contribué au rayonnement de plusieurs créateurs canadiens qui mènent actuellement des carrières internationales et produisent des œuvres marquantes qui rejoignent des dizaines de millions de personnes dans de nombreux pays. « Voir grand » est au cœur de la mission que Téléfilm s'est donnée au cours des dernières années. Et plus que jamais, il nous est permis de Voir encore plus grand et de saisir les occasions qui nous sont offertes.

Ainsi, dans le cadre de son Plan stratégique des prochaines années, et dans le contexte où une nouvelle politique culturelle est en cours de développement par le gouvernement canadien, Téléfilm souhaite encourager et soutenir l'industrie audiovisuelle canadienne qui est en pleine mutation. À cet effet, Téléfilm mettra l'accent sur quatre secteurs d'action : favoriser l'innovation, renforcer le positionnement du talent canadien sur la scène internationale, stimuler l'exportation des œuvres et continuer d'exceller sur le plan opérationnel.

Volonté, audace, et esprit d'ouverture sont les éléments déterminants qui assureront la pérennité de l'industrie audiovisuelle canadienne.

CE N'EST QU'EN INTÉGRANT L'ENSEMBLE DES FACETTES D'UNE INDUSTRIE MATURE QUE TÉLÉFILM POURRA CONTRIBUER À FAIRE DU CANADA LE PLUS IMPORTANT PAYS PRODUCTEUR DE CONTENU INDÉPENDANT.

DANS SA VOLONTÉ
D'« OSER CHANGER »,
TÉLÉFILM A MIS EN PLACE,
DÉVELOPPÉ ET CONSOLIDÉ
DES INITIATIVES,
DES PROGRAMMES
ET DES RELATIONS
D'AFFAIRES QUI
LA POSITIONNENT
AVANTAGEUSEMENT
DANS LA RÉALISATION
DU PRÉSENT PLAN.

UNE SOCIÉTÉ AXÉE SUR LES RÉSULTATS

Au cours des dernières années, Téléfilm a instauré des pratiques de gestion axées sur les résultats en concevant des outils, des indicateurs de performance et des processus pour ses équipes et l'industrie. Trois réalisations se sont démarquées.

REFONTE DES PROGRAMMES

Téléfilm a simplifié ses processus d'accès au financement en procédant à une révision en profondeur de ses programmes de financement, qui sont passés de 37 à 8.

INDICE DE RÉUSSITE

Créé en 2010, cet indicateur de performance a permis à l'industrie de se transformer et d'innover. Développé en collaboration avec des partenaires de l'industrie, cet indice s'est traduit par une augmentation du nombre de coproductions, une contribution du financement privé et un accroissement du financement accordé aux entreprises performantes. Il s'est avéré un outil privilégié dans ce contexte évolutif.

GESTION RIGOUREUSE

Un suivi rigoureux de ses pratiques a permis à Téléfilm de réduire son ratio de frais de gestion, lequel est passé de 7 % à 5,2 % en cinq ans. Une performance qui a généré près de dix millions de dollars d'économies budgétaires administratives qui ont été réinvesties dans le financement de la production. Ce résultat est d'autant plus positif que le taux de satisfaction de sa clientèle est maintenant de 90 %.

UNE SOCIÉTÉ FAVORISANT LES PARTENARIATS

Prospérer dans l'industrie audiovisuelle nécessite de sceller des partenariats ciblés avec des joueurs stratégiques. Ces alliances sont indispensables à la création de grandes œuvres cinématographiques, à leur financement, à leur mise en marché et à leur distribution. Elles sont également essentielles pour la promotion des talents canadiens et de leur contenu au pays comme à l'étranger.

DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

La promotion des talents canadiens passe dorénavant par un ensemble d'activités nationales et internationales. Au fil des années, plusieurs événements d'envergure ont été réalisés conjointement avec nos principaux partenaires, dont le Fonds des médias du Canada, Bell Média, Corus Entertainment, Rogers Documentary Fund, Air Canada, Birks, Eurimages, My French Film Festival, l'Office national du film du Canada; ainsi qu'avec les agences provinciales, les consulats et les ambassades. Ces événements contribuent à accroître la notoriété de nos talents et à favoriser l'avancement de leur carrière dans les principaux marchés.

DISTRIBUTION EN LIGNE

Des projets pilotes ont été mis sur pied afin d'assurer la distribution mondiale de productions canadiennes. Grâce à ces initiatives, plus de 150 titres sont actuellement offerts dans la boutique canadienne d'iTunes, et quelque 200 heures de contenu sont offertes sur le système de divertissement à bord de VIA Rail Canada. Par ailleurs, une entente avec Éléphant ClassiQ prévoit le sous-titrage en espagnol d'une cinquantaine de films emblématiques du Québec, qui seront mis à la disposition des festivals en langue espagnole aux États-Unis et en Amérique latine, de même que sur iTunes.

PUBLICATIONS

Téléfilm a mené plusieurs travaux de recherche, notamment sur les changements dans les préférences et habitudes de consommation des auditoires. Ces projets ont été réalisés en collaboration avec des partenaires comme le Fonds des médias du Canada, la Société de développement des entreprises culturelles du Québec, l'Association canadienne de la production médiatique et l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

UNE SOCIÉTÉ AXÉE SUR LE **TALENT** ET LA **PROMOTION**

L'industrie audiovisuelle canadienne évolue dans un environnement mondial hautement compétitif. Plusieurs grands joueurs bénéficient de ressources financières suffisantes pour monopoliser l'offre du contenu audiovisuel. À cet égard, Téléfilm croit qu'il existe de réelles occasions de mettre en valeur le talent canadien. De nombreux projets ont été lancés en ce sens au cours des dernières années.

DIVERSITÉ

La diversité des voix et des perspectives constitue le principal atout de l'industrie audiovisuelle canadienne. Plus que jamais, Téléfilm soutient les femmes, les talents émergents et les cinéastes autochtones de partout au pays dans leur capacité d'offrir aux auditoires d'ici et d'ailleurs un cinéma original, divertissant et tout simplement exceptionnel. Plusieurs ententes ont été signées dans cette foulée. Afin de s'assurer que toutes ces voix puissent se faire entendre, des mesures concrètes ont été mises en place.

PROMOTION

Les initiatives de promotion internationale « Voir grand », « Perspective Canada » et « Talent tout court » ont été lancées avec, pour résultat, un rayonnement et une reconnaissance accrus à Cannes, à Berlin et dans plusieurs autres importants festivals et marchés dans le monde. De plus, d'autres initiatives promotionnelles axées vers les consommateurs ont été créées, dont « Canada Now » et des campagnes de marketing numérique, afin d'aider les films canadiens à rejoindre davantage d'auditoires.

FONDS DES TALENTS

Créé en 2012, le Fonds soutient principalement la découverte et le développement de la carrière des créateurs émergents. Depuis son lancement, l'initiative a obtenu un appui substantiel de plus de 16 millions de dollars, provenant d'entreprises canadiennes, de fondations et de donateurs individuels. Ce Fonds subventionne en grande partie un nouveau programme de production à micro-budget, Talents en vue, dans le but de financer quelque 50 projets chaque année.

SOIRÉES CINÉMA AU CANADA

L'initiative des « Soirées cinéma au Canada » a été créée en collaboration avec l'industrie afin de souligner le 150e anniversaire de la confédération du Canada et le 50e anniversaire de Téléfilm Canada, Les projections organisées dans huit villes d'un océan à l'autre ont permis de mettre en valeur l'immense créativité et la grande richesse de notre industrie audiovisuelle.

ACCOMPAGNEMENT ET RECONNAISSANCE

Téléfilm a offert un accompagnement sans précédent aux talents canadiens tant sur la scène nationale qu'internationale, y compris au festival de Cannes, de Venise, de Berlin, à Sundance, ou encore au MIPTV et au MIPCOM. En outre, un soutien continu a été accordé aux talents en nomination aux Oscars, aux Césars et aux Golden Globes. Téléfilm a également participé à l'organisation de différents événements partout au pays.

DES **FORCES** EN ACTION

ET DES **DÉFIS** À RELEVER

Les réalisations des dernières années ont opéré un véritable changement de perception chez les Canadiens, qui ont pris conscience de la valeur de nos films et du rôle essentiel que joue l'industrie audiovisuelle dans le développement économique et culturel de notre pays. Elles ont également forgé notre réputation à l'étranger, permettant à notre industrie de jouir d'une reconnaissance internationale inégalée. Ces succès témoignent du chemin parcouru à ce jour, et confirment également que Téléfilm est résolument engagée sur la bonne voie : soutenir la production de contenus de grande qualité, agir comme un incubateur de talents, offrir des conditions favorables à l'émergence de voix originales et contribuer à leur rayonnement mondial.

AUJOURD'HUI, L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE CANADIENNE SE DISTINGUE PAR :

- **LA RÉVÉLATION** d'un nombre important de créateurs canadiens sur la scène internationale, et l'émergence de nouveaux talents qui ont contribué à confirmer le Canada comme un terreau fertile à la création.
- **UNE RECONNAISSANCE** établie de la qualité des films et séries télévisuelles, et de la richesse de la diversité culturelle canadienne.
- **UNE MATURITÉ** et une assurance acquises à créer et à produire des contenus de grande qualité à l'échelle mondiale.
- **UNE RELÈVE** prometteuse grâce à l'émergence d'une nouvelle génération de créateurs.

POUR SA PART, TÉLÉFILM ATTESTE D'UNE :

- **INTÉGRATION** croissante d'une mesure quantitative du succès, ce qui s'inscrit dans le développement d'une culture de résultats.
- **AGILITÉ** organisationnelle qui lui a permis de s'adapter à un environnement en mutation rapide, à innover et à attirer de nouveaux fonds privés.

REGARD VERS L'AVENIR

POUR CONTINUER D'ÉVOLUER DANS CET ENVIRONNEMENT, TÉLÉFILM — DE CONCERT AVEC L'INDUSTRIE — DEVRA AFFRONTER TROIS GRANDS DÉFIS.

ASSURER LE FINANCEMENT D'ENTREPRISES

La Société se questionne sur la manière d'adapter ses règles pour s'assurer que des contenus diversifiés de qualité continuent d'être produits. Elle s'interroge également sur une meilleure façon d'aider les entreprises clientes à affronter la nouvelle concurrence mondiale en matière de productions audiovisuelles et de diffusion.

REJOINDRE LES AUDITOIRES ET OPTIMISER LA PROMOTION

Un enjeu qui se traduit au sein de la société par une réflexion sur la meilleure manière d'accéder à la fois aux joueurs clés comme source de financement dans l'univers numérique et à l'auditoire potentiel qu'ils représentent, particulièrement aux États-Unis. Téléfilm se questionne aussi sur comment stimuler l'exploitation de nouveaux canaux de diffusion et de promotion, et ainsi contribuer à la découverte et à la notoriété des œuvres et des talents canadiens.

ADAPTER LA GOUVERNANCE

Téléfilm souhaite pouvoir soutenir l'industrie en identifiant des façons de se positionner en complémentarité avec d'autres organisations pour mieux répondre à ses besoins. La Société cherche également à satisfaire les attentes exprimées touchant l'équité et la représentativité des divers groupes d'intérêts.

UN ENVIRONNEMENT EN CONSTANTE ÉVOLUTION

L'industrie audiovisuelle et Téléfilm font actuellement face à un environnement qui évolue rapidement et significativement. Téléfilm devra tenir compte de plusieurs variables dans l'atteinte de ses objectifs et s'ajuster en conséquence.

UN UNIVERS COMPLEXE, DYNAMIQUE, AUX MULTIPLES FACETTES

1 ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

- Nouvelle administration en place (Patrimoine canadien, CRTC, SRC, Téléfilm)
- Nouvelle politique culturelle canadienne en cours de développement
- Pressions croissantes pour faire face aux enjeux fiscaux concernant les nouveaux joueurs numériques

2 ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Présence établie, voire dominante, des joueurs numériques étrangers dans le domaine de la diffusion et de la production de contenu audiovisuel
- Accélération de la mondialisation et de la concentration des joueurs
- Modèles d'affaires traditionnels en rupture

3 ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE

- Avancées marquées dans les domaines analytiques et d'exploitation des données de masse au profit des nouveaux joueurs numériques
- Développement et arrivée prochaine du 5G, qui propulsera davantage la consommation en mobilité

4 ENVIRONNEMENT SOCIAL

- Adoption massive par les consommateurs des nouveaux canaux de contenu à la demande
- Pression croissante pour un traitement économique équitable pour tous les créateurs
- Efforts concertés pour garantir un environnement de travail sécuritaire et respectueux
- Hausse de l'intérêt pour des créations plus diversifiées et nichées — alimentée notamment par des youtubeurs, portés par leurs millions d'abonnés

5 ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

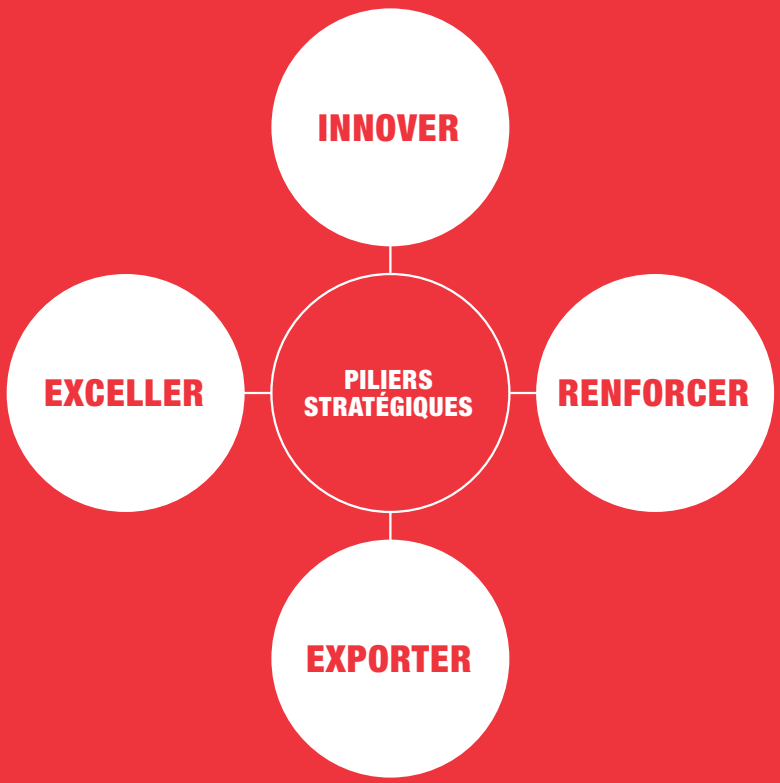
- L'univers de la télé et celui du cinéma maintenus systématiquement distincts au Canada, alors que ces deux secteurs tendent à converger mondialement
- L'industrie audiovisuelle canadienne est constituée de plusieurs microentreprises; des entreprises sous-capitalisées qui témoignent d'une faible propension à l'exportation
- Une concurrence qui s'exerce résolument sur l'ensemble de la planète

PLAN STRATÉGIQUE 2018-2020
NOUVELLES ORIENTATIONS

En se fondant sur ces constats et ses réalisations passées, Téléfilm travaillera au cours des prochaines années à accroître la présence canadienne sur la scène internationale. Parallèlement, la Société accompagnera l'industrie audiovisuelle canadienne dans son évolution afin de s'assurer qu'elle est bien outillée pour faire face à la concurrence mondiale.

Les orientations proposées dans le cadre du Plan stratégique 2018-2020 résultent d'un processus de consultation, d'une analyse de l'environnement et d'une réflexion alignée sur les besoins de l'industrie. Elles reposent sur des réalisations tangibles et sur un solide leadership ainsi que sur une connaissance approfondie du paysage national et international, et s'inscrivent dans une perspective de continuité avec les précédents plans d'action.

Afin de dégager rapidement les bénéfices des nouvelles orientations, Téléfilm a d'ores et déjà activé des chantiers stratégiques dont les premiers résultats sont attendus dès l'an 1 de la mise en œuvre de ce plan.



PILIER STRATÉGIQUE

L'innovation sera davantage encouragée et stimulée
tant en matière de contenu, de modèles d'affaires, que de gestion.

INNOVER

TROIS ORIENTATIONS GUIDERONT NOTRE ACTION DÈS LA PREMIÈRE ANNÉE

1
Développer
le talent créatif canadien
et encourager l'innovation

2
Améliorer
la découvrabilité et
l'accessibilité du contenu
canadien sur toutes
les plateformes

3
Diversifier
les fonds et les revenus
afin de financer des
contenus spécifiques
ou de niche

CHANTIERS EN COURS OU À DÉMARRER DÈS 2018-2019

TALENTS EN VUE – Dans le cadre de son programme Talents en vue (anciennement Micro-budget), Téléfilm invite les Canadiens à faire preuve d'une créativité sans limite, à proposer des projets audacieux, originaux et avant-gardistes. Un budget de sept millions de dollars est prévu pour le financement de 50 nouveaux projets.

INNOVATION – Un nouveau programme, qui bénéficiera d'un financement de 2 millions de dollars, vise à faire démarrer des projets résolument innovateurs.

PILIER STRATÉGIQUE

Téléfilm mettra en place de nouvelles conditions pour consolider la capacité concurrentielle des joueurs de l'industrie en favorisant une approche entrepreneuriale.

RENFORCER

TROIS ORIENTATIONS GUIDERONT NOTRE ACTION

1
Offrir
un financement stable et prévisible

2
Encourager
la prise de risques financiers, l'émergence de nouveaux partenariats et le développement de modèles d'affaires innovants

3
Mettre en place
un soutien financier plus souple fondé sur l'entreprise

CHANTIERS EN COURS OU À DÉMARRER DÈS 2018-2019

FINANCEMENT AUX ENTREPRISES – Téléfilm évalue présentement les besoins et les formes possibles d'aide souhaitées par les joueurs de l'industrie ainsi que les enjeux actuels à corriger.

PARTENARIATS – La Société travaille à développer des directives favorisant un meilleur alignement entre les partenaires privés et publics.

PILIER STRATÉGIQUE

Téléfilm visera à renforcer le potentiel d'exportation de l'industrie en faisant valoir la bonne réputation du Canada en tant que partenaire de choix en coproduction et en augmentant le rayonnement de nos productions dans les festivals et les marchés internationaux.

EXPORTER

TROIS ORIENTATIONS GUIDERONT NOTRE ACTION

1
Encourager
la coproduction

2
Promouvoir
la marque et
les talents canadiens

3
Développer
une approche concertée avec des partenaires en matière de marketing et de promotion sur les marchés internationaux

CHANTIERS EN COURS OU À DÉMARRER DÈS 2018-2019

COPRODUCTION – Des sommes spécifiques sont réservées à la coproduction et au montage de projets de coproduction avec des partenaires internationaux sélectionnés.

PROMOTION – Téléfilm revoit présentement l'aide accordée aux talents émergents et aux projets canadiens Eurimages. Elle révise également ses stratégies et actions promotionnelles sur des territoires clés internationaux ainsi que les activités et les moyens de communication au Canada. Parallèlement, la Société travaille avec les principaux joueurs du numérique pour améliorer l'accessibilité, tant au Canada que sur les marchés internationaux, aux productions et au talent canadien.

FONDS DES TALENTS – Téléfilm cherche de nouvelles pistes de financement privé permettant d'assurer la pérennité du Fonds — un important véhicule dans le rayonnement des talents émergents de l'industrie canadienne. Elle étudie, par ailleurs, les pratiques exemplaires en matière de financement philanthropique et examine les pistes pour pénétrer les nouveaux marchés philanthropiques.

PILIER STRATÉGIQUE

Téléfilm continuera d'offrir de la valeur ajoutée et de l'efficience à ses parties prenantes, en plus de se surpasser dans un environnement en évolution rapide.

EXCELLER

TROIS ORIENTATIONS GUIDERONT NOTRE ACTION

1
Conserver
les ratios de dépenses de gestion à leur minimum et le degré de satisfaction des clients à son maximum tout en améliorant la performance générale de l'organisation

2
Développer
de nouveaux indicateurs clés de performance et maintenir à jour les indicateurs existants

3
Examiner
différentes pistes de solution pour mieux servir les clients, notamment en matière de planification de la relève

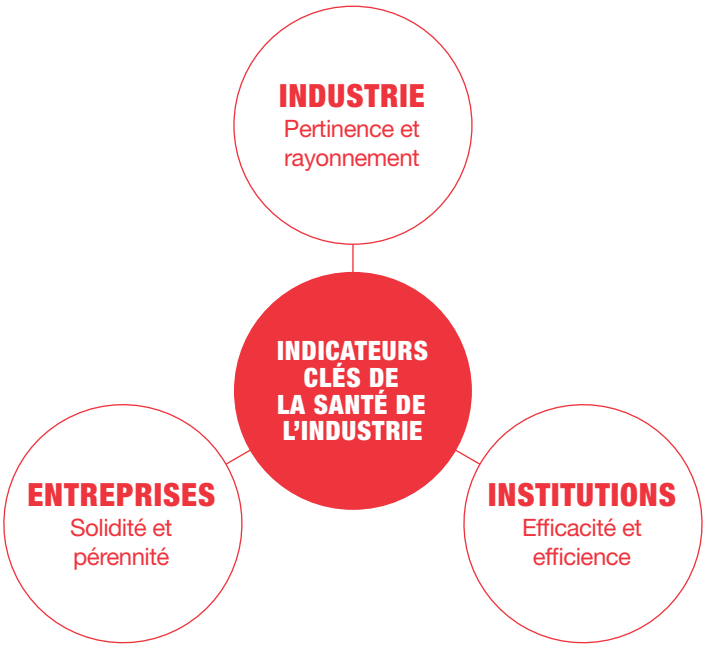
RISQUES ET MESURES DE MITIGATION

RELEVER le défi de la concurrence mondiale comporte des enjeux de réalisation. Aussi, Téléfilm veillera à atténuer les risques en endossant un rôle de leadership auprès de ses partenaires, et en préconisant une révision du financement de l'industrie et de la structure institutionnelle qui l'appuie.

Dans le but d'assurer un avenir pérenne à la production canadienne, Téléfilm continuera à optimiser l'allocation des fonds afin d'obtenir des résultats concrets en matière de gestion de la relève, de représentativité régionale, d'équité et de diversité.

LES MESURES DE SUCCÈS

Le Plan stratégique ne saurait être complet sans l'identification de mesures permettant d'évaluer la santé de notre secteur d'activité. Ce bilan sera produit à l'aide d'indicateurs de performance liés à trois entités distinctes, soit l'industrie, ses institutions et ses entreprises. Téléfilm développera ce cadre de mesure et rendra compte des résultats sur une base annuelle.



INDUSTRIE – La pertinence et le rayonnement de l'industrie seront mesurés par le poids économique (en dollars, en emplois et en pourcentage du PIB), par un indicateur du nombre de visionnements (canaux et territoires sélectionnés selon la disponibilité des données), par le nombre de talents renommés et révélés par l'entremise de festivals et de prix remportés, et par la perception globale de l'image de l'industrie canadienne.

INSTITUTIONS – L'efficacité et l'efficience de l'organisation seront mesurées par le degré de satisfaction de la clientèle, le montant en dollars provenant des fonds privés, un ratio d'efficience (établi par exemple selon le montant de dollars investi par les fonds publics par point d'Indice de succès), le ratio des frais de gestion et le degré d'atteinte des objectifs stratégiques ou opérationnels.

COMPAGNIES DE PRODUCTION – La solidité et la pérennité des entreprises seront évaluées par l'évolution du niveau global de l'Indice de réussite, l'évolution annuelle du pointage de succès total généré, la part du financement privé investie dans les projets ainsi que les revenus totaux et les actifs des sociétés de production.

CHANTIER EN COURS

TABLEAU DE BORD DE L'INDUSTRIE
De concert avec ses nombreux partenaires, Téléfilm a entrepris de dresser une liste des indicateurs et des mesures de succès. Une première version de ce tableau de bord sera réalisée à partir de la collecte et de l'analyse des données.

CONCLUSION

En plaçant l'innovation au cœur de ses priorités, en favorisant l'émergence de contenus avant-gardistes issus de la diversité canadienne, en rehaussant la présence du talent canadien, en encourageant l'exportation, en investissant sur de nouvelles plateformes de diffusion, en se questionnant sur les modèles d'affaires qui permettront de nous différencier dans un environnement en pleine mutation, et en agissant en complémentarité avec les partenaires de l'industrie, Téléfilm vise à soutenir l'industrie dans sa transformation et à contribuer à faire du Canada le plus important pays producteur de contenu indépendant.

Les prochaines années seront cruciales pour assurer sa pérennité. Le chemin parcouru au cours des dernières années nous permet d'envisager cette nouvelle étape avec optimisme.

CE PLAN STRATÉGIQUE TÉMOIGNE DE L'ENGAGEMENT RÉAFFIRMÉ DE TÉLÉFILM DE FAVORISER ET D'ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE CANADIENNE.

PRIORITÉS STRATÉGIQUES AU FIL DU TEMPS

BÂTIR L'INDUSTRIE
1960-70-80-90-00

Bâtir
les fondations de l'industrie

OSER CHANGER
2009-2011

Reconnaître
les besoins d'adaptation

CHANGER TÉLÉFILM
2011-2014

Revoir
les pratiques et les moyens

S'ARRIMER AUX AUDITOIRES
2015-2017

S'adapter
aux nouvelles attentes des consommateurs

VOIR PLUS GRAND
Prochaines années

Rehausser
la présence du talent canadien, ici et à l'étranger, et stimuler l'appui de l'industrie