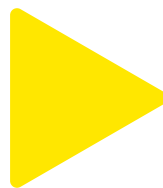


PROJETÉE
VERS L'AVENIR

RAPPORT ANNUEL
2016-2017

50

TELEFILM CANADA 50



TELEFILM CANADA 50

TABLE DES MATIÈRES



1	Faits saillants	15	Revue et analyse de gestion	49	Revue financière	68	Gouvernance
5	Réalisations			58	Gestion des risques	85	États financiers
6	Téléfilm célèbre ses 50 ans	16	L'industrie et les conditions économiques	61	Engagement communautaire	110	Renseignements supplémentaires
8	À propos de Téléfilm	22	Réalisation du plan stratégique	62	Fonds des talents		
11	Message du président du conseil d'administration						
13	Message de la directrice générale						

FAITS SAILLANTS

En 2016-2017, l'industrie canadienne s'est assurée d'un bel avenir grâce à notre meilleur atout — notre diversité. **Les femmes, les talents émergents et les créateurs autochtones** ont occupé le devant de la scène comme jamais auparavant. Et en cette année de **50^e anniversaire**, Téléfilm est résolument **projetée vers l'avenir**, et jamais le Canada n'aura autant rayonné.

PROJETÉE VERS L'AVENIR



LE CANADA DANS LE MONDE



Juste la fin du monde
de **Xavier Dolan**
a remporté le
Grand Prix
au Festival de Cannes
et trois Césars.



FESTIVAL DE CANNES



Maudie
a eu droit à une
projection de gala spéciale
à la Berlinale.
Chez nous, le film biographique
sur Maud Lewis ne manquera
pas de séduire
les auditoires canadiens.



Le film d'animation canadien
La guerre des tuques 3D
a été présenté en Chine
sur plus de
4 000
écrans.



Two Lovers and a Bear
a été présenté à la Quinzaine des
réalisateurs du Festival de Cannes et
donné le coup d'envoi aux Soirées cinéma
au Canada de Téléfilm à Ottawa.



Le premier long métrage
de **Yan England**,
1:54,
a remporté le
prix du Jury junior
à Namur et à Angoulême,
le Prix du Public Iris
et a clôturé la cinquième édition
du Mois de la Francophonie de
l'Organisation internationale
de la Francophonie.

LES CANADIENNES SE DÉMARQUENT



Elle Canada a consacré un reportage aux lauréates de l'Homage Diamant Birks aux femmes de l'année en cinéma dans son numéro de septembre.

De gauche à droite : Ann Marie Fleming (réalisatrice et cinéaste de films d'animation), Christine Horne (actrice), Jennifer Podemski (actrice et productrice), Ann Shin (documentariste), Amanda Crew (actrice), April Mullen (réalisatrice), Tracey Deer (réalisatrice), Marie Vien (scénariste), Caroline Dhavernas (actrice) et Léa Pool (réalisatrice). (Absente de la photo : Emma Donoghue, scénariste.)

QUELQUES FILMS MARQUANTS DE 2016-2017 RÉALISÉS PAR DES FEMMES



Werewolf
Ashley McKenzie



Pays
Chloé Robichaud



Nelly
Anne Émond



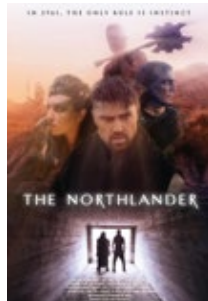
The Space Between
Amy Jo Johnson

FAITS SAILLANTS

PLEINS FEUX SUR LES TALENTS AUTOCHTONES



Angry Inuk
d'**Alethea Arnaquq-Baril**,
sélection officielle à la Berlinale
et grandement récompensé
au Hot Docs.



Le premier long métrage
de **Benjamin Ross Hayden**,
The Northlander,
présenté au imagineNATIVE Film
+ Media Arts Festival.



Maligluttit
de **Zacharias Kunuk**
présenté au Festival international
de films de Berlin et récompensé
aux prix Écrans canadiens.

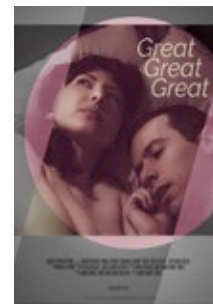
UN AVENIR PROMETTEUR POUR LES TALENTS ÉMERGENTS



The Lockpicker
de **Randall Okita**
a obtenu le
prix Découverte John Dunning
aux prix Écrans canadiens.



**The Land of Rock
and Gold**
de **Daniel Redenbach** et
Janine Windolph
a été présenté en première à
imagineNATIVE pour ensuite poursuivre
la tournée des festivals.



Great Great Great
d'**Adam Garnet Jones** et
de **Sarah Kolasky** a remporté les prix
du Meilleur film, du Meilleur scénario
et de la Meilleure interprétation
au Canadian Film Festival.

LE FONDS DES TALENTS

Karine Vanasse et Hartley T. Richardson
(président du Comité consultatif
du Fonds des talents)



En qualité d'ambassadrice du Fonds des talents, l'actrice primée **Karine Vanasse** collabore aux initiatives de collecte de fonds et contribue à mieux faire connaître la prochaine génération de réalisateurs, de producteurs et d'acteurs du Canada.

FAITS SAILLANTS

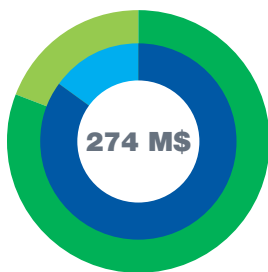
AXÉE SUR L'EXPORTATION

Au cours des 10 dernières années, Téléfilm a peaufiné ses stratégies en matière de promotion et d'exportation, amélioré ses programmes de financement et ses processus décisionnels, et favorisé les occasions de coproduction dans le but de mieux servir l'industrie audiovisuelle canadienne.

UN MARCHÉ
DU **CONTENU**
MONDIAL

LES FILMS CANADIENS
SÉDUISENT LES **AUDITOIRES**
AU PAYS ET À **L'ÉTRANGER**

COUP D'ŒIL SUR LES 20 FILMS CANADIENS AYANT EU LES MEILLEURES VENTES BRUTES¹



81 % des ventes brutes proviennent de **territoires internationaux**

19 % des ventes brutes proviennent du **marché domestique**

85 % des ventes brutes proviennent des **coproductions canadiennes internationales**

15 % des ventes brutes proviennent des **productions canadiennes**

Les **coproductions canadiennes internationales** obtiennent **93 %** des sélections dans les festivals et les événements internationaux

Environ **20 %** du total du financement en production est alloué aux **coproductions canadiennes internationales**²

Coproductions canadiennes internationales

- Barney's Version
- Blindness
- Brooklyn
- Eastern Promises
- Enemy
- Hector and the Search for Happiness
- L'âge des ténèbres
- Life
- Mr. Nobody
- Room
- Silk
- Splice
- The Imaginarium of Dr. Parnassus
- The Young and Prodigious T.S. Spivet
- What If

Productions canadiennes

- The Captive
- The Colony
- De père en flic
- Goon
- Passchendaele

EXPORTER POUR AUGMENTER LE RAYONNEMENT DES FILMS

Miser sur le potentiel d'exportation à la suite de l'adhésion du Canada à **Eurimages**, le Fonds culturel du Conseil de l'Europe en appui au cinéma

Promouvoir le Canada dans les **festivals et les marchés internationaux**

Faire du Canada un **partenaire de choix en coproduction**

Renforcer le potentiel d'exportation :

- **Programme de mise en marché internationale**
- **Programme d'aide à l'exportation**
- **Programme de promotion** soutenant les festivals de films nationaux qui ont un impact sur la scène internationale

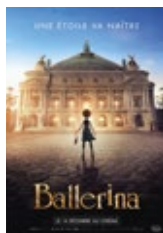
COPRODUCTIONS RÉCENTES FINANÇÉES PAR TÉLÉFILM AYANT CONNU DU SUCCÈS AU CANADA ET À L'ÉTRANGER³



Brooklyn
6,0 M\$



Room
1,9 M\$



Ballerina
3,5 M\$



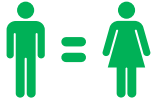
What If
1,3 M\$

1. D'après l'analyse de Téléfilm des ventes brutes des films qu'elle a financés. Il s'agit des 20 films les plus lucratifs lancés en salles de 2007 à 2016. Les ventes brutes comprennent la part de tous les revenus engendrés par la production (recettes-guichet, télévision et vidéo domestique, entre autres).
2. Au cours des cinq derniers exercices financiers, Téléfilm a accordé environ le cinquième de son aide à la production à des coproductions canadiennes. Cette proportion reflète la tendance à long terme des investissements dans les coproductions.
3. Recettes-guichet en date du mois d'avril 2017.

RÉALISATIONS

INVESTISSEUR

Objectifs pour la parité hommes-femmes établis pour 2020



Le Canada est maintenant un pays membre de



Financement augmenté à **4 M\$** pour les créateurs autochtones pour les cinq prochaines années

18 films financés par le Programme de production à micro-budget

Augmentation du crédit parlementaire de **2 M\$** en 2016-17 et de **5 M\$** par la suite

PROMOTEUR

Lancement du Programme d'aide à l'exportation



34 nouveaux festivals

admissibles au Programme de Mise en marché internationale

+150 titres ajoutés à la collection iTunes Voir grand



Les Soirées cinéma au Canada en route vers 8 villes canadiennes



La série **Watch Us Watch Us** devenue virale avec **+1 M de vues**

SOURCE DE RÉFÉRENCE

Études de cas et ateliers intensifs pour les films à micro-budget



Partage de pratiques exemplaires en matière de financement et de mise en marché de films au pays et à l'étranger



Financement de recherches sur les grands enjeux de l'industrie



ADMINISTRATEUR

Plus agile, réactif et axé sur le client



Implantation de **Dialogue** la plateforme de dépôt des demandes pour les programmes de financement

90 % Taux de satisfaction des clients atteint



Maintien, pour une troisième année consécutive, d'un **bas niveau du ratio de frais de gestion, soit 5,2 %**

9,7 M\$ d'économies budgétaires administratives réinvesties dans les programmes de financement depuis les cinq derniers exercices financiers

Prix d'excellence pour le rapport annuel 2014-2015 de Téléfilm



50

TÉLÉFILM CÉLÈBRE SES 50 ANS

UNE PASSION QUI GRANDIT
DEPUIS 1967



« Si je suis ici aujourd'hui, c'est grâce à Téléfilm Canada. Et je suis fortement convaincu que nous avons besoin plus que jamais d'institutions et d'investissements dans les films. »

– Denis Villeneuve –



« Faire équipe avec Téléfilm m'a permis... de faire des films de calibre international portés par de grandes vedettes, qui abordent des sujets délicats qui touchent les auditoires du Canada et du monde entier. »

– Kari Skogland –
(réalisatrice)

Le 3 mars 1967, le Parlement du Canada adoptait la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, créant ainsi l'organisme aujourd'hui connu sous le nom de Téléfilm Canada. Depuis 1967, Téléfilm a joué un rôle clé dans l'évolution de l'industrie canadienne du cinéma en tant qu'organisme responsable du développement et de la promotion de ce secteur. En outre, Téléfilm contribue depuis longtemps et de façon importante au succès des industries de la télévision et des nouveaux médias en plus d'administrer, depuis 2006, les programmes de financement du Fonds des médias du Canada.

AU-DELÀ DES CHIFFRES : UNE PASSION ET UN DÉVOUEMENT INDÉFACTIBLES

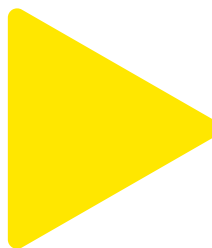
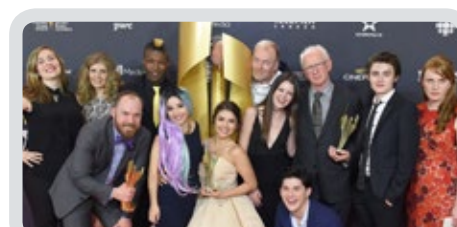
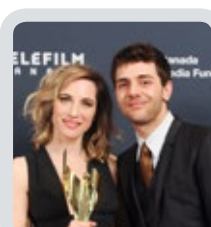
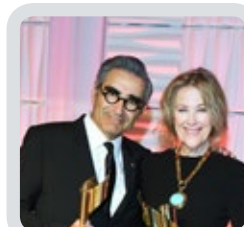
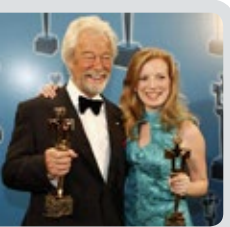
L'industrie qui a vu le jour dans les années 1960 a connu une croissance exponentielle pour devenir une force culturelle et économique incontournable. Téléfilm est fière d'avoir contribué à l'épanouissement de ce secteur important du patrimoine canadien.

Le 3 mars 2017 marquait notre 50^e anniversaire, nous donnant ainsi l'occasion de revenir sur nos réalisations et sur les défis que nous avons surmontés. Notre dévouement à la culture canadienne, notre capacité d'innovation et notre désir d'exceller nous ont permis de demeurer aussi pertinents aujourd'hui qu'il y a 50 ans.

La passion que partage Téléfilm avec les talents qui forment l'industrie canadienne est notre véritable force motrice. Les talents canadiens ont fait preuve de détermination, de courage et de créativité, faisant la fierté de tous les Canadiens.

Au cours des 50 prochaines années, nous allons miser sur nos valeurs fondamentales : travailler en partenariat avec l'industrie, reconnaître l'importance du contenu culturel et veiller à promouvoir une diversité de voix tant au pays qu'à l'international.





À PROPOS DE TÉLÉFILM

NOTRE VISION

Des productions canadiennes, sur toutes les plateformes de consommation, au Canada et à l'étranger.

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 grâce à son soutien financier et à ses initiatives qui alimentent 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 quelque 180 passionnés de contenu médiatique canadien ayant à cœur la réussite commerciale, culturelle et industrielle de l'industrie audiovisuelle du Canada. En tant que société d'État du gouvernement du Canada agissant au nom du ministère du Patrimoine canadien, nous soutenons des entreprises et des créateurs dynamiques, en offrant une aide financière à des projets cinématographiques canadiens en plus de promouvoir et d'exporter du contenu canadien dans des festivals, des marchés et des événements régionaux, nationaux et internationaux.

Nous avons la responsabilité de recommander au ministère du Patrimoine canadien les projets susceptibles d'être reconnus comme des coproductions audiovisuelles régies par des traités. Nous administrons également les programmes de financement du Fonds des médias du Canada (FMC) qui totalisent 362,7 millions de dollars pour l'exercice financier 2016-2017.

Notre siège social est à Montréal et nous desservons notre clientèle depuis nos quatre bureaux situés à Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax.

RESPONSABILITÉ

Un solide cadre de gouvernance permet au conseil d'administration et à la directrice générale de diriger la Société et de réaliser notre mission. La structure organisationnelle de Téléfilm est conçue de telle sorte que les services de l'organisation doivent rendre compte de la mise en œuvre de notre plan stratégique à la directrice générale (consulter la section sur la Gouvernance pour plus d'informations).



À PROPOS DE TÉLÉFILM

101,6 M\$

2016-2017
SOUTIEN AUX
PROGRAMMES
DE FINANCEMENT
ET ACTIVITÉS

78,4 M\$

Soutien au développement de l'industrie audiovisuelle canadienne

23,2 M\$

Soutien promotionnel

68,1 M\$

Programmes de production
88 longs métrages

6,5 M\$

Programme de développement
285 projets

10,0 M\$

Programme de mise en marché
87 longs métrages

8,4 M\$

Programme de promotion et activités de promotion nationales
59 festivals de films canadiens et 74 événements et initiatives de l'industrie

2,2 M\$

Programme de production à micro-budget
18 longs métrages

1,1 M\$

Adhésion à Eurimages

4,0 M\$

Promotion internationale et présence dans
32 festivals, marchés et événements

0,7 M\$

Programme de mise en marché internationale
63 longs métrages

0,1 M\$

Programme pour le long métrage documentaire
1 long métrage

0,4 M\$

Administration de coproductions audiovisuelles
54 projets recommandés

0,1 M\$

Programme d'aide à l'exportation
3 longs métrages

À PROPOS DE TÉLÉFILM

NOS VALEURS

Téléfilm offre à ses employés un environnement de travail stimulant qui encourage des comportements reflétant nos quatre valeurs d'entreprise que nous mettons en pratique dans le cadre de nos relations les uns avec les autres ainsi qu'avec nos clients.

RESPECT

ENGAGEMENT

ORIENTATION CLIENT

OUVERTURE

EN PHASE AVEC NOS CLIENTS

Téléfilm a misé davantage sur l'utilisation d'outils de communication en ligne comme Facebook, Twitter et YouTube pour promouvoir le succès des talents canadiens auprès du public.

Nous avons privilégié le site telefilm.ca, Twitter, LinkedIn et les avis à l'industrie pour communiquer de l'information clé aux intervenants de l'industrie.

De plus, au cours de l'exercice financier, Dialogue, une nouvelle plateforme plus efficace et intuitive pour le dépôt des demandes de financement, a commencé à remplacer graduellement eTéléfilm. Dialogue est un guichet unique, disponible de l'infonuagique, accessible de n'importe quel appareil, qui simplifie les communications entre Téléfilm et ses clients.

Ces plateformes et outils en ligne, efficaces et efficaces, sont essentiels pour véhiculer des messages importants et pour faciliter le processus de dépôt des demandes.

DES COMMUNICATIONS OUVERTES ET CONTINUES

L'organisation s'est engagée à consulter les différents membres de l'industrie, à les informer et à entretenir avec eux un dialogue ouvert et continu au sujet des occasions d'affaires, des défis et des changements. Que ce soit avec des producteurs ou des distributeurs de films, 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 grâce à trois principaux outils de communication :

- présence dans les événements de l'industrie;
- rencontres individuelles avec des intervenants de l'ensemble du pays; et
- séances de consultation et d'information à l'intention des membres de l'industrie ayant eu lieu à Montréal, à Vancouver, à Winnipeg, à Toronto, à Saint-John's et à Halifax tout au long de l'exercice 2016-2017.



Dialogue    YouTube

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



PROJETÉE VERS L'AVENIR



Se projeter vers l'avenir. Un thème qui s'impose alors que nous célébrons le 50^e anniversaire de Téléfilm Canada. Cinq décennies à réfléchir, à se réinventer, à explorer de nouvelles avenues et à identifier les meilleures stratégies pour soutenir les entreprises et le talent d'ici.

Après dix ans au sein de l'une des industries les plus fascinantes au pays, et au cœur d'une institution pour laquelle j'ai un profond respect, mon mandat comme président du conseil prendra fin en octobre prochain.

Pendant ces dix ans, j'ai vu Téléfilm devenir une force culturelle et économique de stature internationale.

Je l'ai vue intensifier la promotion du contenu audiovisuel et du talent, soutenir leur découverte, leur mise en valeur, leur exportation et, enfin, leur consécration.

Je l'ai vue créer un nouvel indice de réussite, adapté à la réalité d'aujourd'hui, pour l'aider, ainsi que ses clients, à prendre des décisions d'affaires plus éclairées et à faire des choix stratégiques plus efficaces. Depuis son application, la contribution du financement privé et étranger, ainsi que le financement accordé aux entreprises performantes ont augmenté.

Je l'ai vue mettre en place le Fonds des talents—qui finance aujourd'hui une grande partie des productions à micro-budget—dont bénéficient notamment les créateurs émergents. Jamais auparavant autant de particuliers et d'entreprises n'auront investi autant dans la créativité audiovisuelle canadienne.


Tous ces changements, tous ces efforts, ont contribué à l'émergence d'un nombre remarquable de cinéastes dont le talent est aujourd'hui reconnu mondialement.

Je suis fier de la manière dont la direction de Téléfilm et tous ses employés ont intégré cette culture du changement reflétée dans le plan d'entreprise 2011-2015, *Valoriser la réussite culturelle*.

Je suis fier de la place que Téléfilm réserve maintenant au talent émergent, à nos créateurs de demain.

Mais je tire également une profonde satisfaction de la performance administrative de Téléfilm. La qualité de la gouvernance et la planification stratégique auront été l'objet de mon attention constante au cours de mes deux mandats de cinq ans. De concert avec la direction générale, avec qui le conseil d'administration a entretenu une complicité exemplaire, nous avons constamment visé à faire de Téléfilm une entreprise modèle et unique dans l'exercice de sa mission.

Téléfilm a beaucoup consulté l'industrie. Elle a simplifié, modernisé ses façons de faire, revu ses programmes, accéléré ses décisions et elle investit maintenant un pourcentage plus important des fonds dont elle dispose directement dans ses programmes de soutien. Elle a amélioré ses services pour devenir un administrateur plus souple, mais aussi plus efficace qui encourage le mentorat et qui récompense le succès. Ainsi, 9,7 millions de dollars d'économies administratives ont été réalloués au soutien du talent canadien au cours des cinq dernières années seulement.



Société au passé riche mais tournée vers l'avenir, au service de l'industrie, fédératrice et rassembleuse, Téléfilm est prête à tirer profit de la révolution numérique. Forte de ses liens privilégiés avec les différents interlocuteurs de l'industrie, elle est consciente du caractère essentiel de leur contribution qu'elle saura maximiser pour relever avec succès les défis qui se présentent.

Le passage à l'ère numérique bouleverse notre industrie et exige que l'on s'adapte. En cela, Téléfilm croit qu'il est essentiel de favoriser l'innovation et la création, de maximiser le potentiel d'exportation des contenus, d'accroître le rayonnement de l'industrie et de renforcer la reconnaissance du Canada comme puissance numérique.

Société au passé riche mais tournée vers l'avenir, au service de l'industrie, fédératrice et rassembleuse, Téléfilm est prête à tirer profit de la révolution numérique. Forte de ses liens privilégiés avec les différents interlocuteurs de l'industrie, elle est consciente du caractère essentiel de leur contribution qu'elle saura maximiser pour relever avec succès les défis qui se présentent.

J'aimerais remercier mes collègues de l'assemblée des membres pour leur dévouement, leur confiance, leur générosité et leur compétence. Ce fut un honneur et un réel plaisir de présider le conseil d'administration et de participer à l'essor d'un secteur qui puise sa matière première dans le talent et la créativité.

Mes remerciements vont également aux membres du comité consultatif du Fonds des talents présidé par monsieur Hartley T. Richardson, et à madame Karine Vanasse, ambassadrice convaincante et dévouée.

Je tiens à souligner le travail de l'équipe de direction et le leadership de notre directrice générale, madame Carole Brabant. Il ne fait aucun doute dans mon esprit que la qualité des rapports entre la direction générale et le conseil d'administration ainsi que le respect des responsabilités et compétences de chacun sont à la base de l'évolution importante qu'a connue Téléfilm au cours des dernières années.

Je salue également tous les employés de Téléfilm pour leur passion au travail et leur engagement de tous les instants.

Merci à nos clients, notre raison d'être, et à nos partenaires, nos plus fidèles complices.

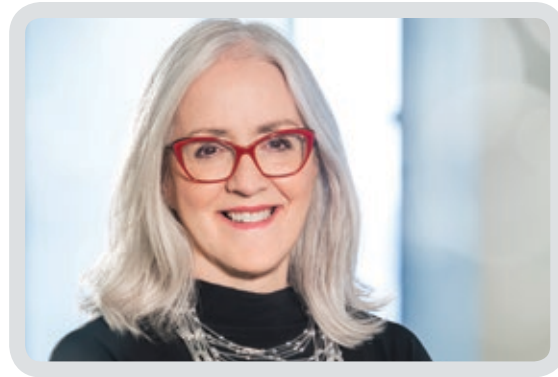
Finalement, je rends hommage aux créateurs canadiens qui font notre fierté, chez nous comme à l'étranger.

Michel Roy
Président du conseil d'administration

MESSAGE DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE



PROJETÉE VERS L'AVENIR



2 016-2017, une année riche en émotions. Une période au cours de laquelle, notamment dans le cadre du 50^e anniversaire de Téléfilm, nous avons été invités à poser un regard sur nos réalisations passées, tout en mettant en œuvre des initiatives qui façonneront l'avenir. Cinquante belles années vouées au succès du secteur audiovisuel canadien. Un demi-siècle de passion. Un futur plein de promesses.


Une fois de plus, la créativité a permis à notre pays de se distinguer sur la scène nationale et internationale alors que les films canadiens ont été sélectionnés dans 72 festivals et ont remporté 61 prix.

À Téléfilm, nous sommes touchés par la reconnaissance obtenue par les femmes cinéastes. Je pense, entre autres, à Ashley McKenzie (*Werewolf*), à Ann Marie Fleming (*Window Horses*), à Chloé Leriche (*Avant les rues*), à Chloé Robichaud (*Pays*) et à Anne Émond (*Nelly*). Les talents autochtones ont également fait honneur au Canada avec sept films sélectionnés au Festival international du film de Berlin. À ce chapitre, nous ne pouvons que saluer la créativité de Catherine Bainbridge et Alfonso Maiorana (*Rumble: The Indians Who Rocked The World*), d'Alethea Arnaquq-Baril (*Angry Inuk* et *Seven Sins : Sloth*), de Zacharias Kunuk (*Maliglutit*), de Rosie Bonnie Ammaq (*Nowhere Land*), de Félix Lajeunesse et Paul Raphaël (*Tungjjuq*) et d'Elle-Maija Tailfeathers (*Bihttos*). Et que dire de la nouvelle génération dont l'audace s'est reflétée dans la qualité des œuvres de Sophie Goyette (*Mes nuits feront écho*), de Randall Okita (*The Lockpicker*) et de Daniel Redenbach et Janine Windolph (*The Land of Rock and Gold*).

De plus, le succès a été au rendez-vous pour *Les 3 p'tits cochons 2* de Jean-François Pouliot qui a généré près de 2,9 millions de dollars en recettes-guichet, récoltant ainsi le Guichet d'or 2016; pour Xavier Dolan avec *Juste la fin du monde* qui a enregistré plus d'un million d'entrées en France et ravi le César du Meilleur réalisateur. De la même façon, nous applaudissons le travail de Stella Meghie dont le film, *Jean of the Joneses*, a été mis en nomination aux Independent Spirit Awards. Difficile de ne pas souligner le triomphe de *La Guerre des Tuques 3D* qui a fait un passage remarqué en Chine où il a pris l'affiche dans 4 000 salles. Il en va de même pour *Ballerina*, une coproduction d'animation en 3D d'Éric Summer et Éric Warin qui a atteint des recettes mondiales de plus de 75 millions de dollars US, et dont la production a donné naissance à un studio unique à Montréal, *Main Journey*.

Cette année, et en étroite collaboration avec les principaux partenaires de l'industrie, Téléfilm a mis en œuvre des mesures supplémentaires afin de promouvoir la diversité canadienne. C'est ainsi qu'au mois de novembre, Téléfilm annonçait son intention d'atteindre, d'ici 2020, un portefeuille de productions équilibré reflétant la parité hommes-femmes dans chacun des postes clés de réalisateur, de scénariste et de producteur. Téléfilm remercie tous ceux et celles qui ont participé au processus; leur appui permet de corriger une grande iniquité, mais surtout, d'enrichir notre cinéma.

Dans le même ordre d'idées, Téléfilm a augmenté à quatre millions de dollars par année, pour cinq ans, son soutien aux cinéastes autochtones. Il a également été décidé d'inclure des représentants de leurs communautés dans le processus décisionnel et d'embaucher du personnel autochtone au sein de nos équipes. Un ajustement qui rend justice à un univers créatif d'une grande richesse.



Nous le savons, les coproductions affichent d'excellents résultats financiers, remportent de nombreux prix et permettent à nos entreprises de rayonner à l'étranger. En mars 2017, le Canada est devenu le premier pays non européen à devenir membre d'Eurimages. S'il est encore trop tôt pour que notre industrie puisse retirer des bénéfices de cette extraordinaire initiative, tout est en place pour que les compagnies canadiennes qui ont des projets de coproduction admissibles puissent soumettre une demande au fonds Eurimages. Une belle victoire dans un secteur névralgique de notre industrie.

Les objectifs fixés en matière de parité et de diversité sont ambitieux, et leur atteinte nécessitera la précieuse collaboration de tous nos partenaires de l'industrie.

Nous le savons, les coproductions affichent d'excellents résultats financiers, remportent de nombreux prix et permettent à nos entreprises de rayonner à l'étranger. En mars 2017, le Canada est devenu le premier pays non européen à devenir membre d'Eurimages. S'il est encore trop tôt pour que notre industrie puisse retirer des bénéfices de cette extraordinaire initiative, tout est en place pour que les compagnies canadiennes qui ont des projets de coproduction admissibles puissent soumettre une demande au fonds Eurimages. Une belle victoire dans un secteur névralgique de notre industrie.

2016-2017 a aussi été l'occasion d'accélérer le virage numérique. À l'occasion du 150^e anniversaire de la Confédération et du 50^e anniversaire de Téléfilm, la Société a participé à cinq initiatives permettant au public de découvrir le cinéma canadien sur différentes plateformes, entre autres grâce à des sélections de films présentés sur iTunes au Canada et à l'étranger; sur la chaîne *Talents émergents* d'ONF.ca; sur VIA Rail Canada et sur l'Éléphant – mémoire du cinéma québécois. La transition à l'ère numérique a par ailleurs trouvé son écho dans nos opérations à l'interne avec la mise en ligne de *Dialogue*, une application permettant à nos clients de créer, de soumettre et de gérer leurs demandes de financement à travers un guichet unique. Une initiative innovante réalisée conjointement avec le Fonds des médias du Canada (FMC).

Au début de sa cinquième année d'opération, le Fonds des talents peut se réjouir de contribuer maintenant au financement d'une grande partie du Programme de production à micro-budget. Nous sommes fiers des 75 prix remportés par ces cinéastes émergents et de la visibilité nationale et internationale dont ils ont pu bénéficier.

Notre industrie est en pleine mutation, nous en ressentons chaque jour les effets. Plus que jamais, Téléfilm est déterminée à soutenir l'écosystème canadien, à maximiser son potentiel d'exportation, à accroître son rayonnement et à positionner le pays comme une puissance numérique. Riches de notre expérience passée, nous envisageons l'avenir avec confiance. *Innover, consolider, rayonner* seront les axes prioritaires de notre action.

En terminant, je tiens à exprimer toute ma gratitude à monsieur Michel Roy qui a joué un rôle moteur dans le virage opéré par Téléfilm au cours des dix dernières années – des changements profonds, importants et nécessaires réalisés dans le cadre de son premier plan stratégique intitulé *Valoriser la réussite culturelle*. La grande famille de Téléfilm se joint à moi pour le remercier de son importante contribution à la société d'État et à l'industrie audiovisuelle canadienne.

Un très grand merci à toute l'équipe de Téléfilm – des collègues compétents, engagés et passionnés qui sont au service du talent de nos créateurs pour que l'imaginaire de ceux-ci puisse voyager et être vu sur les écrans du monde entier.

Carolle Brabant, FCPA, FCA, MBA
Directrice générale

REVUE ET ANALYSE DE GESTION

Le contenu de la section Revue et analyse de gestion a été préparé par la direction de Téléfilm pour présenter les résultats de l'exercice financier 2016-2017. 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'erreur importante ou fallacieuse. Elle présente un contexte qualitatif et un portrait complet de la performance de Téléfilm et de ses perspectives d'avenir. La Revue et analyse de gestion a été approuvée par le comité de direction et par le conseil d'administration dans le cadre de son approbation du rapport annuel.



16
L'industrie et
les conditions
économiques

22
Réalisation
du plan
stratégique

49
Revue
financière

58
Gestion
des risques

L'INDUSTRIE ET LES CONDITIONS ÉCONOMIQUES

L'ÉCONOMIE CANADIENNE

L'économie canadienne a progressé en 2016, le produit intérieur brut (PIB) ayant augmenté de 1,4 %⁴. Le taux de croissance du PIB du Canada est supérieur à celui de 0,9 % enregistré en 2015, cette hausse étant attribuable à la consommation des ménages, à l'investissement dans le logement, aux dépenses de l'État et aux exportations. La performance de l'économie canadienne est inférieure à celle des pays membres de l'OCDE, dont le taux de croissance moyen du PIB se situait à 1,8 %⁵.

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 les services de production, a enregistré une légère baisse pour se chiffrer à 6,8 milliards de dollars en 2015-2016⁶, après avoir atteint son plus haut sommet en dix ans l'année précédente. Le sous-ensemble que représente le volume total de la production de films canadiens, mesuré en dollars, a diminué de 28 % par rapport à 2014-2015 pour s'établir à 255 millions de dollars. Cette baisse du volume résulte d'une combinaison de facteurs, soit un moins grand nombre de films produits (94 en 2015-2016 comparativement à 126 en 2014-2015), et une diminution générale des budgets de production moyens. Des reculs de ce type ont déjà été observés dans un passé récent, et il est trop tôt pour savoir s'il s'agit d'une tendance. En 2015-2016, la production cinématographique et télévisuelle au Canada a créé 140 600 emplois équivalents temps plein, dont 5 300 au sein de l'industrie canadienne du cinéma.



**Production
cinématographique et
télévisuelle au Canada**



55 300
emplois directs



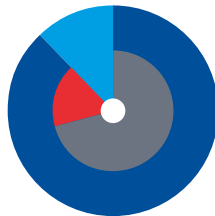
85 300
emplois indirects

RECETTES-GUICHET DES FILMS INDÉPENDANTS

Au Canada, les recettes-guichet des films indépendants ont chuté de 20 % par rapport à l'année précédente, les ventes totales se chiffrant à 204 millions de dollars⁷. En 2016⁸, 772 films ont été lancés sur le marché canadien. De ce nombre, 679 étaient des films indépendants, incluant 133 titres canadiens, tandis que 93 étaient des productions hollywoodiennes. Les films canadiens sont définis comme « indépendants », ce qui signifie qu'ils sont produits à l'extérieur du réseau des grands studios de production cinématographique. Le budget de production moyen d'un film canadien s'élevait à 2,4 millions de dollars en 2015-2016⁶, et les budgets pour la mise en marché ont tendance à être bas par rapport aux normes en vigueur à Hollywood.

Les films canadiens sont lancés dans un marché où la concurrence est très forte.

Marché canadien
772
films lancés



88 %
Films
indépendants

71 %
Films indépendants étrangers

17 %
Films indépendants canadiens

12 %
Productions hollywoodiennes

4. [Statistique Canada : Produit intérieur brut, revenus et dépenses, quatrième trimestre de 2016](#)

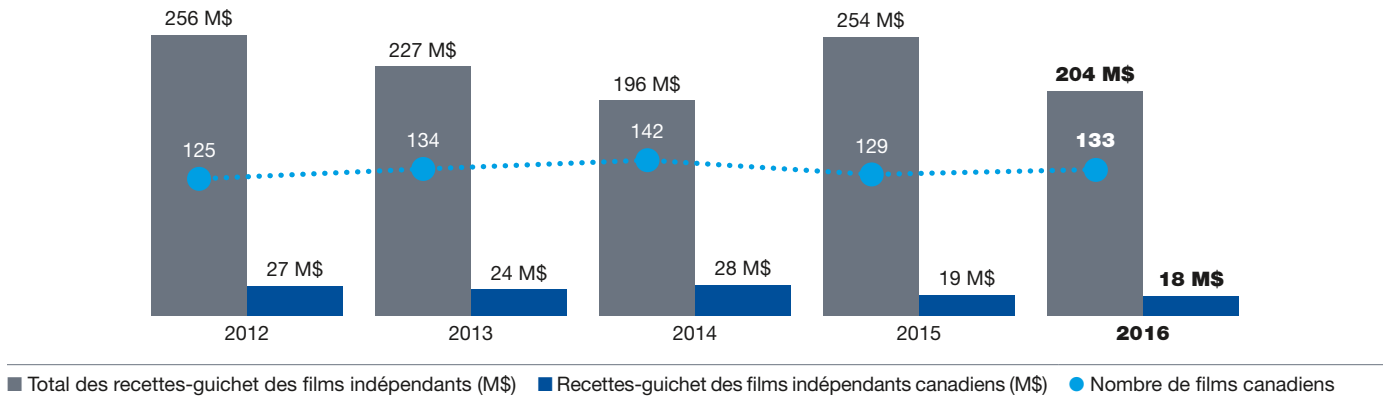
5. [OCDE : Organisation de coopération et de développement économique : Prévisions du PIB réel](#)

6. [Profil 2016 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada](#) (2015-2016 est l'année pour laquelle l'information est disponible)

7. Analyse de Téléfilm basée sur les données de l'Association des cinémas du Canada

8. Les chiffres relatifs aux recettes-guichet sont basés sur l'année civile

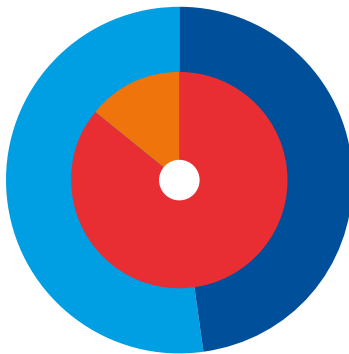
Recettes-guichet des films indépendants au Canada



Téléfilm a investi dans 86 des 133 films canadiens lancés en 2016. Ces films financés par Téléfilm représentaient 65 % des titres, mais ont généré 97 % des recettes-guichet des films canadiens. Les films canadiens ont obtenu en 2016 une part de 9 % des recettes-guichet des films indépendants au Canada, ce qui équivaut à 17,8 M\$.

L'expérience du réalisateur constitue un facteur important lorsqu'on analyse la performance des films au guichet. Les réalisateurs d'un premier et d'un deuxième film n'attirent habituellement pas autant l'attention des médias et du public canadien, et leurs films ne font généralement pas l'objet d'une large distribution. Les premiers et deuxièmes films représentaient 53 % des films ayant obtenu une aide à la production de Téléfilm, mais, comme anticipé, ils n'ont engendré qu'une fraction des recettes-guichet, soit 14 % en 2016. Cela correspond aux attentes, puisque les premières œuvres sont habituellement dotées de budgets moins élevés et qu'elles agissent comme des filtres permettant de repérer les nouveaux talents prometteurs.

Films canadiens soutenus par Téléfilm – Volume de projets et recettes-guichet correspondantes

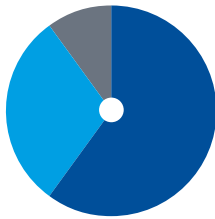


Les films produits par des réalisateurs plus expérimentés représentaient moins de 50 % des titres, mais ils ont généré plus de 85 % des recettes-guichet.

MESURER LE SUCCÈS DU PORTEFEUILLE DE FILMS INDÉPENDANTS FINANÇÉS PAR TÉLÉFILM

Indice de réussite

L'Indice de réussite de Téléfilm est une mesure exhaustive qui prend en considération trois types de succès : commercial, culturel et industriel. À partir d'une base de référence établie en 2010, cet indicateur clé de la performance évalue les changements dans le succès global des films financés par Téléfilm d'une année à l'autre. L'Indice de réussite est calculé annuellement et correspond à la somme de trois sous-indices pondérés :



Commercial 60 % de la note

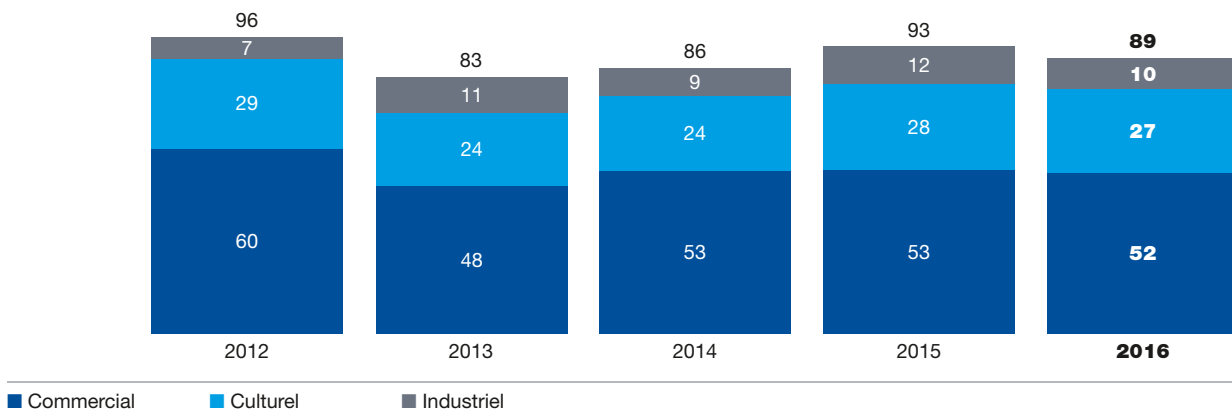
- Recettes-guichet dans les salles de cinéma canadiennes
- Ventes nationales sur toutes les plateformes, à l'exception des salles de cinéma
- Ventes internationales

Culturel 30 % de la note

- Sélections et nominations dans certains festivals et événements internationaux
- Prix remportés dans certains festivals et événements internationaux
- Prix remportés dans certains festivals et événements canadiens

Industriel 10 % de la note

- Part du financement privé et étranger dans les productions financées par Téléfilm



Le pointage global de l'Indice de réussite a diminué par rapport au niveau enregistré en 2015 en raison d'une baisse dans chacune des trois composantes :

- Le **sous-indice commercial** a régressé de 2 %, les recettes-guichet et les ventes nationales sur d'autres plateformes ayant diminué, bien que compensé par une hausse de 17 % des ventes internationales soutenues par les titres suivants :
 - *Brooklyn, Room, Life, Maps to the Stars, Born to Be Blue* et *La guerre des tuques 3D (Snowtime!)*.
- Le sous-indice **culturel** a enregistré une baisse générale de 4 %, attribuable à une diminution de 7 % des prix remportés au Canada et de 9 % des sélections à l'international. Ces diminutions ont été légèrement contrebalancées par les prix remportés sur la scène internationale, en hausse de 14 % pour l'exercice financier.
- Le sous-indice **industriel** a chuté de 17 % durant l'exercice. Cette diminution résulte du fait que le portefeuille était constitué principalement de coproductions minoritaires⁹, ce qui a entraîné une baisse du niveau du financement étranger inclus dans la participation financière totale des productions.

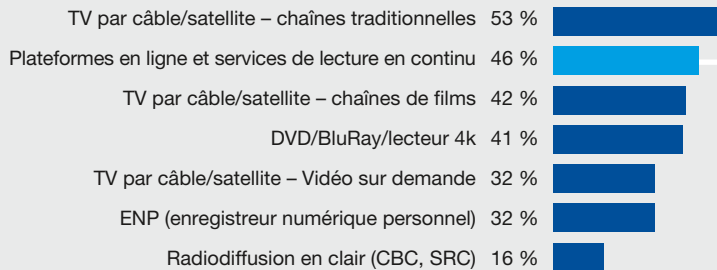
L'Indice de réussite accorde actuellement un poids important aux recettes-guichet nationales (40 %), ce qui influence de façon importante les résultats globaux. Téléfilm est à revoir la pondération des différentes composantes de l'Indice de réussite, et examine des méthodes permettant d'évaluer le succès en fonction du nombre de visionnements plutôt que des ventes. Téléfilm a conclu une entente avec l'Association des cinémas du Canada afin de commencer à recueillir des données d'après le nombre de billets vendus, et est en consultation avec Nielsen Media Research au sujet des méthodes utilisées pour mesurer les visionnements sur d'autres plateformes.

9. Les coproductions minoritaires ne sont pas considérées comme des projets menés par des sociétés de production canadiennes et sont exclues du financement étranger obtenu par ces productions dans le calcul du ratio du financement provenant de sources privées et étrangères. Nous sommes en présence de coproductions régies par des traités lorsque deux sociétés de production ou plus établies dans des pays différents combinent leurs ressources pour réaliser un projet audiovisuel dont elles partagent les risques économiques, la propriété, le contrôle de la création et les avantages provenant de leur gouvernement respectif conformément aux modalités du traité. Le niveau de participation de chaque société dans le projet détermine qui est le producteur majoritaire et qui est le producteur minoritaire.

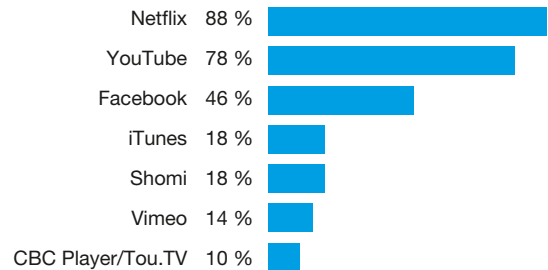
AUTRES PLATEFORMES

Avec plus de 90 % des Canadiens regardant des films dans leur foyer, la maison est de loin l'endroit le plus populaire pour la consommation de films. Les chaînes traditionnelles par câble et par satellite sont les plus populaires pour visionner des films, suivies des sites en ligne de lecture en continu. La croissance des plateformes en ligne témoigne d'un changement dans les habitudes de consommation sur le marché canadien, Netflix et YouTube ayant une forte longueur d'avance.

Médias utilisés pour visionner du contenu dans les 12 derniers mois¹⁰

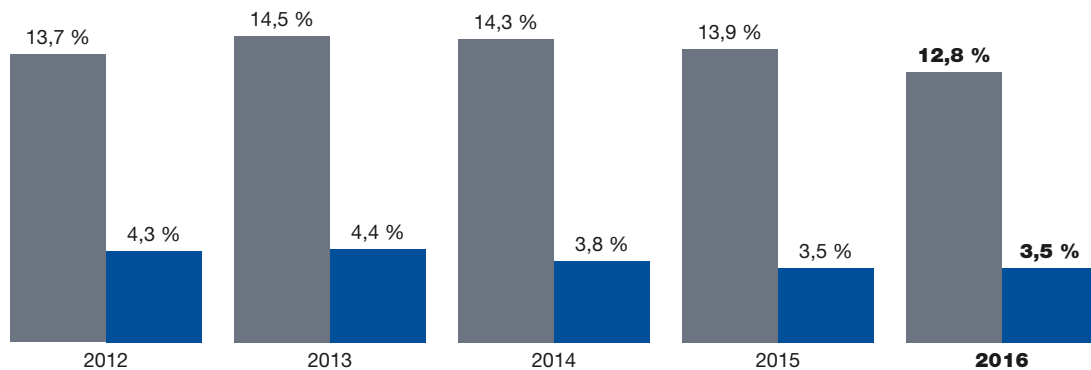


Plateformes en ligne et services de lecture en continu



Accessibilité

Mesurer et favoriser l'accès à du contenu canadien est un aspect important de la stratégie globale de Téléfilm visant à augmenter la demande de contenu canadien et à rejoindre les auditoires. Entre autres données, Téléfilm mesure l'accessibilité des longs métrages canadiens à la télévision et au cinéma. L'accès aux films canadiens a légèrement diminué au fil du temps, autant à la télévision qu'au cinéma.



■ Temps total alloué à la télédiffusion de longs métrages canadiens sur les réseaux de télévision canadiens vs l'ensemble des films télédiffusés ■ Part des écrans occupés par les longs métrages canadiens au cinéma vs les films de toutes les origines (incluant les films canadiens)

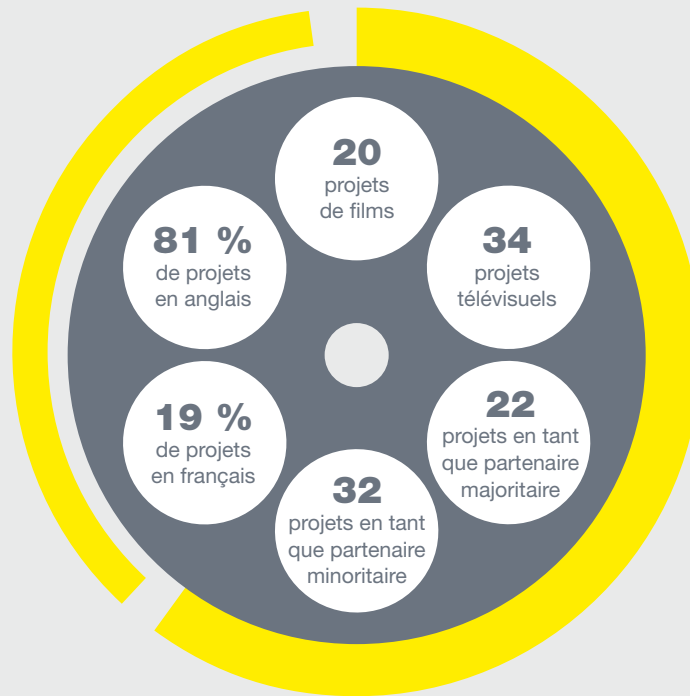
Téléfilm surveille également les niveaux d'accessibilité sur d'autres plateformes, notamment les nouvelles méthodes en ligne donnant accès à du contenu. Au cours de l'exercice 2016-2017, il est devenu évident que l'industrie favorisait davantage iTunes pour rendre le contenu canadien facilement accessible. Durant l'exercice financier, Téléfilm a conclu un partenariat avec iTunes et a créé sur la plateforme la collection Voir grand en l'honneur du 150^e anniversaire du Canada. Grâce à ce partenariat, la plupart des titres canadiens de 2005-2017 sont facilement accessibles et peuvent faire l'objet d'une promotion dans le cadre de la campagne Voir grand (pour en savoir plus, consulter la section Promoteur).

10. Données tirées du rapport de Téléfilm Canada intitulé *Comprendre et interpeller les auditoires*

LA COPRODUCTION AU CANADA

La coproduction audiovisuelle régie par des traités s'est révélée très utile aux producteurs canadiens, leur permettant d'obtenir une participation financière de sources étrangères et de promouvoir et d'exporter les talents canadiens sur la scène internationale. En 2016-2017¹¹, 16 pays partenaires ont participé à 54 projets de coproduction cinématographique et télévisuelle dont les budgets de production totaux se sont élevés à 489 millions de dollars.

54
projets
de coproduction
en vertu de traités



- Afrique du Sud
- Allemagne
- Australie
- Autriche
- Belgique
- Brésil
- Bulgarie
- Cuba
- Danemark
- France
- Hongrie
- Irlande
- Israël
- Luxembourg
- Royaume-Uni
- Suisse

Une coproduction officielle est une production cinématographique ou télévisuelle produite conjointement par des coproducteurs canadiens et étrangers conformément à un traité de coproduction audiovisuelle signé entre des pays partenaires.

Les demandes de coproduction doivent être certifiées par le gouvernement canadien. Pour ce faire, nous évaluons et recommandons les projets susceptibles d'être reconnus par le ministère du Patrimoine canadien comme des coproductions régies par un traité.

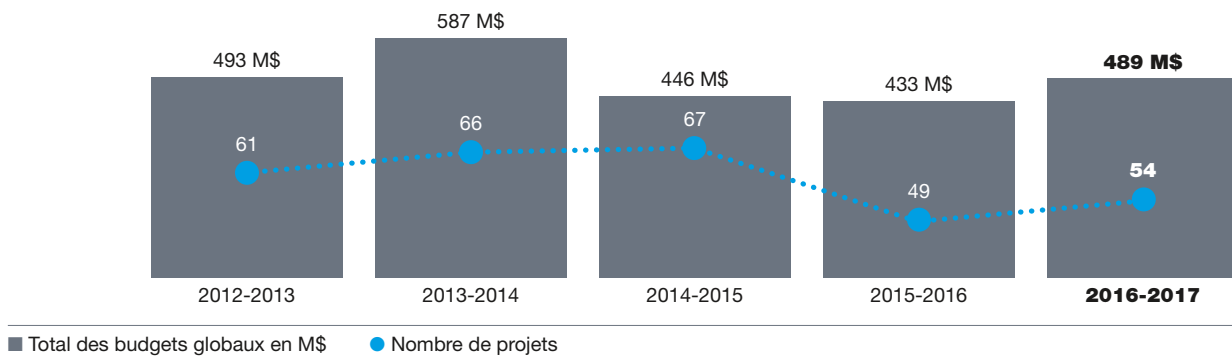
11. Depuis l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm fait état des niveaux de coproduction selon l'année de signature. Les niveaux de coproduction présentés pour l'exercice précédent ont été redressés afin de refléter ce changement.

LE CANADA EST MAINTENANT UN PAYS MEMBRE D'EURIMAGES – FONDS DE SOUTIEN AU CINÉMA EUROPÉEN

Au cours de l'exercice financier, le Canada est devenu le 38^e pays membre d'Eurimages – Fonds de soutien au cinéma européen, et le premier pays membre non européen. Grâce à cette adhésion, le Canada augmentera ses possibilités de coproduire des films avec des pays membres européens.



Coproductions audiovisuelles régies par des traités recommandées par Téléfilm¹²



« Téléfilm a rendu ma carrière au Canada possible. Son soutien continu envers mon travail depuis mes tout débuts à titre de réalisateur m'a permis de rester ici et de travailler dans mon pays. »

– **David Cronenberg** –

TELEFILM 50
CANADA

12. Depuis l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm fait état des niveaux de coproduction selon l'année de signature. Les niveaux de coproduction présentés pour l'exercice précédent ont été redressés afin de refléter ce changement.

RÉALISATION DU PLAN STRATÉGIQUE

L'exercice financier 2016-2017 marque la deuxième année de mise en œuvre du plan stratégique 2015-2018 de Téléfilm, [Du talent. À portée de vue](#). Les orientations stratégiques définies dans le plan misent sur les réalisations du passé tout en mettant davantage l'accent sur la promotion de l'industrie auprès des auditoires et en veillant à ce que l'industrie puisse s'adapter aux conditions d'un marché en constante évolution. Vous trouverez dans les pages suivantes les réalisations de Téléfilm répondant aux objectifs établis dans son plan stratégique.



23

Priorités
stratégiques,
réalisations et
perspectives

25

Investisseur

32

Promoteur

40

Source de
référence

44

Administrateur

PRIORITÉS STRATÉGIQUES, RÉALISATIONS ET PERSPECTIVES

INVESTISSEUR

Nos priorités stratégiques 2015-2018	Réalizations		Perspectives 2017-2018
	2015-2016	2016-2017	
Financement de l'industrie – diversification <ul style="list-style-type: none"> Attirer de nouveaux partenaires financiers Examiner les nouveaux mécanismes de financement à long terme 	<p>Allocation automatique du financement du Programme de développement</p> <p>Financement du programme de Production à micro-budget à hauteur de 75 % par le Fonds des talents</p>	<p>Introduction de nouvelles mesures pour promouvoir la diversité</p> <p>Le Canada devient le premier pays non européen membre d'Eurimages</p> <p>Le Conseil du Trésor du Canada a augmenté le crédit parlementaire de Téléfilm de 2 millions de dollars en 2016-2017, et de 5 millions de dollars par la suite</p>	<p>Peaufiner les critères du processus décisionnel en matière de financement afin de prendre en considération :</p> <ul style="list-style-type: none"> la diversité (mesures pour la parité hommes-femmes et les autochtones) <p>Lancer le nouveau Programme Innovation</p> <p>Élargir la portée du Programme de production à micro-budget</p>
Écosystème d'entreprises – réussir ensemble <ul style="list-style-type: none"> Développer et appuyer un écosystème d'entreprises, y compris des sociétés émergentes, répondant efficacement aux attentes 	<p>Célébration du 40^e anniversaire de Téléfilm comme administrateur de coproductions</p>		

PROMOTEUR

Nos priorités stratégiques 2015-2018	Réalizations		Perspectives 2017-2018
	2015-2016	2016-2017	
Reconnaissance de l'industrie – promouvoir la valeur du contenu canadien <ul style="list-style-type: none"> Promouvoir efficacement l'industrie et ses succès directement auprès des consommateurs 	<p>Lancement de Voir grand, une stratégie axée sur les auditoires</p> <p>Création, en partenariat avec le TIFF, de l'initiative See the North visant à augmenter les auditoires internationaux</p>	<p>Lancement du Programme d'aide à l'exportation</p> <p>Ajout de 34 festivals admissibles au Programme de mise en marché internationale</p> <p>La campagne de promotion Voir grand a continué de prendre de l'ampleur : la collection iTunes a enregistré plus de 35 000 vues de films canadiens, et la série de vidéos promotionnelles pour les médias sociaux <i>Watch Us, Watch Us</i> a généré plus d'un million de vues, quelques semaines après leur lancement</p>	<p>Lancer la tournée Canada Now des cinémas de répertoire avec des arrêts aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Mexique</p> <p>Optimiser l'impact du Marché du film européen 2018 où le Canada sera le pays en vedette</p>
Pratiques de mise en marché – encourager l'innovation pour rejoindre les auditoires <ul style="list-style-type: none"> Les joueurs doivent réduire l'écart par rapport aux attentes des spectateurs Accroître le visionnement de productions canadiennes 	<p>Tenue de Perspective Canada, Eye on TIFF et Focus on Canada – des événements signatures de Téléfilm – sur la scène internationale</p> <p>Célébration de l'Homage Diamant Birks aux femmes de l'année en cinéma dans le cadre du TIFF</p>	<p>L'actrice primée Karine Vanasse nommée ambassadrice du Fonds des talents</p> <p>Célébration du 150^e anniversaire du Canada lors des Soirées cinéma au Canada avec tapis rouge à Ottawa et à Toronto</p> <p>Le Pavillon du Canada, un centre de soutien aux entreprises, offre deux nouveaux sites spécialisés en animation et en documentaires : Marché international du film d'animation d'Anney et Sunny Side of the Doc de La Rochelle.</p>	<p>Élargir la portée de la campagne de promotion Voir grand pour accroître l'impact et la notoriété des succès de l'industrie auprès des Canadiens</p> <p>Poursuivre les célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération du Canada en organisant sept autres projections dans le cadre des Soirées cinéma au Canada</p> <p>Accentuer la promotion de la collection Voir grand sur iTunes</p> <p>Peaufiner et mettre en application la stratégie d'exportation du contenu culturel canadien en partenariat avec l'industrie</p>

PRIORITÉS STRATÉGIQUES, RÉALISATIONS ET PERSPECTIVES

SOURCE DE RÉFÉRENCE

Nos priorités stratégiques	Réalizations		
	2015-2016	2016-2017	Perspectives 2017-2018
2015-2018 Information commerciale – une prise de décisions fondée sur des mesures pertinentes <ul style="list-style-type: none"> Mener des recherches pertinentes et en communiquer les résultats Élaborer des mesures de succès exhaustives 	<p>Tenue de la première édition du Playback Marketing Summit</p> <p>Lancement du rapport de Téléfilm intitulé <i>Les auditoires au Canada : rapport sur les tendances</i> dans le cadre du Marketing Summit</p> <p>L'expert en distribution cinématographique Gary Faber offre de précieux conseils sur la mise en marché lors d'un panel Talents en vue présenté par Téléfilm au TIFF</p> <p>Création d'un nouveau partenariat avec la Canadian Media Producer's Association pour financer la publication de <i>Profil : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada</i></p>	<p>Les cinéastes émergents ont l'occasion de peaufiner leurs stratégies de mise en marché lors d'ateliers intensifs offerts par Téléfilm</p> <p>Téléfilm encourage un dialogue mondial sur les enjeux clés de l'industrie, l'engagement des auditoires, la mesure du succès des produits numériques culturels, le soutien aux femmes dans l'industrie audiovisuelle, la stimulation de l'innovation, la réalité virtuelle et augmentée, les occasions d'affaires pour les cinéastes émergents et les tendances du côté des salles de cinéma</p> <p>Financement d'études menées par l'industrie sur les femmes occupant des postes de direction, l'exportation de contenu canadien, la production d'un « impact » documentaire et la découvrabilité du contenu</p>	<p>Établir les orientations stratégiques et élaborer le plan stratégique 2018-2020</p> <p>Améliorer la mesure de l'Indice de réussite</p> <p>Mener des recherches sur le comportement des auditoires et les meilleures pratiques de mise en marché et en communiquer les résultats</p> <p>Partager une information commerciale et des données pertinentes sur l'industrie avec les intervenants dans le cadre d'événements, de forums, de conférences et d'autres plateformes</p>

ADMINISTRATEUR

Nos priorités stratégiques	Réalizations		
	2015-2016	2016-2017	Perspectives 2017-2018
2015-2018 Excellence organisationnelle – se surpasser dans un environnement en mutation <ul style="list-style-type: none"> Continuer à viser l'atteinte de niveaux d'efficacité et d'efficience optimaux 	<p>Le pourcentage de clients satisfaits atteint un nouveau sommet à 87 %</p> <p>Maintien du bas niveau du ratio de frais de gestion à 5,2 %</p> <p>Célébration des 10 ans de Téléfilm comme administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada</p> <p>2,7 M\$ d'économies budgétaires transférées aux programmes de financement</p>	<p>Le pourcentage de clients satisfaits atteint un nouveau taux record de 90 %</p> <p>Maintien, pour une troisième année consécutive, d'un bas niveau du ratio de frais de gestion à 5,2 %</p> <p>Mise en place de la plateforme Dialogue pour le dépôt des demandes des programmes de financement</p> <p>Prix d'excellence des Comptables professionnels agréés du Canada décerné au rapport annuel 2014-2015 de Téléfilm, <i>Talent sans frontières</i></p> <p>1,5 M\$ d'économies budgétaires transférées aux programmes de financement</p>	<p>Finaliser la migration des programmes de financement sur la plateforme Dialogue et mettre en œuvre d'autres fonctionnalités du système</p> <p>Implanter le Régime d'intégrité de Services publics et Approvisionnement Canada</p> <p>Mettre en œuvre le plan d'action relatif à l'aliénation des actifs informationnels</p>

INVESTISSEUR

Financement de l'industrie -
**Diversifier
les sources**

Écosystème d'entreprises -
**Réussir
ensemble**

Téléfilm s'est employée à attirer des sources de financement, à examiner les nouveaux mécanismes de financement à long terme, et à développer et appuyer un écosystème d'entreprises répondant efficacement aux attentes.

RENFORCER L'ÉCOSYSTÈME CANADIEN



CAPACITÉ DE PRODUCTION ET EXPERTISE SOLLICITÉES INTERNATIONALEMENT

- Productions originales et services de production
- Studios
- Fort potentiel de croissance



FILIÈRE ÉCONOMIQUE

- Un écosystème d'entreprises diversifié
- Une industrie composée essentiellement de petites et moyennes entreprises dynamiques
- Des entreprises désireuses d'obtenir du financement

STRATÉGIE

SOUTENIR la création de contenu

Mettre l'emphase sur les créateurs et le développement de contenus créatifs
Encourager l'innovation

FAVORISER une approche entrepreneuriale

Favoriser le développement de sociétés viables et ayant du succès pour renforcer l'industrie
Valoriser la propriété intellectuelle

Programmes de financement

- Programmes de développement et de production
- Programme de production à micro-budget pour les talents émergents
- Programme pour le long métrage documentaire
- Adhésion à Eurimages
- Nouveau Programme Innovation

Écosystème d'entreprises

- Des critères de sélection basés sur la performance pour les programmes de production et de développement qui favorisent un écosystème viable, comprenant :
 - les feuilles de route de l'entreprise et de l'équipe de création
 - le critère de la participation du marché
- Du financement prévisible pour les entreprises performantes
- Administration des coproductions régies par des traités et nouvelles occasions de coproductions

RÉALISATIONS

Dans le cadre de la mise en œuvre de son plan stratégique précédent, Téléfilm a mis en place neuf programmes de financement simplifiés conçus pour soutenir l'industrie. Depuis lors, l'efficacité des programmes de financement et leur compatibilité avec les conditions changeantes du marché ont fait l'objet d'une évaluation constante, notamment par le biais de consultations continues auprès des membres de l'industrie.

En 2016-2017, des améliorations ont été apportées aux programmes de financement, dont :

Nouvelles mesures pour promouvoir la diversité

Cette année, Téléfilm, bénéficiant d'un appui solide de l'industrie audiovisuelle canadienne, a adopté des mesures concrètes pour assurer que le contenu produit reflète davantage le plus grand atout de notre pays : la diversité de sa population. Voici deux avancées majeures :

- **Mesures de parité hommes-femmes :** Élaboré en partenariat avec un groupe de travail de l'industrie et intégré au processus décisionnel de Téléfilm, un objectif a été établi afin d'équilibrer le portefeuille de financement de la production cinématographique (Programme de production, Programme pour le long métrage documentaire et Programme de production à micro-budget) d'ici 2020. Le but est d'atteindre la parité hommes-femmes dans les postes clés de création (réalisateur, scénariste et producteur).
- **Créateurs autochtones :** Le financement de la production cinématographique et de la mise en marché offert aux créateurs des communautés autochtones sera augmenté à 4 millions de dollars par année pour les cinq prochaines années. De plus, les représentants autochtones contribueront au processus décisionnel en faisant partie du jury chargé de la sélection des projets et en occupant un poste en financement cinématographique à Téléfilm.

Soutien aux talents de la relève

Accorder son soutien à l'écosystème d'entreprises qui forment l'industrie audiovisuelle canadienne constitue une priorité stratégique pour Téléfilm. Dans cette optique, Téléfilm accorde une grande importance au soutien des talents émergents qui peuvent bénéficier d'une aide financière grâce au Programme de production pour les projets à petit budget et au Programme de production à micro-budget.



Cette année seulement,
le Programme de production
à micro-budget a financé
18 films;
55 films ont été produits
depuis le lancement du programme en 2012-2013.

Le Fonds des talents continue de financer une part substantielle du Programme de production à micro-budget, notamment grâce aux nombreux donateurs et aux principaux partenaires, Bell Média et Corus Entertainment. Technicolor continue d'offrir gratuitement aux finalistes l'encodage à des fins de distribution numérique, et l'Office national du film du Canada accorde son appui aux films à micro-budget en les rendant disponibles en ligne sur sa chaîne *Talents émergents*.

En 2016-2017, en adéquation avec les tendances du marché, Téléfilm a commencé à accepter, dans le cadre du Programme de production à micro-budget, du contenu narratif web produit par des créateurs qui signent une première œuvre. Le contenu doit être spécialement conçu pour être distribué sur des plateformes numériques.

Le Fonds des talents a également augmenté à 7 500 \$ par projet l'aide financière offerte pour développer une expertise en matière de mise en marché et de médias sociaux, dans le but de stimuler l'impact sur les auditoires.

EXAMINER LES NOUVEAUX MÉCANISMES DE FINANCEMENT À LONG TERME

Afin de diversifier les sources de financement, Téléfilm mise également sur les coproductions et les partenariats qui, selon elle, représentent d'excellentes occasions d'affaires pour l'industrie audiovisuelle canadienne.

- Les coproductions permettent d'augmenter le volume de production et de rejoindre davantage les auditoires. De plus, elles affichent historiquement d'excellents résultats en matière de revenus bruts, de revenus d'investissements ainsi que de sélections et de prix dans des festivals de films internationaux.
- Les partenariats permettent aux producteurs canadiens de collaborer avec des intervenants de l'industrie qui occupent une position stratégique, et donnent des résultats mutuellement bénéfiques.

EURIMAGES – FONDS DE SOUTIEN AU CINÉMA EUROPÉEN

Au cours de l'exercice financier, le Canada est devenu le 38^e pays membre d'Eurimages, le Fonds de soutien au cinéma européen. Le Canada devient ainsi le premier pays non européen à faire partie de ce fonds culturel du Conseil de l'Europe qui a pour but de favoriser la coproduction d'œuvres cinématographiques entre pays membres. Ce nouvel outil de financement a été présenté aux sociétés de production canadiennes durant l'année, des séances d'information ayant été organisées dans chacun de nos quatre bureaux régionaux. Les premières sélections seront effectuées en juin 2017.



Téléfilm a reçu un crédit parlementaire additionnel dans le cadre du budget fédéral 2016, incluant : 2 millions de dollars en 2016-2017 et 5 millions de dollars par la suite.

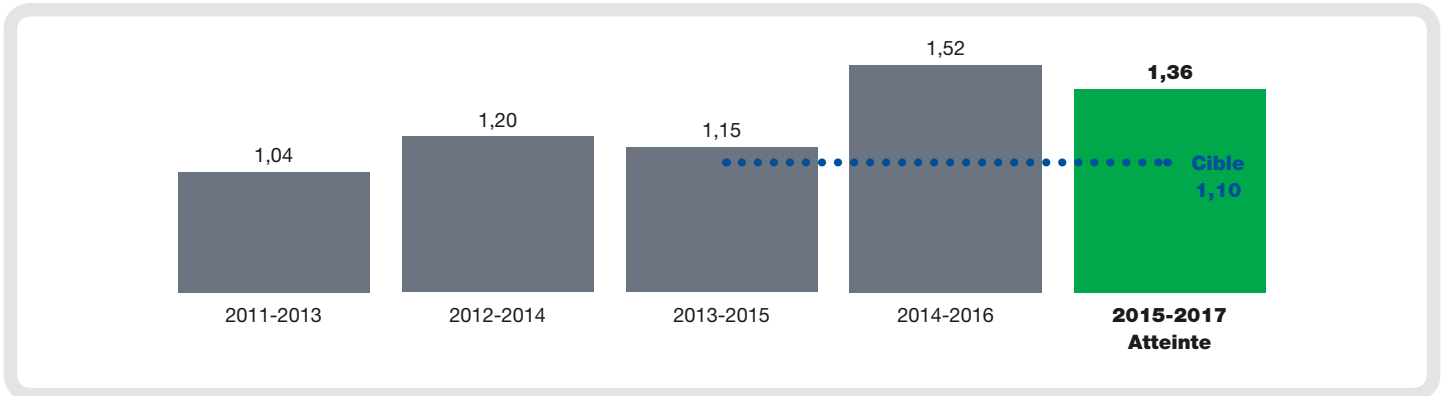
Ces fonds supplémentaires ont été entièrement alloués aux programmes de financement et aux activités de promotion de Téléfilm, indiqués comme suit :

	2017-2018 et suivant (\$)
Fonds pour soutenir davantage les coproductions audiovisuelles régies par des traités et accroître la promotion du contenu canadien sur les scènes nationale et internationale	
Investissement dans le développement et le soutien de l'industrie audiovisuelle canadienne	
• Adhésion du Canada à Eurimages – le Fonds culturel du Conseil de l'Europe en appui aux coproductions	1 500 000
Promotion nationale et découvrabilité des talents et du contenu canadiens	
• Activités de promotion pour augmenter la visibilité des talents et du contenu canadiens	
• Campagne de mise en marché numérique pour améliorer la découvrabilité, engager les auditoires et développer un sentiment de fierté chez les Canadiens	
• Développement et diffusion d'information commerciale portant sur les enjeux actuels de l'industrie audiovisuelle	500 000
Programmes de mise en marché et activités de promotion à l'international	
• Programme d'aide à l'exportation	
• Programme de mise en marché internationale – participation à des festivals et à des événements internationaux	
• Augmenter la visibilité des talents canadiens et l'exploitation commerciale du contenu à l'étranger, principalement par le biais de la marque internationale et des initiatives signatures de Téléfilm	3 000 000
Total	5 000 000

ATTIRER DES PARTENAIRES FINANCIERS

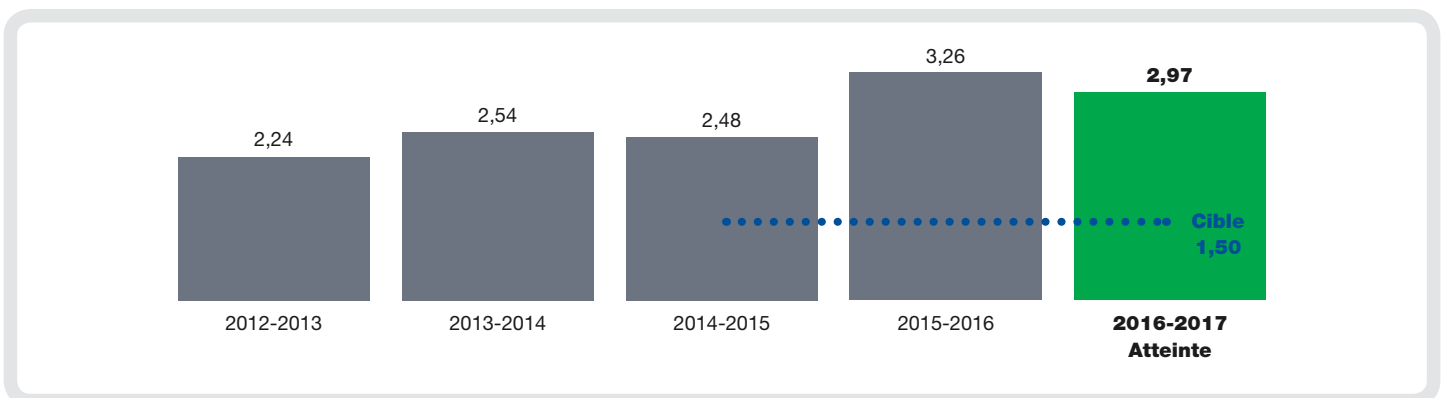
En lien avec notre pilier d'investisseur, Téléfilm s'est également employée à attirer de nouvelles sources de financement pour l'industrie audiovisuelle canadienne.

Il est reconnu que le financement de la production cinématographique de Téléfilm a un effet de levier sur le financement provenant d'autres sources. Téléfilm utilise son **ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans la production cinématographique** pour mesurer la capacité des films à attirer du financement privé et étranger. Le ratio¹³ tient compte du financement total de la production provenant du secteur privé et de sources étrangères¹⁴ par rapport au financement total de la production provenant de Téléfilm, l'objectif étant d'augmenter les investissements financiers au fil du temps.



Le ratio se situait à 1,36 en 2015-2017, ce qui signifie que chaque dollar investi par Téléfilm a généré 1,36 \$ de financement privé et étranger dans les budgets de production. La cible a été atteinte, l'investissement du secteur privé dans le portefeuille ayant été encouragé par l'ajout du critère de la participation du marché au Programme de production durant l'exercice financier 2013-2014. Le financement étranger est considéré comme faisant partie des investissements privés et tend à fluctuer d'une année à l'autre, souvent en raison de quelques coproductions à gros budget. Les coproductions canadiennes majoritaires régies par des traités et les films canadiens financés en 2015-2016 ont attiré plus de 40 millions de dollars en financement privé et étranger. Ce niveau de financement privé et étranger est exceptionnel lorsqu'on le compare aux 15 millions de dollars de 2016-2017 et aux 20 millions de dollars de 2014-2015, ce qui explique la légère baisse du ratio de 2015-2017.

Téléfilm s'efforce de financer ses initiatives de promotion par l'entremise de partenariats. En mesurant et en encourageant l'investissement du secteur privé dans les activités de promotion, l'effet de levier et l'impact global des efforts promotionnels de Téléfilm augmenteront avec le temps. Téléfilm utilise son **ratio de financement du secteur privé vs le financement de Téléfilm dans les activités de promotion** afin de mesurer les progrès réalisés.



Pour chaque dollar investi par Téléfilm en 2016-2017, 2,97 \$ ont été versés par le secteur privé. Les résultats ont dépassé la cible établie à 1,50 \$.

13. Le ratio inclut seulement les films financés en production et exclut les films financés par le Programme pour le long métrage documentaire, les mini-traités et la part étrangère des budgets de coproductions régies par des traités où le Canada est un partenaire minoritaire ou à parts égales. Le ratio est basé sur une moyenne mobile de trois ans.

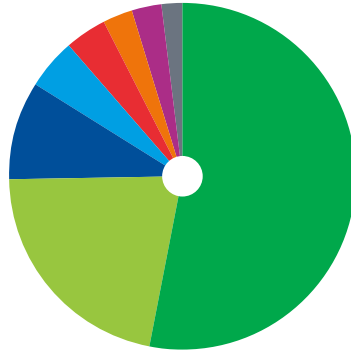
14. Télédiffuseurs, investisseurs privés, distributeurs, exportateurs et investisseurs étrangers.

DIVERSITÉ

Téléfilm finance des projets diversifiés qui représentent une grande variété de voix canadiennes. Cela s'applique aux genres, au marché linguistique, au niveau d'expérience des réalisateurs et aux communautés minoritaires. Les chiffres pour 2016-2017 sont les suivants :

Genres cinématographiques

107
films



57
Drame

4
Documentaire

23
Comédie

3
Comédie romantique

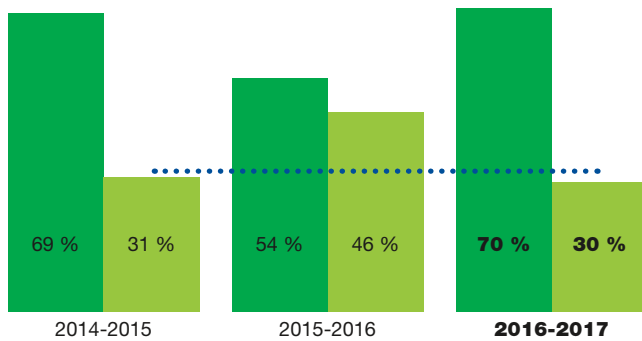
10
Suspense

3
Science-fiction

5
Horreur

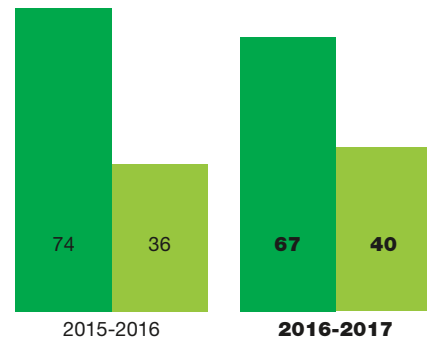
2
Action/Aventure

Financement des films selon la langue



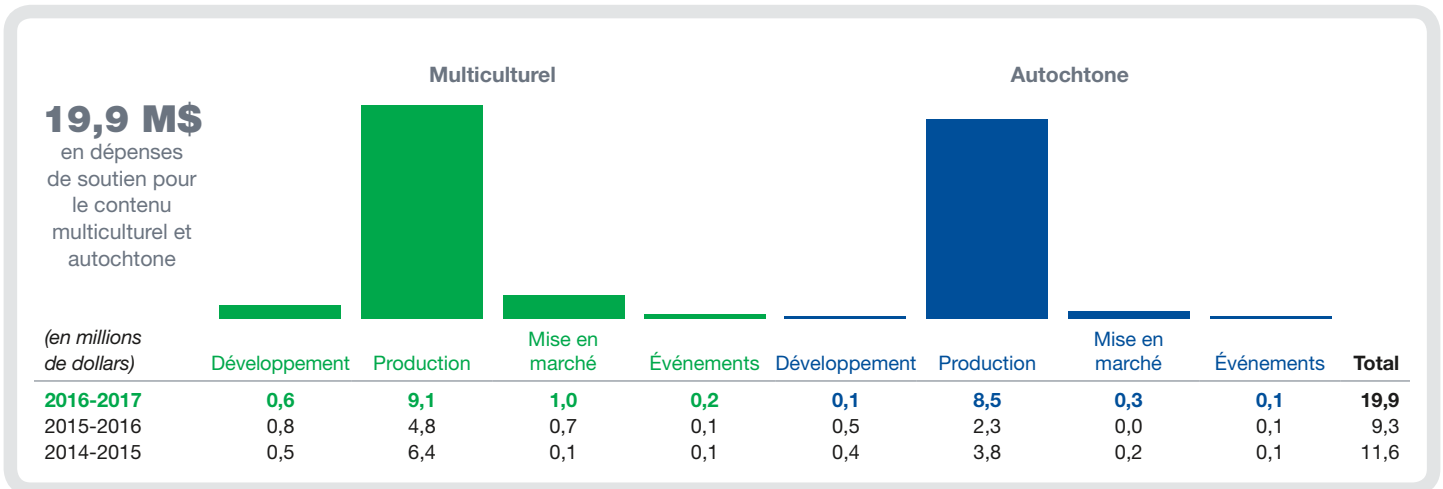
■ Anglais ■ Français ● Cible : environ 33 % pour les productions de langue française

Nombre de films produits par niveau d'expérience du réalisateur



■ Réalisateurs ayant 2 films ou moins à leur actif ■ Réalisateurs ayant 3 films ou plus à leur actif

L'exercice financier 2016-2017 sera la dernière période où Téléfilm fera rapport sur le contenu multiculturel et autochtone de la façon présentée ci-dessous. À la suite des commentaires recueillis, et en collaboration avec l'industrie, Téléfilm apportera des modifications à son cadre de présentation des rapports sur la diversité. Téléfilm changera d'une méthode de suivi axée sur le contenu à une présentation de rapports axée sur les talents, en mettant particulièrement l'accent sur les rôles de producteur, de réalisateur et de scénariste. Cela permettra à l'organisation de faire rapport avec plus de transparence sur les priorités considérées comme importantes par l'industrie.



À VENIR

Au cours de la prochaine année, Téléfilm entend déployer des efforts afin d'accélérer la réalisation de son objectif visant l'équilibre de son portefeuille, tant au chapitre de la parité hommes-femmes que la représentation des communautés autochtones. Pour y arriver, la nécessité d'une aide au développement conçue spécialement pour ces clients fera l'objet d'une évaluation.

Enfin, dans le but d'encourager la création de projets innovateurs menés par l'industrie, Téléfilm procédera au développement et à la mise en œuvre du Programme Innovation ayant pour objectif de financer des projets novateurs qui lui permettront d'atteindre les objectifs de son plan stratégique 2015-2018, *Du talent. À portée de vue.*

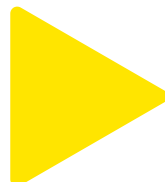


« Ils ont des antennes qui leur permettent de déceler les festivals les plus importants. Grâce à eux, *Mermaids* a pu aller beaucoup plus loin que je ne l'aurais cru possible. »

– Patricia Rozema –

Réalisatrice, *I've Heard the Mermaids Singing*,
lauréate à Cannes 1987 – Au sujet de Téléfilm

TELEFILM 50
C A N A D A



TELEFILM CANADA 50

PROMOTEUR

**Reconnaissance
de l'industrie –
Promouvoir
la valeur
du contenu
canadien**

**Pratiques de
mise en marché –
Encourager
l'innovation
pour rejoindre
les auditoires**

En 2016-2017, Téléfilm a fait en sorte qu'il soit plus facile pour les consommateurs de découvrir et d'apprécier le contenu canadien

PROGRÈS DU NUMÉRIQUE : NOUVELLES OCCASIONS D'AFFAIRES



CROISSANCE DE LA DEMANDE MONDIALE

- Les nouvelles plateformes de visionnement donnent plus de pouvoir aux auditoires, ce qui amène une augmentation de la demande et de la consommation.
- Les marchés établis et émergents sont avides de nouveaux contenus.



LE CONTENU EST ROI

- Les auditoires s'attendent à de la qualité et les fans font la promotion sur les médias sociaux du contenu exceptionnel.
- Le contenu canadien récolte des prix internationaux et est reconnu mondialement, ce qui stimule la demande.



REJOINDRE DAVANTAGE LES AUDITOIRES

- Les entreprises canadiennes étendent leur portée avec l'émergence de nouveaux marchés et canaux de distribution.
- Les occasions d'exporter leurs produits sur les marchés internationaux sont d'une importance capitale pour les producteurs canadiens, dont le marché intérieur est restreint.

STRATÉGIE DE PROMOTION

Soutenir la distribution et la mise en marché du contenu créatif

Encourager la découvrabilité et l'accessibilité des créateurs canadiens et du contenu sur de multiples plateformes.

Exporter les succès d'ici

Promouvoir les créateurs et le contenu au Canada et à l'étranger.
Miser sur notre présence et nos relations d'affaires sur la scène internationale.

Activités de promotion

- Mise en œuvre de la campagne de promotion nationale Voir grand
- Tenue et financement d'initiatives de promotion au pays
- Organisation d'événements phares sur la scène internationale
- Présence à l'international pour renforcer les relations d'affaires stratégiques

Programmes de financement

- Programme de mise en marché pour appuyer les stratégies de lancement des films
- Programme de promotion pour financer des festivals de films de l'ensemble du Canada
- Programme d'aide à l'exportation pour encourager les ventes à l'échelle internationale
- Programme de mise en marché internationale pour soutenir les talents canadiens et les activités commerciales dans des festivals, des marchés et des événements internationaux

RÉALISATIONS

En 2016-2017, Téléfilm a continué à faire rayonner la culture canadienne afin d'accroître la notoriété de nos talentueux créateurs et de contribuer à bâtir les carrières de la prochaine génération.

UNE PERSPECTIVE MONDIALE : L'EXPORTATION COMMENCE PAR LE POSITIONNEMENT

PROGRAMME D'AIDE À L'EXPORTATION

Lancé au cours de l'exercice financier 2016-2017, ce nouveau programme a pour but d'offrir des incitatifs financiers aux sociétés de distribution étrangères exerçant leurs activités dans des territoires clés, afin de favoriser la projection en salles de productions présélectionnées. Le programme a été élaboré en fonction d'un étalonnage international et d'une analyse des ventes des territoires étrangers.

PROGRAMME DE MISE EN MARCHÉ INTERNATIONALE

La participation à de grands festivals à l'étranger crée une importante visibilité et de nouvelles occasions de distribution pour les films canadiens et leurs créateurs. Au cours de l'exercice, Téléfilm s'est employée à améliorer le Programme de mise en marché internationale qui s'ajoute à son éventail de services et d'initiatives venant en aide aux producteurs et aux distributeurs actifs sur les marchés internationaux. Voici les améliorations apportées au programme :

- une subvention de voyage est maintenant offerte aux producteurs qui participent à un marché de la coproduction;
- 34 nouveaux festivals internationaux sont maintenant admissibles;
- les courts métrages sont admissibles à une aide financière accrue;
- les procédures administratives du programme ont été simplifiées;
- les montants du financement ont été standardisés en fonction de la catégorie du festival.

Pour que le succès des talents canadiens s'impose sur la scène internationale, Téléfilm soutient la participation de Canadiens à 32 festivals, marchés et événements internationaux qui ont lieu dans le monde entier, incluant :



AMÉRIQUE

- Festival du film de Sundance
- Festival international du film de Palm Springs
- Festival international du film de Miami
- South by Southwest
- Kidscreen Summit

EUROPE

- Berlinale / Marché du film européen
- Festival de Cannes
- Festival du film de Venise
- MIPTV et MIPCOM

ASIE

- Festival international du film de Beijing
- Festival international du film de Busan
- Festival international du film de Shanghai

De nos jours, le contenu peut rejoindre des auditoires du monde entier, et adopter une perspective mondiale peut permettre à l'industrie de prospérer comme jamais auparavant.

Téléfilm Canada continue de créer et d'organiser des initiatives signatures partout dans le monde. Des événements phares comme Perspective Canada, Talent tout court, Eye on TIFF et Canada Stars, entre autres, sont conçus pour accroître la notoriété et la découvrabilité des talents canadiens dans le monde entier, stimuler l'exportation de produits culturels canadiens et entraîner une hausse de l'investissement étranger dans la production canadienne.

Grâce à sa crédibilité et à sa notoriété, Téléfilm suscite l'intérêt des agents de ventes et des acheteurs internationaux de même que des programmeurs de festivals de films pour les productions et les talents canadiens. Année après année, les décideurs internationaux assistent à nos événements pour découvrir les créateurs les plus brillants et les plus talentueux du Canada.

LE PAVILLON DU CANADA : UN CENTRE D'AFFAIRES DANS LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Pour encourager les ventes internationales et favoriser les occasions de réseautage entre coproducteurs, Téléfilm met en place le Pavillon du Canada dans les marchés clés à l'étranger. Ce pavillon est un lieu qui permet de renforcer les relations d'affaires stratégiques ainsi que la marque canadienne, le tout étayé par une identité de marque promotionnelle (See big. Voir grand.). Ces centres de réseautage sont mis sur pied au Marché du film à Cannes, au MIPTV, au MIPCOM, au Marché du film européen, et, pour la première fois cette année, au Marché international du film d'animation à Annecy et à Sunny Side of the Doc à La Rochelle, en France.

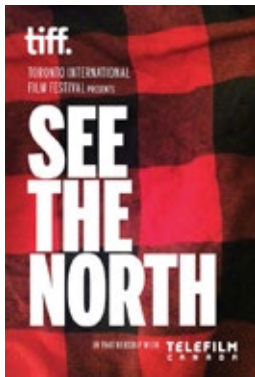
Ces centres sont mis à la disposition des participants en collaboration avec des organismes provinciaux canadiens et de grands partenaires de l'industrie, comme le Fonds des médias du Canada.



SEE THE NORTH : TROUVER DES AUDITOIRES AU SUD DE LA FRONTIÈRE

Téléfilm a présenté une sélection de films canadiens triés sur le volet aux cinéphiles américains dans le cadre de projections organisées dans des cinémas de répertoire.

En partenariat avec le TIFF.



DES CLASSIQUES DU CINÉMA QUÉBÉCOIS EN ESPAGNOL

Grâce à un partenariat entre Téléfilm et Éléphant ClassiQ, qui vise à assurer la restauration et la numérisation des films du patrimoine cinématographique du Québec, quelque 50 titres seront sous-titrés en espagnol et offerts à des festivals de films en langue espagnole aux États-Unis et en Amérique latine de même que sur iTunes.

En partenariat avec Québecor, iTunes, Technicolor et le Centre de la francophonie d'Amérique.



SOLARIS : ÉLARGIR LES AUDITOIRES INTERNATIONAUX

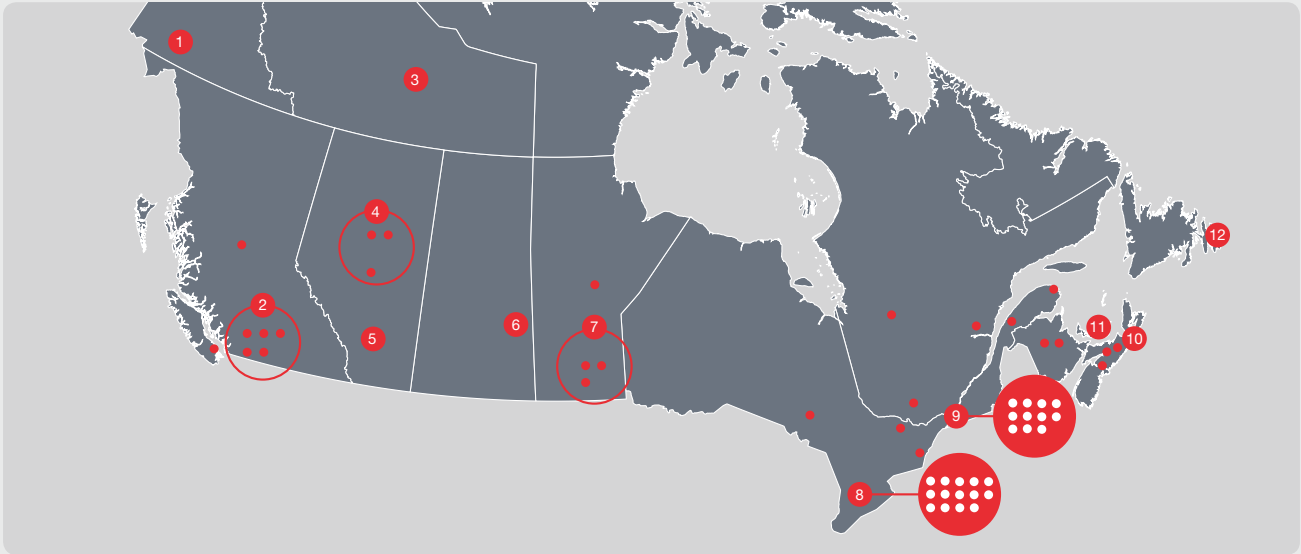
Téléfilm a fait appel à *Under The Milky Way*, un service dédié à la mise en marché et à la distribution numérique de films, afin de rendre une sélection de films canadiens disponible en six langues sur des plateformes numériques du monde entier.

Un projet échelonné sur les trois prochaines années mené en partenariat avec des distributeurs canadiens.



DÉCOUVRABILITÉ

Au pays, Téléfilm continue de veiller à ce que le contenu canadien rejoigne les auditoires en finançant 59 festivals et 74 événements promotionnels d'un bout à l'autre du Canada, qui ont attiré des millions de cinéphiles. Les festivals et événements comprennent notamment :



CANADA

- 1 Available Light Film Festival and Media Industry Forum
- 2 Vancouver Web Fest
Vancouver International Film Festival
- 3 The Yellowknife International Film Festival
- 4 NORTHWESTFEST
- 5 Banff World Media Festival
Calgary International Film Festival
- 6 Yorkton Film Festival
- 7 Freeze Frame: International Film Festival
For Kids of All Ages

- 8 Toronto Reel Asian International Film Festival
Toronto International Film Festival
Hot Docs
imagineNATIVE Film + Media Arts Festival
- 9 Festival international de films Fantasia
Festival International du Film Black de Montréal
- 10 Atlantic Film Festival
- 11 Charlottetown Film Festival
- 12 St. John's International Women's Film Festival

Initiatives en matière de découvrabilité

Dans le cadre des célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération canadienne, nous avons lancé plusieurs projets pour faciliter la découverte du contenu canadien sur de multiples plateformes, en plusieurs langues et dans plusieurs pays.

@Canada_First #CanadaFirst : PROMOUVOIR LES TALENTS CANADIENS AUPRÈS DES AUDITOIRES

Voir grand, une campagne de promotion axée sur les auditoires ayant comme objectif d'accroître la découverte et d'améliorer la perception sur les films canadiens, a continué de prendre de l'ampleur en 2016-2017, rejoignant les Canadiens sur les principaux réseaux de médias sociaux et les principales plateformes de contenu.



ITUNES : UNE DESTINATION POUR LES CONSOMMATEURS CANADIENS

Depuis des décennies, le Canada est à l'avant-garde de la création de contenu audiovisuel de grande qualité. Au sein d'un marché mondial où la concurrence est de plus en plus forte, et avec l'abondance de contenus et de nouvelles plateformes, il est impératif de faciliter la découvrabilité du contenu canadien pour les consommateurs du pays, d'où la création de Voir grand pour iTunes :

- La collection offre plus de 150 titres récents parmi les plus populaires, lancés entre 2005 et 2017.
- Les films sont offerts dans les deux langues officielles, l'accent étant mis sur les cinéastes émergents, les femmes et les créateurs autochtones.
- Les films canadiens ont été vus plus de 35 000¹⁵ fois dans les deux premiers mois seulement.
- Les films canadiens présentés dans de grands événements ont été mis en vedette (prix Écrans canadiens, Festival de Cannes, TIFF, Academy Awards, Gala Québec Cinéma).
- L'accent a été mis sur les films qui ont été présentés dans le cadre des Soirées cinéma au Canada et fait l'objet d'une promotion sur les médias sociaux invitant les Canadiens à les découvrir.

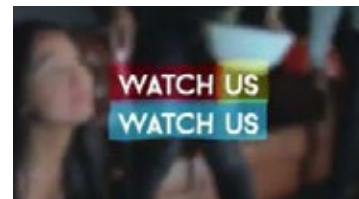
En partenariat avec : iTunes Canada, Entertainment One, Mongrel Media, Entract Films, FunFilm, D Films, TVA, Radio-Canada, ainsi que des cinéastes, producteurs et distributeurs indépendants.



CAMPAGNE VIRALE WATCH US, WATCH US

Dans le cadre de la campagne Canada First, une série de vidéos pour diffusion sur les médias sociaux, *Watch Us, Watch Us*, a été produite afin de mieux faire connaître nos talents, améliorer la perception à leur égard, et, ultimement, attirer le public sur iTunes :

- Mettant en scène de vrais Canadiens en train de regarder des films canadiens, les vidéos montrent le pouvoir émotionnel et rassembleur des films.
- Produites pour le marché anglophone, les trois premières vidéos, lancées sur Facebook, Twitter et Instagram, ont été vues plus de 1,1 million de fois dans les deux premières semaines seulement, et ont suscité des taux d'engagement élevés sur toutes les plateformes.
- Le lancement des vidéos créées pour le marché francophone est prévu pour le début du nouvel exercice financier, et l'on s'attend à ce qu'elles génèrent des taux d'engagement tout aussi élevés.



15. Le calcul est basé sur le multiplicateur de 1,5 de Vu à l'écran : le visionnement de longs métrages canadiens sur de multiples plateformes 2007 à 2013 (avril 2015) de Patrimoine canadien, versus le nombre de commandes sur iTunes.

HOMMAGE DIAMANT BIRKS : PLEINS FEUX SUR LES FEMMES EN CINÉMA

Au cours de l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm s'est engagée à constituer, d'ici 2020, un portefeuille de productions équilibré dans chacun des postes clés de scénariste, de réalisateur et de producteur. La promotion des femmes au cinéma est au cœur de notre plan d'action sur la parité hommes-femmes. Des initiatives de promotion qui mettent les femmes au premier plan, qui célèbrent leurs réalisations, soulignent leur rôle important au sein de notre industrie, et inspirent la prochaine génération de créateurs et de talents féminins.

L'événement de cette année célébrant les lauréates de l'Hommage Diamant Birks 2016 revêtait une grande importance. La quatrième édition de l'Hommage Diamant Birks aux femmes de l'année en cinéma, un partenariat entre la Maison Birks et Téléfilm, a généré une impressionnante couverture médiatique qui a eu un impact sans précédent dans les médias (imprimés, en ligne, radio et télévision).

Dans le cadre d'une stratégie de communication renouvelée axée sur la promotion croisée, le magazine *Elle Canada* a consacré à l'événement plusieurs pages de son numéro de septembre et une grande part de son contenu sur les médias sociaux, rejoignant bien au-delà d'un million de Canadiens et contribuant à faire connaître davantage ces actrices, scénaristes et réalisatrices.

Fait à noter, l'émission de divertissement *ETALK* a tourné un reportage en coulisses sur la séance photo.

En ligne, grâce à une stratégie misant l'utilisation d'un mot-clic commun (#BirksTribute), nous avons mobilisé nos efforts pour suivre l'événement du tapis rouge en direct sur Twitter et Facebook, suscitant l'intérêt des Canadiens.



« Je crois que si la jeune génération commence à voir que le travail des femmes au cinéma est reconnu et que leur notoriété est amplifiée, nous serons alors sur la bonne voie pour lui donner le courage d'aller de l'avant, sachant que c'est possible. On dit qu'il faut le voir pour le croire. Cela exerce une influence énorme sur les jeunes créatrices. C'est un objectif à long terme, et nous sommes maintenant les pionnières d'une industrie plus équilibrée. »

— April Mullen —

Réalisatrice, lors d'une interview accordée à la CBC sur l'Hommage Diamant Birks



VIA RAIL CANADA : DU CONTENU CANADIEN À BORD

Le système Divertissement à bord de VIA Rail offre l'accès gratuit à plus de 200 heures de contenu canadien — films, actualités et émissions de télévision — aux voyageurs qui font les 3,6 millions de trajets annuels le long du corridor Québec-Windsor.

Pour souligner le 150^e anniversaire du Canada et le 50^e anniversaire de Téléfilm Canada, quelque 50 films canadiens sont offerts sur demande aux voyageurs. Le contenu est accessible à partir de n'importe quel ordinateur portable, tablette ou téléphone intelligent.

En partenariat avec Les Films Séville, une filiale d'Entertainment One.



ONF.CA : LES TALENTS ÉMERGENTS EN VEDETTE

La chaîne web *Talents émergents* de l'Office national du film du Canada (ONF) offre une sélection de premiers longs métrages à micro-budget réalisés par de talentueux cinéastes émergents — incluant ceux des communautés autochtones et de langue officielle en situation minoritaire.

La chaîne est présentée par l'ONF en partenariat avec le Fonds des talents.



SOIRÉES CINÉMA AU CANADA

Pour célébrer le 150^e anniversaire du Canada, une série pancanadienne de projections avec tapis rouge, présentée par l'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et des partenaires publics et privés de l'industrie, présentent les meilleurs longs métrages canadiens pour mieux faire connaître les productions et les créateurs d'ici.

Les événements braquent les projecteurs sur les talents les plus brillants et les plus talentueux, mettant en vedette des artistes du cinéma, de la télévision et du numérique provenant de l'ensemble du pays. Les films choisis racontent nos histoires uniques et témoignent du dynamisme de nos industries culturelles et créatives.

Les deux premiers événements ont fait salle comble à Ottawa et à Toronto, générant un engagement exceptionnel sur les médias sociaux et une solide couverture médiatique. Six autres événements suivront tout au long de 2017, soit à Winnipeg, Iqaluit, Halifax, Calgary, Québec et Vancouver.

Les Soirées cinéma au Canada témoignent du travail d'équipe des nombreux partenaires qui se sont mobilisés pour faire de cette campagne nationale promouvant les talents exceptionnels de notre pays un véritable succès.



NOTORIÉTÉ

Presse et médias sociaux : rejoindre les fans

Des relations proactives avec les médias ont contribué à ce que le succès de l'industrie canadienne du cinéma trouve un écho auprès des auditoires, et à ce que les grands enjeux de l'industrie soient abordés dans la sphère publique. Une fois de plus, l'année 2016-2017 s'est distinguée par une forte couverture médiatique.

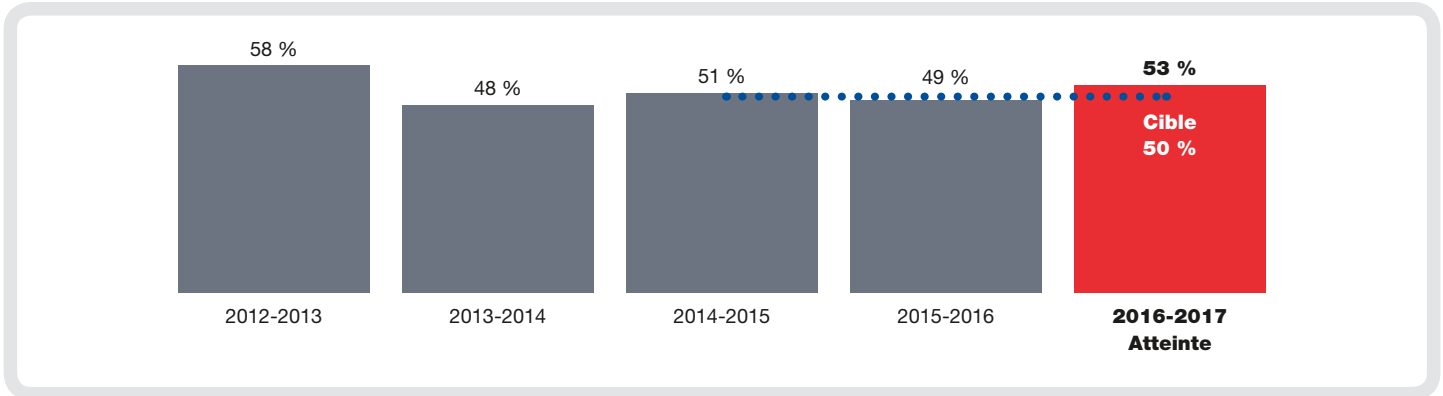
En voici les faits saillants :

- Les conclusions de l'étude de Téléfilm intitulée *Comprendre et interpellier les auditoires* ont été présentées lors d'un segment de six minutes diffusé dans le cadre de l'émission *On The Money* de CBC Newsworld. Le rapport a également fait l'objet d'une couverture médiatique par les médias traditionnels et spécialisés.
- À titre de nouvelle ambassadrice du Fonds des talents, l'actrice de renommée internationale Karine Vanasse a accordé des interviews en profondeur au *Business News Network* et au *Journal de Montréal*.
- *Junkets* stratégiques : grâce à Téléfilm, des journalistes et des blogueurs des domaines de la culture et du divertissement/mode de vie ont accordé une importante couverture médiatique aux talents de chez nous présents dans des festivals internationaux, ciblant les jeunes Canadiens.

Sur l'ensemble des différentes chaînes de médias sociaux, la communauté en ligne de Téléfilm a affiché une croissance se situant entre 10 % (page Facebook en français) et 25 % (chaîne YouTube de la Société), le contenu original de Téléfilm faisant l'objet d'un engagement continu.

Conformément aux tendances du marché, Téléfilm a graduellement abandonné ses activités sur Google+ en faveur d'autres plateformes plus populaires. Dans cette optique, la Société ouvrira un compte Instagram au début du nouvel exercice financier.

Téléfilm mesure également l'impact de ses efforts promotionnels à l'aide d'un indicateur du **niveau de notoriété des films canadiens auprès des Canadiens**. La notoriété est la première étape à franchir pour rejoindre les auditoires, améliorer la perception et stimuler la demande pour du contenu canadien au fil du temps. Selon les résultats de 2016-2017, 53 % des Canadiens sondés ont dit être en mesure de nommer un film canadien, une augmentation de 8 % par rapport à l'année précédente.¹⁶



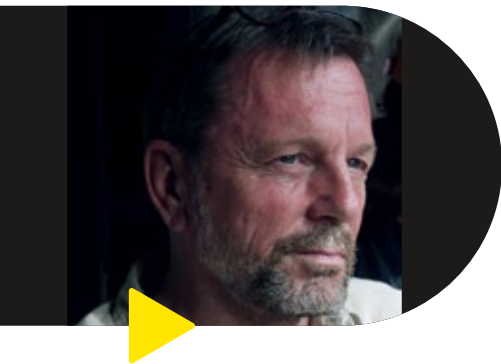
À VENIR

Au cours de l'exercice financier 2017-2018, Téléfilm Canada continuera à promouvoir les succès de l'industrie audiovisuelle canadienne et le talent de ses créateurs. Des initiatives en matière de découvrabilité seront mises sur pied et renforcées au pays et à l'étranger.

Sur la scène internationale, le coup d'envoi sera donné à la tournée Canada Now des cinémas de répertoire qui comprendra de nombreux arrêts, incluant aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Mexique. De même, Téléfilm célébrera le contenu et les talents canadiens lors du Marché du film européen de la Berlinale 2018, où le Canada sera le pays en vedette.

Au pays, la portée de la campagne de promotion Voir grand sera élargie pour accroître l'impact et la notoriété des succès de l'industrie auprès des Canadiens. Téléfilm continuera aussi à célébrer le 150^e anniversaire de la Confédération du Canada en organisant sept autres projections dans le cadre des Soirées cinéma au Canada et en accentuant la promotion de la collection Voir grand sur iTunes.

Enfin, la stratégie d'exportation pour le contenu culturel canadien sera peaufinée et mise en application en partenariat avec l'industrie et des joueurs clés dans le but d'augmenter les ventes et la reconnaissance de la marque du Canada à l'étranger.



« Les gens de Téléfilm n'ont ménagé aucun effort pour que *Water* devienne réalité. [...] nous avons tourné dans un autre pays, et dans une langue autre que le français ou l'anglais, mais ils ont trouvé une façon de le financer [...]. Cela témoigne de l'engagement de Téléfilm envers le multiculturalisme, qui est pour elle bien davantage qu'un simple concept. »

– David Hamilton –

Producteur, *Water*

(en nomination pour l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère en 2007)

TELEFILM 50
CANADA

16. La méthode d'enquête utilisée en 2012-2013 était différente.

SOURCE DE RÉFÉRENCE

Information commerciale
Une prise de décisions fondée sur des mesures pertinentes

Mener des recherches pertinentes, en communiquer les résultats, et élaborer des mesures de succès exhaustives.

RÉALISATIONS

Rapports et études publiés ou commandités par Téléfilm

L'industrie audiovisuelle canadienne se compose essentiellement de petites et moyennes sociétés de production disposant d'une main-d'œuvre restreinte et de ressources limitées pour la recherche. Dans ce contexte, Téléfilm a un rôle précieux à jouer dans la collecte, l'analyse et la communication d'informations clés sur l'industrie qui ne serait pas disponible autrement. Téléfilm procède de deux façons pour fournir des données pertinentes et pragmatiques : premièrement, en produisant et en commandant des études et en finançant des rapports produits par l'industrie, et deuxièmement, en finançant des conférences et des événements suscitant une réflexion sur des enjeux de l'industrie.

Initiatives du présent exercice financier:

Faire le suivi du comportement des auditoires et des tendances du marché, et présenter des stratégies de mise en marché numérique efficaces

RAPPORT COMPRENDRE ET INTERPELLER LES AUDITOIRES DE TÉLÉFILM

Comportement des auditoires

Ce rapport présente un compte rendu des principales données et tendances relatives aux auditoires qui ont été recensées dans le cadre d'une enquête nationale et de groupes de discussion. Deux segments clés du marché, « Identitaire » et « Curieux », se sont en outre révélés particulièrement prometteurs pour le contenu canadien. L'édition 2016 de la recherche a été menée par Nielsen Media Research et a été lancée dans le cadre du Playback Marketing Summit.



PLAYBACK MARKETING SUMMIT

Partager les pratiques exemplaires en matière de mise en marché

Afin que l'industrie comprenne mieux les pratiques de mise en marché permettant d'engager et de rejoindre les auditoires plus efficacement, Brunico Communications et Téléfilm Canada ont présenté la deuxième édition du Playback Marketing Summit. Des experts en mise en marché, des représentants des grandes marques, des distributeurs et des producteurs, entre autres, se sont réunis pour discuter de solutions novatrices aux défis d'aujourd'hui. Au cours de la conférence, Cynthia Pachovski, vice-présidente, Consumer Insights, de Nielsen Media Research, a dégagé les grandes lignes du rapport de Téléfilm, *Comprendre et interpellier les auditoires*.



ÉTUDES DE CAS DE TÉLÉFILM SUR LA MISE EN MARCHÉ, LA DISTRIBUTION ET L'ENGAGEMENT DES AUDITOIRES À L'AIDE DES CANAUX NUMÉRIQUES

Études de cas

Téléfilm procède à des études de cas sur des films financés par le Programme de production à micro-budget qui lui permettent d'offrir de l'information pertinente et d'effectuer des recommandations. Les études portent sur trois films — *Un film de chasse de filles*, *The Editor* et *Cast No Shadow* — chacun ayant exploité avec succès la mise en marché numérique et réussi à engager les auditoires. Le Programme de production à micro-budget de Téléfilm s'adresse aux cinéastes émergents et vise à stimuler l'utilisation des nouvelles plateformes de distribution numérique. Les études de cas ont été publiées dans le cadre du Playback Marketing Summit.



CAMP D'ENTRAÎNEMENT « BOOTCAMP » DE TÉLÉFILM POUR LE PROGRAMME DE PRODUCTION À MICRO-BUDGET

Des cinéastes de l'ensemble du pays ayant obtenu du financement du Programme de production à micro-budget ont été invités à participer à des ateliers intensifs et à rencontrer d'autres équipes de création émergentes. Les participants de cette année ont assisté à des ateliers pour les aider à identifier clairement leur marché cible et à élaborer des stratégies pour rejoindre ces auditoires. Des participants des éditions précédentes du programme ont partagé leur expérience ainsi que des tactiques efficaces pour maximiser l'impact et la portée des films.

STIMULER L'INNOVATION ET OUVRIR DE NOUVELLES AVENUES POUR LES PRODUCTEURS DE FILMS ÉMERGENTS AU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE LOCARNO

Au Festival international du film de Locarno, Téléfilm a présenté son Programme de production à micro-budget ainsi que des études de cas portant sur des films financés en vertu de ce programme.

FAIRE LE SUIVI DE LA SITUATION DE L'INDUSTRIE

Profil 2016

Un rapport économique annuel sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada, qui donne un aperçu des principaux secteurs de la production au Canada, à savoir la production canadienne, la production étrangère et les services de production de même que la production interne par les télédiffuseurs. On y présente également d'importantes données sur la production de contenu numérique convergent. Par son apport financier et la communication de données, Téléfilm est fière de contribuer à la publication du rapport qui dégage notamment les tendances historiques sur une période de 10 ans.



Téléfilm a également financé des études menées par l'industrie sur des sujets comme les femmes dans des postes de direction, l'exportation du contenu canadien, la production d'un « impact » documentaire et la découvrabilité du contenu.

FEMMES ET LEADERSHIP

Femmes et leadership : étude sur la parité de genre et la diversité dans l'industrie médiatique canadienne offre un survol des défis complexes auxquels les femmes sont confrontées et un exposé global et exhaustif des solutions mises en place par différents organismes pour relever ces défis.



ÉTUDES SUR L'EXPORTATION

L'exportation de contenu canadien prend de plus en plus d'importance, comme en témoignent les politiques du gouvernement fédéral et sa stratégie à long terme visant la protection de la santé économique de l'industrie. Ces études ont permis de dégager les grandes tendances, de cerner les défis de l'exportation et les possibilités d'accroître les ventes à l'étranger, et d'émettre des recommandations pour faire en sorte que les initiatives canadiennes soient compétitives.



PRODUCTION D'IMPACT DOCUMENTAIRE

Au cours de la dernière décennie, le terme « production d'impact » a émergé pour décrire cette nouvelle dimension de la pratique documentaire qui réunit la distribution, la sensibilisation communautaire et l'engagement des auditoires en une « campagne d'impact » coordonnée. Ce rapport, accompagné d'une boîte à outils, présente des approches innovantes, des pratiques exemplaires et des outils qui ont notamment été élaborés aux États-Unis et au Royaume-Uni.



DÉCOUVRABILITÉ

Un cadre de référence pour examiner plus en profondeur le concept de la découvrabilité du contenu et l'expérience des auditoires canadiens. La découverte, le choix et l'accès jouent tous un rôle différent dans l'expérience vécue par le public.



FINANCEMENT DE CONFÉRENCES ET D'ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE

Promotion des arts et de la culture du Canada en Chine

Téléfilm a accompagné la délégation menée par l'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, visant à promouvoir les arts et la culture du Canada en République populaire de Chine. Le groupe a renforcé avec succès les liens entre les deux pays pour encourager les exportations culturelles, a souligné la valeur et l'importance des partenariats et a partagé des pratiques exemplaires.

Prime Time in Ottawa

Téléfilm a commandité la conférence *Prime Time in Ottawa* de la Canadian Media Producers Association, destinée aux chefs d'entreprise canadiens des secteurs du cinéma, de la télévision, des médias interactifs, de la télédiffusion et des télécommunications. Deux études de la CMPA financées par Téléfilm ont été lancées durant la conférence : *Profil 2016* et *Femmes et leadership : étude sur la parité de genre et la diversité dans l'industrie médiatique canadienne*.

Colloque international sur la mesure des produits culturels numériques (Montréal, Québec)

Ce colloque a été présenté par l'Institut de statistique de l'UNESCO et l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Il avait pour objectif d'évaluer les statistiques utilisées actuellement pour faire le suivi des produits culturels numériques, d'identifier les nouveaux indicateurs et les mécanismes innovants pour la production de statistiques, et de contribuer à l'établissement de normes statistiques internationales.

Séminaire international d'ANCINE sur les femmes dans l'industrie audiovisuelle (Rio de Janeiro, Brésil)

Carolle Brabant, directrice générale de Téléfilm Canada, a parlé de l'engagement pris par Téléfilm d'avoir un portefeuille de production équilibré reflétant la parité hommes-femmes d'ici 2020.

Conférence et exposition Virtually There (Cambridge, Massachusetts)

Présenté par le Massachusetts Institute of Technology (MIT) Open Documentary Lab, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation et le Centre Phi, cet événement explorait les différentes facettes de la réalité virtuelle et ses implications pour l'image et l'expérience documentaires.

ShowCanada (Los Angeles, Californie)

Téléfilm a commandité la conférence annuelle de l'Association des cinémas du Canada, ShowCanada. Tenue exceptionnellement à Los Angeles, la conférence réunissait des experts de l'industrie, dont Rebecca Mall, responsable du secteur de l'industrie, des médias et du divertissement à Google, qui a prononcé le discours principal présenté par Téléfilm Canada.

Conférence du Festival international du film de Toronto

Le TIFF rassemble des talents et des chefs de file exceptionnels de l'industrie du cinéma provenant de partout dans le monde. Téléfilm est fière d'accorder son soutien à cet événement phare canadien, où elle a participé au panel *Women at the Helm: « Because it's 2016! »* où il fut question d'initiatives nouvellement mises en œuvre afin de favoriser la parité hommes-femmes dans l'industrie audiovisuelle.

All Access (Winnipeg, Manitoba)

Téléfilm a contribué à cet événement de l'industrie où elle a partagé les conclusions de son rapport *Comprendre et interpeller les auditoires* et participé au panel *Marketing and Distribution Strategies for Independent Films*.

À VENIR

Téléfilm continuera à mener des recherches et à en communiquer les résultats tout au long de l'année 2017-2018. Celles-ci porteront sur le comportement des auditoires, les meilleures pratiques de mise en marché, la situation de l'industrie, des enjeux critiques (dont la diversité au cinéma), de même que le développement des talents émergents et l'importance de l'innovation au sein de l'industrie. Les conclusions de ces recherches seront communiquées à l'industrie par le biais d'événements, d'ateliers et d'outils en ligne.



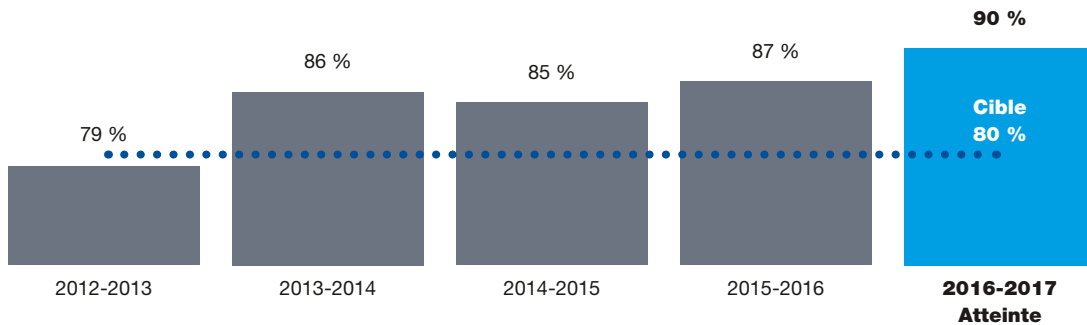
ADMINISTRATEUR

Excellence organisationnelle
Se surpasser dans
un environnement
en mutation

Tout au long de l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm a continué d'offrir de la valeur ajoutée et de l'efficacité à ses parties prenantes.

RÉALISATIONS

À Téléfilm, assurer la satisfaction des clients est d'une importance capitale; c'est pourquoi la Société évalue le pourcentage de clients satisfaits à l'aide d'un indicateur obtenu à la suite de sondages annuels. Les résultats de ces sondages indiquent un taux de satisfaction de 90 % qui surpasse de loin la cible de 80 % de l'organisation. Le service aux clients offert par les employés de Téléfilm, les consultations continues entre la direction de Téléfilm et l'industrie de même que l'amélioration continue au sein de l'organisation sont les principaux facteurs qui expliquent ces excellents résultats.



Au cours de cet exercice financier, en particulier, la communication avec les clients a été renforcée pour s'assurer qu'ils soient bien au courant des dates de clôture et des améliorations apportées aux programmes de financement. De meilleurs résultats obtenus des clients du Programme de développement ont entraîné la hausse du taux de satisfaction par rapport à l'an dernier, et résultent aussi d'une meilleure compréhension par les clients des changements apportés au programme au fil du temps. Faisant preuve de proactivité, Téléfilm a procédé en 2016-2017 au lancement de Dialogue, sa nouvelle plateforme de dépôt des demandes à la fine pointe de la technologie qui remplace graduellement la plateforme vieillissante eTéléfilm.

QUELQUES COMMENTAIRES DE CLIENTS SONDÉS

« Nous sommes extrêmement satisfaits du service offert par Téléfilm Canada : efficace, utile, professionnel et agréable. »

« La plateforme eTéléfilm nous a causé quelques difficultés, les temps de réponse étant très longs. »

« Tout le personnel était compétent et efficace. »

Mesurer pour s'améliorer

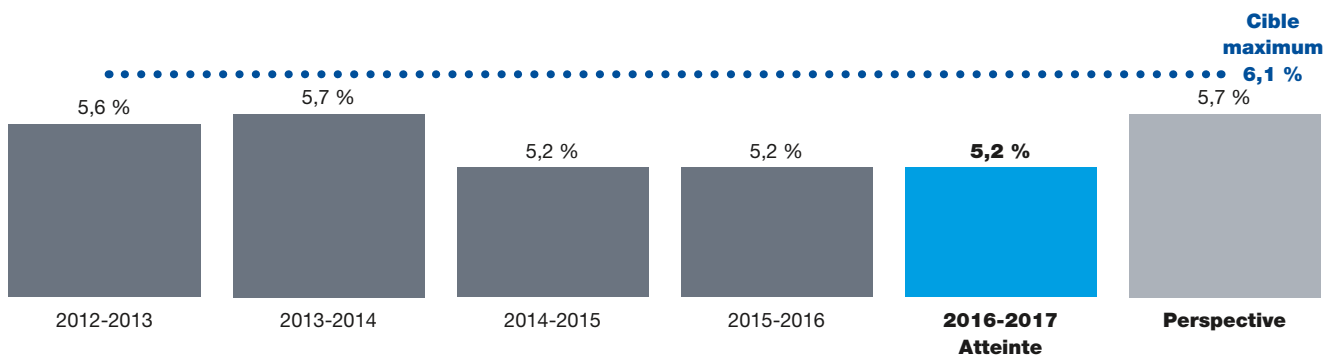
En phase avec les niveaux de satisfaction des clients, Téléfilm fait le suivi d'autres indicateurs qui lui permettent d'évaluer sa capacité de répondre aux attentes.

Le tableau suivant présente un aperçu de certaines de ces mesures :

Indicateur	Cible	2016-2017	2015-2016	
Opérationnel	Délai de décision pour le financement de la production	Semaines ≤ 10	■ 92 %	■ 87 %
	Délai de décision des recommandations de coproductions	Semaines ≤ 8	■ 96 %	■ 91 %
	Versements pour les projets	Jours ≤ 10	■ 98 %	■ 98 %
	Paievements aux fournisseurs	Jours ≤ 20	■ 78 %	■ 78 %
RH	Rétention du personnel	92 ≤ % ≤ 94	■ 93 %	■ 97 %
	Délai de recrutement	28 ≤ Jours ≤ 51	■ 40 jours	■ 30 jours
TI	Disponibilité des systèmes critiques	Heures ≥ 97,5%	■ 98,2 %	■ 99,2 %
	Journées sans incident des systèmes critiques	Journées ≥ 90%	■ 91 %	■ 86 %

À l'avenir, la satisfaction des clients restera d'une importance primordiale pour Téléfilm. Les sondages seront optimisés et gérés par l'entremise de la plateforme Dialogue afin d'améliorer les taux de réponse, et des consultations continues avec les clients permettront à la direction de comprendre rapidement les différents enjeux.

Téléfilm se doit également d'être un administrateur de programmes culturels efficace. À cette fin, l'organisation utilise un indicateur de performance qui mesure les frais de fonctionnement et d'administration en pourcentage des dépenses des programmes : le **ratio de frais de gestion**¹⁷.



L'organisation maintient depuis trois années consécutives son ratio de frais de gestion à 5,2 %.

Grâce à sa culture d'amélioration continue, Téléfilm a exercé un contrôle serré sur ses coûts tout en atteignant ses objectifs stratégiques. En tant qu'administrateur efficace, Téléfilm a pu réinjecter 1,5 million de dollars d'économies budgétaires administratives dans ses programmes, assurant ainsi un maximum de financement à l'industrie.

17. Les dépenses des programmes comprennent les dépenses de Téléfilm liées au soutien de l'industrie (101,6 M\$) et les programmes de financement du FMC (362,7 M\$) qui ne sont pas inclus dans nos états financiers.

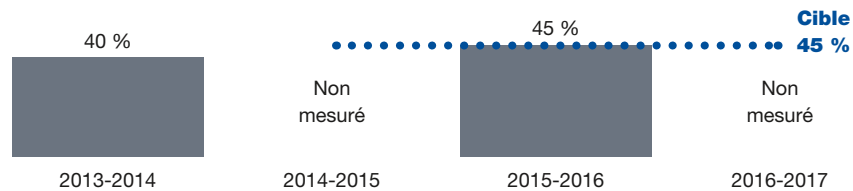
TÉLÉFILM A CRÉÉ DE LA VALEUR SUR LE LONG TERME POUR SES CLIENTS ET PARTIES PRENANTES :

<p>Optimisation et consolidation des programmes de financement</p>	<p>Atteindre l'excellence administrative</p>	<p>Établir des orientations stratégiques et prendre des décisions en fonction d'une solide information commerciale</p>
<p>-9 % Baisse des frais de fonctionnement et d'administration depuis 2012-2013</p>	<p>9,7 M\$ Économies budgétaires administratives transférées dans les programmes de financement au cours des cinq derniers exercices financiers</p>	<p>14,0 M\$ En 2016-2017, les revenus des projets ont atteint leur plus haut niveau en cinq ans</p>

Engagement des employés

Depuis l'exercice financier 2013-2014, la Société met l'accent sur l'engagement des employés. Le dernier sondage auprès des employés, mené en 2015-2016, a indiqué que l'organisation avait atteint son objectif initial. Cet indicateur n'a pas été mesuré durant l'exercice financier 2016-2017.

Au cours de l'exercice 2016-2017, l'organisation a continué à mettre en place des solutions basées sur les meilleures pratiques en gestion et sur des recommandations effectuées par des groupes de travail internes.



Progrès des Ressources humaines relativement à l'engagement des employés :



FAVORISER LA COLLABORATION

Troisième année des sessions de codéveloppement

Axées sur la résolution collaborative de problèmes et le développement d'aptitudes en matière d'encadrement. Permettent le développement de compétences organisationnelles, favorisent la participation des employés, l'acquisition d'aptitudes en matière d'encadrement et le partage de connaissances.



POLITIQUES RH

Pratiques d'embauche

Politique de recrutement améliorée accompagnée d'un processus de sélection basé sur le comportement. Le processus de recrutement est davantage axé sur l'engagement des employés. Une pratique de pointe parmi les professionnels des RH.

Favoriser la conciliation travail-famille
Adoption officielle d'un horaire variable.



INITIATIVES DE RECONNAISSANCE DES EMPLOYÉS

Célébration des années de service

Mise en œuvre de cérémonies annuelles célébrant les années de service et la reconnaissance officielle des employés.

Semaine nationale de la fonction publique (SNFP)

Il s'agit de la toute première participation de Téléfilm à cet événement. La Société a reconnu les employés pour leur service public et leurs contributions.

MISER SUR LES TECHNOLOGIES

Au cours de l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm a poursuivi l'implantation de Dialogue, sa nouvelle plateforme pour le dépôt des demandes, un système unique et moderne qui lui permet de respecter sa promesse d'être un administrateur plus agile, réactif et axé sur le client.

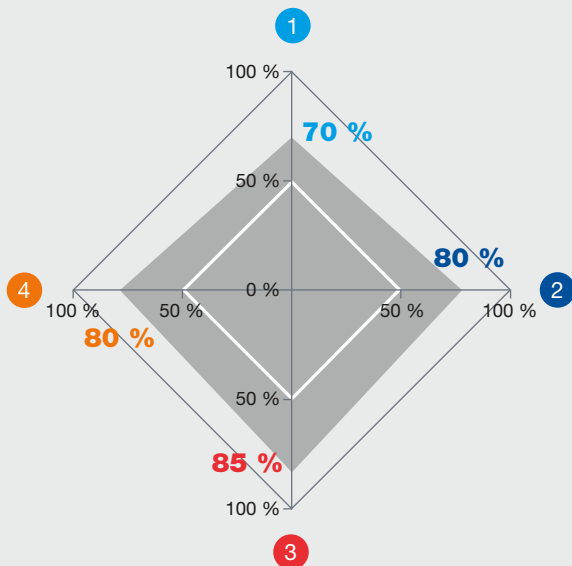
Dialogue est un projet d'entreprise mené par le service des TI de Téléfilm. Le FMC s'est joint à Téléfilm au tout début du projet, ce qui a permis de réaliser des économies de coûts dans le développement de processus communs utilisés pour administrer les programmes de financement des deux organisations.

Dialogue

Durant l'exercice 2016-2017, la plupart des programmes de Téléfilm (Production, Micro-budget, Mise en marché, Mise en marché internationale et Aide à l'exportation) ont migré sur la nouvelle plateforme. Les programmes du volet expérimental du FMC ont également été transférés, et la migration des programmes du volet convergent est à venir.

La Société s'est fixé des objectifs pour le projet :

Atteinte des objectifs (en %)



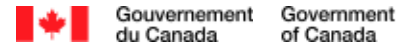
- 1 Réduction du délai de lancement** : la plateforme dite « low-code » accélère les temps requis pour le développement, la mise à jour et les améliorations des processus relatifs aux programmes de financement. Elle a été conçue pour évoluer avec les nouveaux programmes et partenaires.
- 2 Meilleure utilisabilité** : une plateforme entièrement adaptable et accessible de n'importe quel appareil mobile. Une seule plateforme, collaborative et transparente utilisée autant par les clients que les employés. Disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.
- 3 Sécurité accrue** : utilise les avantages de l'infonuagique, comme les mises à jour du logiciel et des fonctions de sécurité, la confidentialité et l'intégrité des données, les solutions de sauvegarde et de récupération basées sur l'infonuagique, entre autres.
- 4 Rapport coût-efficacité** : la plateforme intégrée, basée sur l'infonuagique, simplifie les processus tant pour les utilisateurs internes qu'externes. Une réduction importante du nombre de technologies employées permettra de réaliser d'autres économies tout au long du développement et de la maintenance.

Parmi les autres avantages de Dialogue, mentionnons une capacité de collecte des données améliorée, conçue pour l'ère numérique, qui permet à Téléfilm de faire le suivi et de rendre compte de ses objectifs établis pour 2020 en matière de diversité de son portefeuille de production. Dialogue est un système collaboratif qui simplifiera la prise de décision pour Téléfilm et améliorera les procédures pour les parties prenantes à travers des processus interreliés qui réduisent les formalités administratives.

SYSTÈME DE TRAITEMENT DE LA PAIE PHÉNIX

Le système de traitement de la paie Phénix du gouvernement du Canada a été mis en place avec succès durant l'exercice financier. Ce système d'entrée directe des données a été choisi parce qu'il est centralisé et qu'il simplifie le processus de paiement. Le succès de sa mise en œuvre est attribuable à différents facteurs, notamment :

- la simplicité des pratiques et des règles en matière de ressources humaines en vigueur à Téléfilm;
- le dévouement de l'équipe interne des RH de Téléfilm, qui a assuré l'intégrité des données durant le changement de système; et
- la formation offerte aux gestionnaires et aux employés.



ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL BASÉ SUR L'INFONUAGIQUE

Les employés sont maintenant en mesure d'accéder à l'environnement de Téléfilm, Microsoft Office 365 basé sur l'infonuagique, à partir de n'importe quel appareil, ce qui rend les conditions de travail plus flexibles tout en assurant la sécurité de l'information.



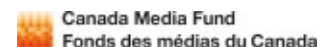
UN PRIX D'EXCELLENCE POUR LE RAPPORT ANNUEL 2014-2015 DE TÉLÉFILM, TALENT SANS FRONTIÈRES

Les Comptables professionnels agréés du Canada ont remis à la Société le Prix d'excellence en information financière 2016 – Petite société d'État fédérale, pour son rapport annuel 2014-2015, *Talent sans frontières*.



À VENIR

L'entente de services avec le Fonds des médias du Canada a été reconduite pour un an.



La Société entend migrer le reste de ses programmes sur Dialogue et lancer d'autres fonctionnalités, incluant :

- Programme de développement de Téléfilm;
- Processus de recommandation des coproductions de Téléfilm;
- Programmes du volet convergent du FMC;
- Capacité de suivi des activités opérationnelles et les indicateurs connexes;
- Capacité de production de rapports; et
- Processus de rapports sur l'exploitation.



RÉGIME D'INTÉGRITÉ DE SERVICES PUBLICS ET APPROVISIONNEMENT CANADA

Téléfilm met tout en œuvre pour atteindre l'excellence administrative et tient à collaborer avec des fournisseurs à l'éthique irréprochable. Par conséquent, la Société entend profiter des services offerts par le Régime d'intégrité du gouvernement du Canada, dont les mesures visent à détecter et à prévenir la fraude, la collusion et la corruption dans les contrats octroyés par le gouvernement du Canada à des fournisseurs qui ont une conduite contraire à l'éthique.



REVUE FINANCIÈRE

La revue financière a pour but de présenter des informations complémentaires aux états financiers et de faire état de la performance passée et des perspectives d'avenir de l'organisation. La direction procède à des estimations et établit des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés aux états financiers; ces éléments figurent à la note 2 des états financiers : Principales méthodes comptables. Il n'y a eu aucun changement aux normes comptables adoptées par Téléfilm pour l'exercice.

Certains chiffres des exercices financiers précédents ont été reclassés pour se conformer à la présentation adoptée en 2016-2017. Certains chiffres présentés sont arrondis.

Faits saillants

- **101,6 millions de dollars** : les dépenses de soutien ont atteint un sommet depuis 2010-2011;
- **9 %** : diminution des frais de fonctionnement et d'administration depuis 2012-2013;
- **14,0 millions de dollars** : les revenus d'investissements et récupérations ont atteint leur plus haut niveau en cinq ans;
- **1,5 million de dollars** : économies budgétaires administratives transférées aux programmes de financement

<i>En milliers de dollars</i>	2016-2017	2015-2016	Écart \$	
Développement de l'industrie audiovisuelle canadienne	78 397	67 132	11 265	①
Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger	23 241	28 601	(5 360)	②
	101 638	95 733	5 905	
Frais de fonctionnement et d'administration	24 142	24 531	(389)	
	125 780	120 264	5 516	
Revenus	28 803	25 745	3 058	③
	96 977	94 519	2 458	
Crédit parlementaire	97 454	95 454	2 000	④
Excédent de l'exercice	477	935	(458)	

Écarts

- ① Les dépenses de **développement de l'industrie audiovisuelle canadienne** affichent une augmentation de 11,3 millions de dollars par rapport au dernier exercice financier, la Société ayant équilibré l'allocation des fonds de son portefeuille en fonction du marché linguistique.
- ② Notre **aide à la promotion au Canada et à l'étranger** présente une baisse de 5,4 millions de dollars, attribuable au fait que les dépenses pour le Programme de mise en marché sont revenues au niveau de financement prévu au cours du présent exercice.
- ③ Nos **revenus** ont augmenté de 3,1 millions de dollars, découlant d'une hausse des revenus d'investissements et récupérations ainsi que des honoraires de gestion du Fonds des médias du Canada.
- ④ Le **crédit parlementaire** a connu une hausse de 2 millions de dollars, tel que cela fut annoncé dans le budget 2016 du gouvernement du Canada.

DÉPENSES DE SOUTIEN

Les dépenses de soutien comprennent toutes les dépenses nécessaires à Téléfilm pour réaliser sa mission. Pour l'exercice financier terminé le 31 mars 2017, ces dépenses s'élèvent à 101,6 millions de dollars, en hausse de 6 % par rapport à l'exercice précédent, ce qui représente un sommet depuis l'exercice 2010-2011.

En milliers de dollars	Budget	2016-2017	2015-2016	Budget		Écart		
				\$	%	\$	%	
Production	59 342	68 075	57 744	(8 733)	(15)	10 331	18	①
Développement	7 625	6 483	5 831	1 142	15	652	11	②
Production à Micro-budget	2 000	2 198	1 913	(198)	(10)	285	15	③
Eurimages	–	1 088	–	(1 088)	–	1 088	–	④
Coproductions (Recommandations)	509	455	506	54	11	(51)	(10)	
Long métrage documentaire	1 000	98	1 138	902	90	(1 040)	(91)	⑤
	70 476	78 397	67 132	(7 921)	(11)	11 265	17	
Mise en marché	10 780	9 980	17 408	800	7	(7 428)	(43)	⑥
Promotion – activités nationales	6 886	8 417	6 853	(1 531)	(22)	1 564	23	⑦
Promotion – activités internationales	4 202	4 062	3 847	140	3	215	6	
Mise en marché internationale	1 000	679	493	321	32	186	38	⑧
Aide à l'exportation	–	103	–	(103)	–	103	–	⑨
	22 868	23 241	28 601	(373)	(2)	(5 360)	(19)	
	93 344	101 638	95 733	(8 294)	(9)	5 905	6	

① Les **Programmes de production** présentent à la fois un déficit budgétaire prévu et une augmentation des dépenses comparativement à l'exercice précédent, soit de 8,7 millions de dollars et de 10,3 millions de dollars, respectivement. Cela est principalement attribuable à l'objectif de la Société qui vise à équilibrer l'allocation des fonds de son portefeuille en fonction du marché linguistique.

② Les dépenses du **Programme de développement** présentent une économie par rapport au budget, mais sont en augmentation comparativement à l'exercice précédent. L'économie de 1,1 million de dollars est attribuable au nombre moins élevé que prévu de clients ayant soumis une demande de financement. De plus, une hausse de 14 % du nombre de projets de développement financés a entraîné une augmentation de nos dépenses de 0,7 million de dollars par rapport à l'exercice financier précédent.

③ Le **Programme de production à micro-budget** a été amélioré durant l'exercice pour pouvoir financer un plus grand nombre de projets, soit 18 contre 15 l'an dernier, ce qui explique à la fois le dépassement budgétaire et l'augmentation des dépenses en regard de l'exercice financier précédent.

④ Le Canada est devenu un membre associé du **Fonds culturel Eurimages** et a déboursé sa première contribution annuelle. Il est à noter que le Conseil du Trésor a accordé du financement supplémentaire pour ce partenariat prometteur.

⑤ Le **Programme pour le long métrage documentaire** a reçu des demandes de financement lors du troisième trimestre de l'exercice 2016-2017, comme prévu lors de l'implantation de la nouvelle plateforme Dialogue, et le processus de sélection a pris fin lors du quatrième trimestre. Des engagements contractuels suivront au cours du prochain exercice financier.

⑥ Le **Programme de mise en marché** affiche une diminution des dépenses de 7,4 millions de dollars comparativement à l'exercice 2015-2016. Il est à noter que le niveau des dépenses de l'exercice précédent était exceptionnellement élevé étant donné que plusieurs projets prometteurs avaient obtenu du financement, incluant *Brooklyn*, *Room* et *Goon: Last of the Enforcers*. L'exercice financier 2016-2017 voit un retour au niveau de financement prévu.

⑦ Le **Programme de promotion et les activités de promotion nationales** affichent un dépassement budgétaire prévu de 1,5 million de dollars et une hausse équivalente des dépenses par rapport à l'exercice financier précédent. À cet égard, la Société a consenti à soutenir financièrement 11 nouvelles activités et initiatives promotionnelles afin de mettre à l'avant-scène; la découvrabilité des œuvres sur une variété de plateformes, le 150^e anniversaire du Canada et le développement des talents émergents.

⑧ Le **Programme de mise en marché internationale** affiche des économies budgétaires de 0,3 million de dollars pour l'exercice financier et une hausse des dépenses de 0,2 million de dollars comparativement à l'exercice précédent. À l'automne 2016, la Société a restructuré son programme qui inclut dorénavant 34 festivals et événements internationaux additionnels. Le programme nouvellement lancé n'a pas atteint le niveau de dépenses prévu.

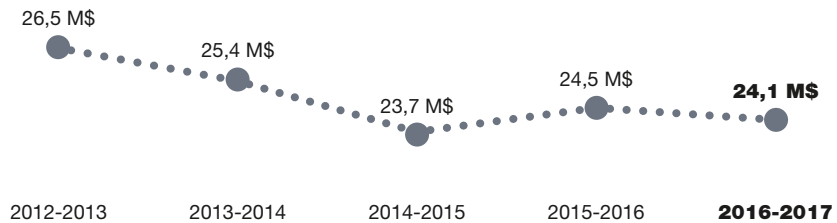
⑨ Enfin, au cours de l'exercice financier, la Société a procédé au lancement de son **Programme d'aide à l'exportation**. Ce programme a pour but de financer la distribution à l'étranger de productions canadiennes. Les sociétés doivent être spécialisées en distribution de films et posséder les droits d'exploitation de projets sélectionnés dans les territoires admissibles.

FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

Les frais de fonctionnement et d'administration sont demeurés relativement stables autant par rapport au budget qu'à l'exercice précédent. Par rapport au budget, ils ont généré une économie de 1,8 million de dollars, alors que comparativement à l'exercice financier 2015-2016, ils affichent une baisse de 0,4 million de dollars. Le poste de salaires et avantages sociaux représente la dépense la plus élevée, soit près de 70 % du total des frais de fonctionnement et d'administration.

En milliers de dollars	Budget	2016-2017	2015-2016	Écart				
				Budget		Exercice précédent		
				\$	%	\$	%	
Salaires	18 660	16 659	17 464	2 001	11	(805)	(5)	①
Honoraires professionnels	1 770	1 873	1 589	(103)	(6)	284	18	②
Location	1 819	1 798	1 725	21	1	73	4	
Technologies de l'information	1 660	1 669	1 510	(9)	(1)	159	11	③
Voyages	578	694	491	(116)	(20)	203	41	④
Frais de bureau	595	689	639	(94)	(16)	50	8	
Amortissement et réduction de valeur d'immobilisations corporelles	650	486	902	164	25	(416)	(46)	⑤
Publications	259	274	211	(15)	(6)	63	30	
	25 991	24 142	24 531	1 849	7	(389)	(2)	

La Société a réduit ses frais de fonctionnement et d'administration de **9 %** depuis 2012-2013.



① Les **salaires et avantages sociaux** présentent une économie de 11 % par rapport au budget, soit plus de 2,0 millions de dollars. Cette économie résulte notamment des nombreux postes demeurés vacants durant l'exercice, principalement dans le secteur des technologies de l'information, et du montant moins élevé que prévu des charges sociales attribuable à une diminution de la part versée par l'employeur dans le régime de retraite des employés.

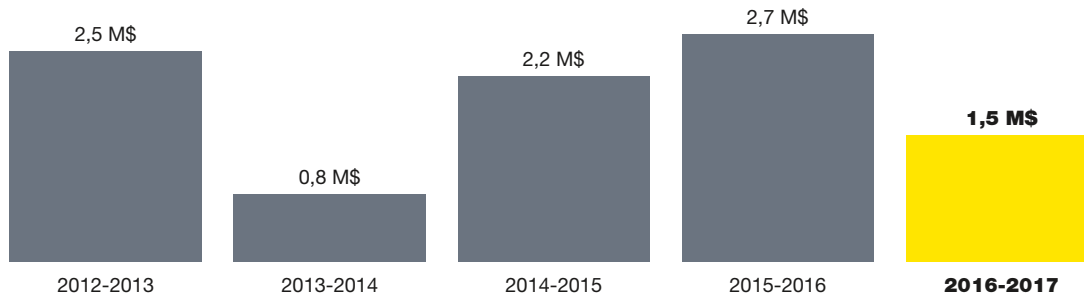
② Les **honoraires professionnels** affichent une hausse de 18 % par rapport à l'exercice 2015-2016. Cette augmentation est attribuable aux honoraires des consultants chargés de la refonte du site web et de l'amélioration de la mesure des niveaux de service de la nouvelle plateforme, et aux coûts de recherche sur les habitudes des Canadiens en matière de consommation de longs métrages.

③ Les dépenses en **technologies de l'information** dépassent celles de 2015-2016. La hausse découle des droits de licence de la nouvelle plateforme Dialogue, des licences additionnelles étant requises pour les employés à la suite du plus large déploiement des processus de la plateforme.

④ Les dépenses relatives aux **voyages** sont en dépassement budgétaire de 20 % et sont supérieures de 41 % à celles de l'exercice financier précédent. Le dépassement budgétaire résulte des frais de déplacement exceptionnels engagés par des employés et des consultants qui ont dû voyager dans le cadre du développement et du déploiement de la nouvelle plateforme Dialogue. Cela explique également en partie l'écart par rapport à l'exercice précédent, en plus des dépenses de voyages reliées aux sessions de codéveloppement et à l'implantation du nouveau système de la paie Phénix. La plupart de ces frais de voyages ne sont pas des dépenses récurrentes.

⑤ Les dépenses d'**amortissement** présentent une baisse autant par rapport au budget qu'aux résultats de 2015-2016. Les économies budgétaires proviennent d'éléments d'actif capitalisés qui sont demeurés aux travaux en cours au 31 mars. La baisse de 0,4 million de dollars par rapport à 2015-2016 est attribuable à une réduction de la valeur d'immobilisations corporelles survenue au dernier exercice financier.

Chaque année, les économies budgétaires sont réinvesties dans le financement de l'industrie audiovisuelle. En 2016-2017, la somme de 1,5 million¹⁸ de dollars d'économies budgétaires administratives a été transférée aux programmes de financement.



Un total de **9,7** millions de dollars d'économies budgétaires administratives a été transféré aux programmes de financement au cours des cinq derniers exercices financiers.

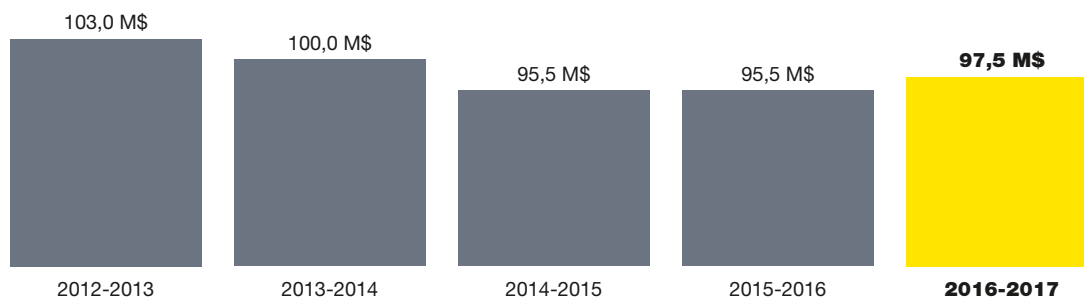
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS

Les revenus totaux de la Société s'élèvent à 126,3 millions de dollars, en hausse de 5 % par rapport au budget et de 4 % en regard de l'exercice précédent. Le crédit parlementaire et les revenus d'investissements et récupérations ont tous deux contribué à l'augmentation.

En milliers de dollars	Budget	2016-2017	2015-2016	Budget		Écart Exercice précédent		
				\$	%	\$	%	
Crédit parlementaire	95 454	97 454	95 454	2 000	2	2 000	2	①
Revenus d'investissements et récupérations	10 000	14 000	12 069	4 000	40	1 931	16	②
Honoraires de gestion provenant du FMC	11 461	10 984	10 044	(477)	(4)	940	9	
Fonds des talents	2 165	2 572	2 740	407	19	(168)	(6)	③
Contributions aux activités de soutien promotionnel	817	1 133	776	316	39	357	46	④
Intérêts	100	114	116	14	14	(2)	(2)	
	119 997	126 257	121 199	6 260	5	5 058	4	

① Le **crédit parlementaire** est la principale source de financement de la Société, représentant 77 % des revenus totaux. Tel que cela a été annoncé dans le budget 2016 du gouvernement du Canada, le crédit parlementaire a augmenté pour la première fois en cinq exercices.

Crédit parlementaire

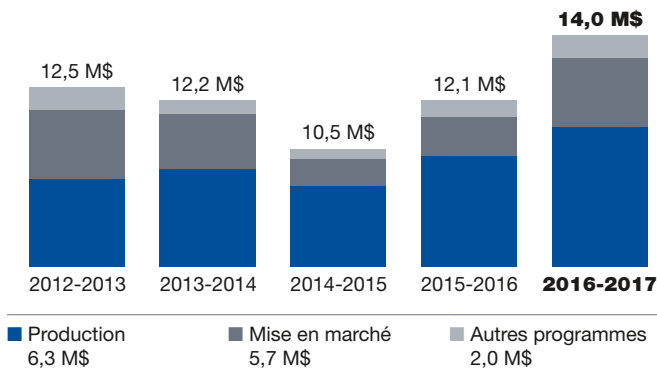


18. Le surplus budgétaire est calculé selon une comptabilité de caisse modifiée.

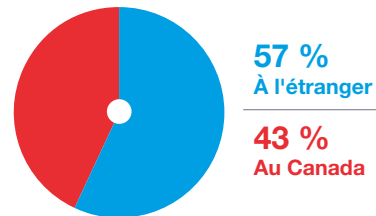
② Les **revenus d'investissements et récupérations** atteignent en 2016-2017 leur plus haut niveau jamais enregistré en cinq ans, dépassant le montant prévu au budget de 4,0 millions de dollars et excédant les résultats de l'exercice précédent de 1,9 million de dollars. Cette augmentation par rapport à l'exercice financier précédent se reflète largement dans le volume et l'ampleur des revenus récupérés de notre aide à la production et à la mise en marché des projets de longs métrages :

- Au cours de l'exercice, 18 importants projets en mise en marché ont généré un total de 3,7 millions de dollars, alors que l'an dernier, les 12 projets les plus performants avaient rapporté 2,9 millions de dollars.
- De même, les projets en production ont généré d'importants revenus cette année, grâce à des coproductions internationales à succès tels que *Room* et *Brooklyn*, démontrant ainsi l'important potentiel de revenus qu'offre ce type d'investissements.
- Pour un nombre équivalent de projets financés en production, les revenus dépassent de 1 million de dollars ceux de l'exercice précédent.
- Contrairement à l'exercice précédent, le marché étranger s'est taillé la part du lion des ventes brutes provenant des projets en production.
- Enfin, le surplus de 4 millions de dollars par rapport au budget résulte des prévisions conservatrices effectuées par la Société en raison de la nature volatile de cette source de fonds.

Revenus d'investissements et récupérations



Ventes brutes des projets de longs métrages financés en production



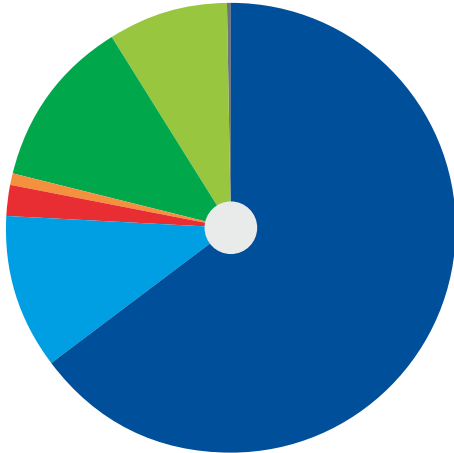
③ Les **revenus du Fonds des talents** sont plus élevés que prévu. Puisqu'il est difficile d'évaluer le nombre de donateurs privés et le montant de leurs dons, seuls les montants prévus aux ententes de contribution sont inclus au budget.

④ Les **contributions aux activités de soutien promotionnel** dépassent le montant prévu au budget ainsi que les résultats de l'exercice précédent, en raison principalement de commandites des Soirées cinéma au Canada, tenues dans le cadre de nos initiatives de célébration du 150^e anniversaire du Canada.

Le graphique suivant présente la répartition de nos sources de financement :

Répartition du financement gouvernemental et des revenus

126,3 M\$



82,0 M\$

Programmes – Crédit parlementaire

14,0 M\$

Programmes – Revenus d'investissements et récupérations

2,6 M\$

Programmes – Fonds des talents

1,1 M\$

Programmes – Contributions aux activités de promotion

15,5 M\$

Administration – Crédit parlementaire

11,0 M\$

Administration – Fonds des médias du Canada

0,1 M\$

Administration – Intérêts

Rapprochement du coût de l'exploitation et du crédit parlementaire

La plus grande partie du financement de la Société provient d'un crédit parlementaire annuel. Les éléments comptabilisés dans l'état des résultats et dans l'état de la situation financière peuvent avoir été financés au moyen d'un crédit parlementaire qui a été approuvé lors d'un exercice précédent ou lors de l'exercice en cours. Certains éléments inclus dans le calcul du rapprochement ne peuvent être reliés directement aux états financiers.

En milliers de dollars

	2016-2017	2015-2016
Coût de l'exploitation	125 780	120 264
Ajustements affectant l'utilisation du crédit parlementaire :		
Dépenses de soutien financées par nos revenus d'investissements et récupérations accumulés	(7 404)	(3 768)
Ajustement pour les dépenses de soutien qui respectent les critères d'admissibilité au crédit parlementaire	(7 561)	(8 272)
Contributions aux activités de soutien promotionnel	(1 133)	(776)
Dépenses de soutien financées par le Fonds des talents	(2 892)	(2 085)
Charges payées d'avance	(90)	472
Prêt	(410)	–
Frais de fonctionnement et d'administration financés par le FMC	(10 984)	(10 044)
Acquisition d'immobilisations	2 798	671
Recouvrement de salaire pour transition à un régime de paie en arrérages	(23)	(17)
Réduction de valeur d'immobilisations	–	(531)
Amortissement	(486)	(371)
Frais de fonctionnement et d'administration financés par les revenus d'intérêts	(114)	(116)
Avantages sociaux futurs	(27)	27
Crédit parlementaire autorisé	97 454	95 454

SITUATION FINANCIÈRE AU 31 MARS 2017

En général, la situation financière de la Société est demeurée relativement stable au cours de l'exercice, l'excédent accumulé ayant augmenté de 2 %. Le principal actif de la Société est un montant de 61,7 millions de dollars à recevoir du Trésor qui tient lieu d'encaisse et qui sert principalement à acquitter les engagements contractuels relatifs aux programmes de financement.

En milliers de dollars	2016-2017	2015-2016	Écart	
			\$	%
Actifs financiers				
Montant à recevoir du Trésor	61 709	57 150	4 559	8
Trésorerie – Fonds des talents	649	985	(336)	(34) ①
Débiteurs	2 977	2 323	654	28 ②
À recevoir – FMC	3 262	3 303	(41)	(1)
Prêt	240	650	(410)	(63) ③
Passifs				
Créditeurs et charges à payer	3 234	2 664	570	21 ④
Revenus reportés – Fonds des talents	–	2	(2)	(100)
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	45 172	39 596	5 576	14 ⑤
Passif au titre d'avantages sociaux futurs	783	756	27	4
Actifs financiers nets	19 648	21 393	(1 745)	(8)
Actifs non financiers				
Immobilisations corporelles	4 662	2 350	2 312	98 ⑥
Charges payées d'avance	2 275	2 365	(90)	(4)
Excédent accumulé	26 585	26 108	477	2

① L'encaisse du Fonds des talents a diminué de 0,3 million de dollars, cette baisse étant attribuable à l'accélération des paiements relatifs aux engagements contractuels de l'exercice du Fonds des talents.

② Les débiteurs ont augmenté de 0,7 million de dollars, principalement en raison des montants de taxe à recevoir plus élevés découlant des investissements de fin d'exercice d'une année par rapport à l'autre.

③ Au cours de l'exercice financier, la Société a décidé d'amender son entente de prêt par une contribution de 0,4 million de dollars qui a été comptabilisée dans l'état des résultats à titre de dépenses de soutien.

④ Les créditeurs et charges à payer affichent une hausse de 0,6 million de dollars, attribuable principalement aux salaires et aux charges sociales à payer.

⑤ Les obligations relatives aux programmes d'aide financière affichent une hausse marquée de 5,6 millions de dollars. Cela résulte d'une importante augmentation des engagements contractuels de l'exercice financier, principalement au cours de la deuxième moitié de l'exercice.

⑥ L'augmentation des immobilisations corporelles est attribuable principalement à la capitalisation d'une somme de 2,5 millions de dollars en coûts de développement de Dialogue, le système de gestion des processus d'affaires.

FLUX DE TRÉSORERIE

La Société utilise la méthode indirecte pour présenter ses flux de trésorerie. La trésorerie est gérée par l'entremise du receveur général du Canada et d'un compte bancaire distinct pour les activités du Fonds des talents.

<i>En milliers de dollars</i>	2016-2017	2015-2016
Activités de fonctionnement	7 021	10 658 ^①
Activités d'investissement en immobilisations	(2 798)	(671) ^②
Trésorerie au début	58 135	48 148
Trésorerie à la fin	62 358	58 135

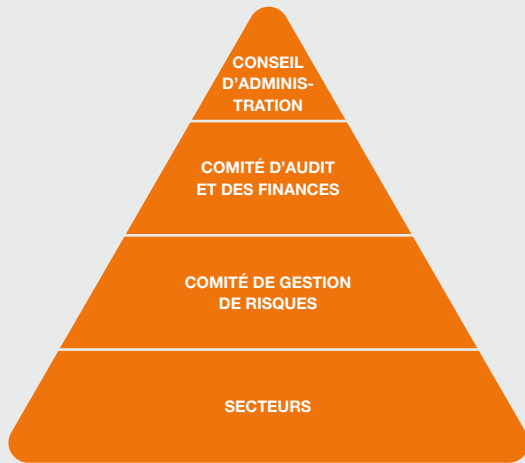
① Les activités de fonctionnement ont généré des flux de trésorerie positifs attribuables en majeure partie aux rentrées de fonds relatives aux revenus d'investissements et de récupérations.

② Au cours de l'exercice, la somme de 2,8 millions de dollars a été enregistrée aux immobilisations corporelles : 2,5 millions de dollars pour le développement de Dialogue, le système de gestion des processus d'affaires, et 0,3 million de dollars pour d'autres projets qui s'inscrivent dans le plan de modernisation des technologies de l'information de la Société.

SOMMAIRE DES DERNIERS EXERCICES

<i>En millions de dollars</i>	Perspective 2017-2018	2016-2017	2015-2016	2014-2015	2013-2014	2012-2013	2011-2012	2010-2011
RÉSULTATS								
Dépenses de soutien								
Production	63,4	68,1	57,7	58,7	63,4	64,9	64,4	68,3
Développement	7,7	6,5	5,8	7,8	9,2	9,2	7,7	9,6
Production à Micro-budget	4,0	2,2	1,9	1,4	1,0	–	–	–
Eurimages	1,5	1,1	–	–	–	–	–	–
Coproductions (Recommandations)	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	0,6
Formation	–	–	–	–	–	–	–	0,5
Long métrage documentaire	2,0	0,1	1,1	0,7	0,7	0,6	0,9	0,7
Mise en marché	10,8	10,0	17,5	10,7	8,7	12,7	13,3	14,2
Promotion – activités nationales	8,2	8,4	6,9	6,4	6,3	6,6	6,8	6,7
Promotion – activités internationales	5,2	4,0	3,8	3,7	3,3	3,3	3,4	3,6
Mise en marché internationale	1,1	0,7	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3	0,5
Aide à l'exportation	0,8	0,1	–	–	–	–	–	–
Programme Innovation	2,0	–	–	–	–	–	–	–
	107,2	101,7	95,7	90,4	93,4	98,3	97,4	104,7
Frais de fonctionnement et d'administration								
	26,0	24,1	24,5	23,7	25,4	26,5	27,9	27,9
Financement gouvernemental et revenus								
Crédit parlementaire	100,5	97,5	95,5	95,5	100,0	103,0	105,7	105,7
Revenus d'investissements et récupérations	10,0	14,0	12,1	10,5	12,2	12,5	11,6	9,5
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada	9,6	11,0	10,0	10,0	9,8	10,1	10,0	9,6
Fonds des talents	2,2	2,6	2,7	1,8	0,1	–	–	–
Contributions aux activités de soutien promotionnel	1,2	1,1	0,7	0,9	0,8	0,9	1,0	0,9
Intérêts	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,3
	123,6	126,3	121,1	119,0	123,0	126,7	128,4	126,0
Surplus / (Déficit)	(9,6)	0,5	0,9	4,9	4,2	1,9	3,1	(6,6)
SITUATION FINANCIÈRE								
Actifs financiers								
Montant à recevoir du Trésor		61,7	57,1	47,6	49,1	45,6	41,1	37,2
Trésorerie – Fonds des talents		0,6	1,0	0,5	0,2	–	–	–
Débiteurs		3,0	2,3	4,2	3,1	2,6	4,0	3,8
À recevoir – Fonds des médias du Canada		3,3	3,3	3,3	2,7	3,0	2,6	3,0
Prêt		0,2	0,7	0,7	–	–	–	–
Passifs								
Créditeurs et charges à payer		3,2	2,7	2,3	2,0	2,1	1,6	1,8
Revenus reportés – Fonds des talents		–	–	0,2	–	–	–	–
Prestations de cessation d'emploi		–	–	–	–	0,3	0,1	–
Obligations relatives aux programmes d'aide financière		45,2	39,6	32,3	35,8	33,7	33,9	34,1
Passif au titre des avantages sociaux futurs		0,8	0,7	0,8	1,0	2,3	2,0	2,1
Actifs financiers nets		19,6	21,4	20,7	16,3	12,8	10,1	6,0
Actifs non financiers								
Immobilisations corporelles		4,7	2,3	2,6	1,8	1,6	2,2	3,3
Charges payées d'avance		2,3	2,4	1,9	2,2	1,7	1,9	1,8
Excédent accumulé		26,6	26,1	25,2	20,3	16,1	14,2	11,1

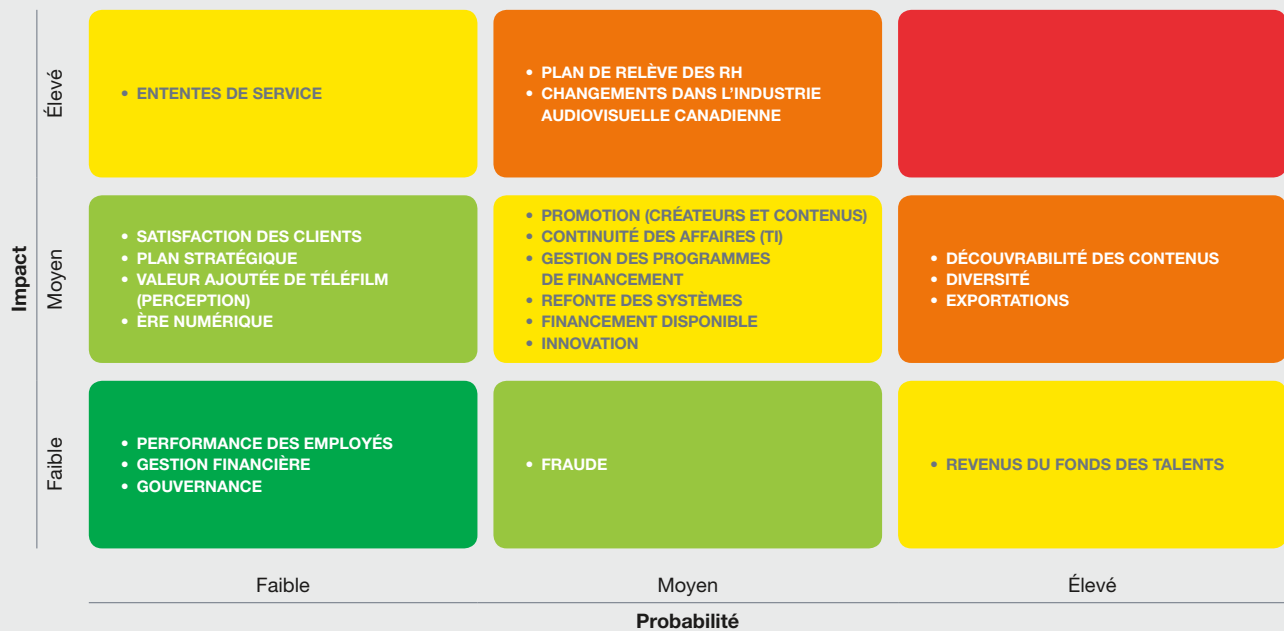
GESTION DES RISQUES



Téléfilm utilise une méthode de gestion des risques intégrée pour s'assurer que les risques sont pris en compte à toutes les étapes du cycle d'activités, du processus de planification stratégique jusqu'aux opérations courantes, et ce, à tous les paliers de l'organisation. L'accent est mis sur l'identification et l'atténuation des risques qui pourraient nuire à l'exécution de nos priorités stratégiques.

Le comité de gestion de risques est responsable de l'identification et de l'évaluation des risques, et veille à ce que des mesures d'atténuation appropriées soient en place. Le comité est présidé par la directrice générale et se compose de tous les membres du comité de direction. Les risques sont revus deux fois par année, et la direction prend en considération des facteurs internes et externes ainsi que leur impact potentiel. La directrice générale soumet subséquemment un rapport sur l'évaluation des risques au comité d'audit et des finances.

Téléfilm utilise la matrice suivante pour divulguer les risques résiduels potentiels à la fin de l'exercice. Cette matrice offre une vision claire des enjeux, de leur évolution et de l'importance des mesures d'atténuation pour réduire les impacts négatifs. Plus de 20 risques font actuellement l'objet d'une surveillance par le comité de gestion de risques.



Grâce à notre méthodologie d'identification des risques, nous avons une compréhension complète de tous les risques et de leurs diverses composantes, ce qui nous permet d'élaborer des plans d'action spécifiques destinés à réduire le risque résiduel. L'évaluation des risques porte sur les points suivants :

- risque inhérent;
- composantes du risque;
- scénarios de risque, implications et impacts;
- mesures de mitigation et facteurs d'atténuation;
- tendance relative au risque résiduel; et
- vitesse du risque.



Le tableau suivant présente plusieurs risques ayant fait l'objet d'un suivi durant l'exercice financier.

IDENTIFICATION DU RISQUE

Risque	Composantes	Scénarios/Impacts	Mesures d'atténuation	Risque résiduel
Plan de relève des RH	<p>Fin de mandat prévu, départ, absence de longue durée :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Membres du conseil ■ Membres du comité de direction ■ Personnel spécialisé 	<ul style="list-style-type: none"> • Non-renouvellement des mandats des membres du conseil : absence de quorum lors des réunions des comités du conseil • Comité de direction : absence de longue durée ou départ de certains membres • Absence d'un plan de relève stratégique et lacune de la mémoire organisationnelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Solide cadre de gouvernance en place : <ul style="list-style-type: none"> – Conseil et sous-comités – Comité de direction et sous-comités – Mandats définis • Document d'information remis aux membres du conseil • Plan stratégique, priorités et cadre de la mesure du rendement définis • Plan de relève présenté aux membres du conseil 	■
Diversité	<ul style="list-style-type: none"> ■ Réussir à avoir un portefeuille représentatif et diversifié ■ Mesure de la cible relative à la langue <p>Définitions acceptées par l'industrie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Objectifs ■ Méthodes ■ Mesures du rôle pour la parité hommes-femmes et les autochtones 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté à établir des définitions communes avec les intervenants • Mécontentement des groupes d'intérêt et manque d'appui de la part des intervenants • Nombre insuffisant de projets soumis pour atteindre les objectifs • Financement provincial non uniforme et difficulté à clore le financement des projets 	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un groupe de travail formé de 20 intervenants • Tournée auprès des communautés autochtones complétée • Définitions de la diversité (genre, autochtone) complétées • Adaptation des principes directeurs des programmes • Avis à l'industrie • Un poste vacant désigné pour être comblé par un membre de la communauté autochtone 	■
Exportations	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lente croissance de la production de contenu canadien (\$) ■ L'industrie commence à développer des possibilités d'exportation ■ Marchés établis et émergents avides de contenu ■ Excellent potentiel de croissance des marchés étrangers ■ Niveaux de coproduction ■ Tournages étrangers et services de production 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de compétences et de ressources financières des entreprises pour exporter • Manque d'information des entreprises sur les marchés étrangers • Manque de propension à l'exportation de l'industrie • Diminution des niveaux de coproduction, des tournages étrangers et des services de production 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmes de financement de Téléfilm : <ul style="list-style-type: none"> – Programme de mise en marché internationale – Programme d'aide à l'exportation • Présence dans les festivals et les marchés internationaux • Adhésion du Canada à Eurimages • Service de la coproduction de Téléfilm • Rapports et études sur les auditoires commandés par Téléfilm • Peaufinement de la stratégie d'exportation de l'industrie en cours 	■



IDENTIFICATION DU RISQUE

Risque	Composantes	Scénarios/Impacts	Mesures d'atténuation	Risque résiduel
Découvrabilité des contenus	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mesure de l'Indice de réussite ■ Indicateurs relatifs à l'accès aux films canadiens au cinéma et à la télévision ■ Recettes-guichet des films indépendants canadiens au Canada 	<ul style="list-style-type: none"> • Les consommateurs ont de la difficulté à identifier les films canadiens sur les plateformes • Les films canadiens ne sont pas tous disponibles sur les plateformes préférées des consommateurs • Les consommateurs pourraient ne pas développer d'intérêt pour les films canadiens • Les méthodes de distribution sont mal adaptées aux nouveaux comportements des consommateurs • Alignement des programmes de financement de Téléfilm avec une industrie en transformation 	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de promotion nationale Voir grand et visibilité de la marque sur iTunes • Initiatives de découvrabilité de Canada 150 • Peaufinement des programmes de financement de Téléfilm : <ul style="list-style-type: none"> – Programme de production – Programme de promotion – Programme de mise en marché – Programme de mise en marché internationale – Programme d'aide à l'exportation – Programme Innovation (à venir) • Présence accrue dans les festivals et les marchés internationaux • Eurimages : adhésion du Canada (coproduction) • Intelligence d'affaires : publication par Téléfilm de rapports sur les habitudes de consommation • Atteinte des auditoires : améliorations à venir de la mesure de l'Indice de réussite 	
Continuité des affaires (TI)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Simulation du plan de reprise après sinistre ■ Disponibilité des systèmes critiques de TI <ul style="list-style-type: none"> – Heures de disponibilité – Journées sans incident ■ Normes de sécurité opérationnelle des TI <ul style="list-style-type: none"> – Améliorations des serveurs – Gestion des accès – Gestion des vulnérabilités et des correctifs – Protection contre les programmes malveillants – Sauvegardes et récupérations 	<ul style="list-style-type: none"> • Sinistres de toutes sortes, virus et attaques malveillantes • L'incapacité de fournir le soutien financier deviendrait problématique pour les clients • Non-respect de l'entente de services 	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi des risques cybernétiques auprès du Centre canadien de réponse aux incidents cybernétiques (CCRIC), un organisme fédéral • Meilleure traçabilité des activités sur Internet • Plan de reprise après sinistre • Sous-traitance hors site des demandes • Système d'alimentation électrique de secours au siège social 	



ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

En plus de vouer une grande passion au contenu cinématographique, télévisuel et numérique canadien, les employés des quatre bureaux de Téléfilm mobilisent leurs efforts d'un océan à l'autre pour soutenir différentes causes qui ont des répercussions positives et importantes sur leurs communautés. Ces efforts prennent chaque année différentes formes, afin de venir en aide aux nombreux organismes et agences qui comptent sur notre soutien indéfectible. Pour le présent exercice financier, les dons recueillis totalisent plus de 20 000 \$, cette somme ayant été versée en appui aux causes suivantes :

CENTRAIDE

Depuis plusieurs années, les employés de Téléfilm participent à la Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada, et au fil des ans, une chose est demeurée immuable : leur générosité. Au cours des 10 dernières années, les employés ont recueilli plus de 245 000 \$ en dons pour Centraide (United Way), Partenaires Santé (Health Partners) et d'autres organismes de l'ensemble du pays. Pour encourager la participation, des comités d'employés dévoués ont utilisé des stratégies créatives, allant de défis à relever à la vente de pâtisseries.



DISPENSARE DIÉTÉTIQUE DE MONTRÉAL

L'exercice 2016-2017 marquait la 14^e édition annuelle de La Grande Bouffe Téléfilm, une journée où les employés de Montréal vendent des repas et des gâteries préparés et offerts gracieusement par le personnel dans le cadre d'un encan silencieux organisé au profit du Dispensaire diététique de Montréal. Le Dispensaire a pour mission d'offrir un soutien nutritionnel et social aux femmes enceintes dans le besoin pour les aider à mettre au monde et à élever des enfants en santé. Cette cause est chère aux cœurs des employés de Téléfilm, qui retroussent leurs manches un peu plus chaque année pour donner aux nouveau-nés un bon départ dans la vie.



SECOND HARVEST HERO

Les employés du bureau de Toronto participent à la collecte de fonds en milieu de travail Second Harvest Hero depuis maintenant 13 ans, recueillant des dons en nourriture et en argent. Cette initiative fournit des aliments frais et sains qui, autrement, seraient gaspillés, à des gens dans le besoin partout à Toronto. Pour la campagne 2016, plus de 150 entreprises, écoles et groupes communautaires de la région du Grand Toronto ont récolté des fonds pour le programme de récupération des aliments.



FONDS DES TALENTS

TALENT FUND

Téléfilm Canada a créé le Fonds des talents en 2012 pour aider l'industrie audiovisuelle canadienne à diversifier ses sources de financement et pour assurer sa croissance et sa viabilité. Le Fonds permet à des sociétés et à des particuliers de soutenir l'industrie grâce à des dons et des partenariats.

VISION

Le Fonds des talents veille à ce que les talents canadiens émergents bénéficient d'une plus grande visibilité aux quatre coins du monde. Il offre en outre aux cinéastes canadiens l'accès à des sources de financement stables, fiables et permanentes.

MISSION

Le Fonds des talents favorise avant tout la découverte des talents émergents et l'avancement de leur carrière au sein de l'industrie audiovisuelle.

OBJECTIF

L'objectif du Fonds des talents est d'amasser 25 millions de dollars en cinq ans pour la production et la promotion d'œuvres canadiennes créées par des talents émergents et prometteurs, de même que par des cinéastes établis et renommés.

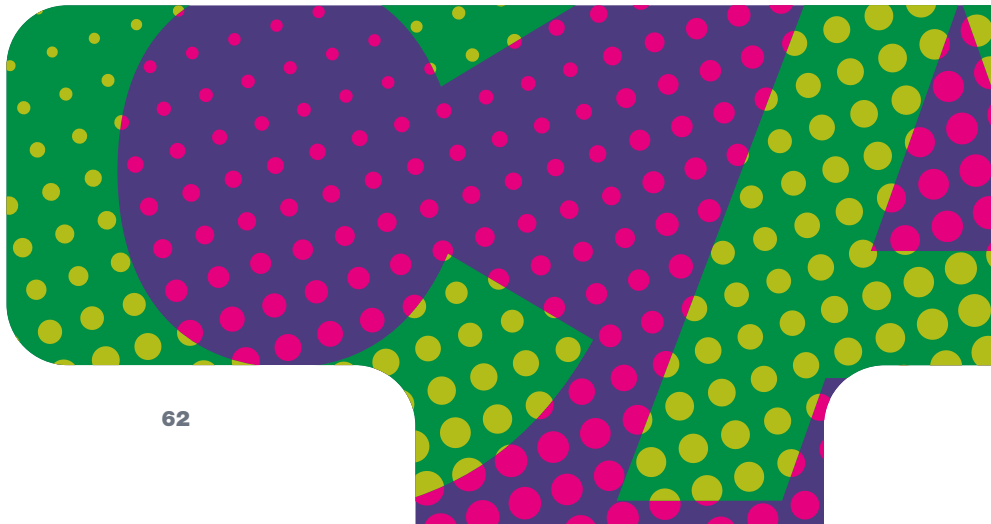
RECONNAISSANCE DU FONDS DES TALENTS

Depuis son lancement, le Fonds des talents a reçu un appui important d'organisations et de sociétés canadiennes réputées, incluant ses principaux partenaires, Bell Média et Corus Entertainment, de la Chambre de commerce du Canada et d'autres fondations et donateurs privés.

FAITS SAILLANTS

Durant l'exercice financier 2016-2017, le Fonds des talents a continué à chercher de nouvelles façons de faire briller les talents et d'obtenir des appuis supplémentaires. En voici quelques exemples :

- l'actrice et productrice de renommée internationale Karine Vanasse est devenue l'ambassadrice officielle du Fonds des talents;
- la somme de 2,6 millions de dollars a été recueillie grâce à nos principaux partenaires Bell Média et Corus Entertainment, aux dons corporatifs et à la générosité des donateurs individuels;
- le film *The Sun at Midnight*, le tout premier long métrage à être produit dans les Territoires du Nord-Ouest, et sorti en salles cette année, a pu être réalisé grâce au Fonds des talents;
- le Fonds des talents a fourni un financement significatif pour le Programme de production à micro-budget qui a financé 18 productions;
- des initiatives de découvribilité ont été financées dans le cadre des célébrations de Canada 150, tant au pays que sur la scène internationale.





« Le fonds offre à tous les Canadiens une occasion formidable d'appuyer et de mettre en valeur les talents de chez nous. »

– **Hartley T. Richardson** –
Président



« En tant que femme cinéaste de la relève, je serai éternellement reconnaissante au Fonds des talents et aux personnes généreuses qui y œuvrent. Mon premier long métrage existe grâce à ce programme. »

– **Amy Jo Johnson** –
Réalisatrice, *The Space Between*



« Tourner mon premier long métrage grâce au programme de production à micro-budget a constitué une expérience à la fois excitante et gratifiante. Expérience difficile, certes, mais je recommencerais n'importe quand. »

– **Connor Gaston** –
Réalisateur, *The Devout*



« Le Fonds des talents joue un rôle important en encourageant les nouvelles voix du cinéma canadien à prendre des risques, à trouver de nouvelles façons de faire des films et de nouveaux lieux de diffusion. Bref, à transformer le cinéma de notre pays. »

– **Ashley McKenzie** –
Réalisatrice, *Werewolf*



« Cette expérience d'apprentissage fait en sorte que je me définis maintenant comme une cinéaste. »

– **Sonia Bonspille Boileau** –
Réalisatrice, *Le Dep*



« Nous n'atteindrons probablement pas les confins de l'univers de notre vivant, mais nous pouvons imaginer à quoi cela ressemble. »

– **Benjamin Ross Hayden** –
Réalisateur, *The Northlander*

FONDS DES **TALENTS**
TALENT FUND

COMMENT LE FONDS SOUTIEN LES TALENTS

Le Fonds favorise la découverte des talents et l'avancement de leur carrière de trois façons :

1 FINANCEMENT D'UN PREMIER LONG MÉTRAGE

Le Fonds contribue au financement du Programme de production à micro-budget de Téléfilm, un programme novateur conçu pour permettre aux talents émergents de produire et de distribuer un premier long métrage. Les principaux objectifs du programme, qui reçoit maintenant une part substantielle de son financement du Fonds des talents, sont les suivants :

- encourager l'innovation;
- renforcer l'utilisation des plateformes numériques et des outils d'engagement des auditoires en ligne;
- aider les talents émergents à développer leur portfolio;
- soutenir les cinéastes canadiens d'origine autochtone, les membres des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et les groupes minoritaires.



« Sans le Programme de production à micro-budget financé par le Fonds des talents, je n'aurais jamais pu passer en production. »

– Adam Garnet Jones –
Réalisateur, *Fire Song* et *Great, Great, Great*

Durant l'exercice financier 2016-2017
18 films
à micro-budget

ont été soutenus par le Fonds des talents

Une première

pour les Territoires du Nord-Ouest!

Grâce au Fonds des talents, *The Sun at Midnight* est devenu le tout premier long métrage à être produit dans les Territoires du Nord-Ouest



2 RECONNAISSANCE DES PROJETS DE QUALITÉ

Des projets de longs métrages de qualité qui sont parfaitement en phase avec la vision fondamentale de Téléfilm – « Du talent. À portée de vue. » – sont sélectionnés dans l'ensemble du pays. Cet appui permet à Téléfilm d'assurer la reconnaissance de l'industrie et de promouvoir l'excellence du contenu canadien directement auprès des consommateurs.

3 SOUTIEN À LA PROMOTION DU CONTENU ET DES TALENTS CANADIENS

Le Fonds des talents fait la promotion du contenu et des talents canadiens en encourageant l'utilisation de stratégies de mise en marché et de distribution multiplateforme novatrices, et en assurant une meilleure visibilité aux talents émergents au pays et sur la scène internationale. L'investissement du Fonds contribue à la création de nouvelles initiatives visant à accroître la notoriété des talents canadiens et à maximiser l'impact des activités de promotion existantes. De plus, les plateformes de médias sociaux de Téléfilm sont mises à profit pour renforcer ces efforts. Dans cette optique, en 2016-2017, le Fonds des talents a :

- financé des projets web, pour la première fois, par le biais du Programme de production à micro-budget;
- assuré la disponibilité des films financés par le Programme de production à micro-budget sur la chaîne Talents émergents de l'Office national du film du Canada;
- assuré la promotion des talents canadiens lors d'événements et d'initiatives qui ont eu lieu au Canada et à l'étranger;
- accordé du financement supplémentaire aux cinéastes bénéficiant du Programme de production à micro-budget afin qu'ils puissent faire appel aux services d'un expert externe en médias numériques et en médias sociaux pour la mise en marché de leur projet;
- favorisé une diversité de voix, avec trois projets réalisés par des cinéastes de communautés de langue officielle en situation minoritaire et deux projets créés par des cinéastes autochtones.

KARINE VANASSE : AMBASSADRICE DU FONDS DES TALENTS

Cette année, l'actrice primée au cinéma et à la télévision Karine Vanasse, et qui était en vedette dans *Cardinal*, *Polytechnique*, *Emporte-moi*, *Blue Moon*, *Pan Am* et *Revenge*, est devenue l'ambassadrice du Fonds des talents. À ce titre, elle collabore aux initiatives de collecte de fonds et contribue à mieux faire connaître la prochaine génération de réalisateurs, de producteurs et d'acteurs du Canada.

Le rôle d'ambassadrice de Karine Vanasse renforce la crédibilité et la visibilité du Fonds des talents et fournit une aide précieuse pour que celui-ci réalise sa mission qui est de favoriser la découverte des talents canadiens et l'avancement de leur carrière.



« Je suis ravie d'avoir l'occasion d'aider les Canadiens à découvrir des cinéastes émergents qui racontent leurs histoires avec créativité, audace et originalité. Ayant moi-même commencé ma carrière à un jeune âge, je sais à quel point il est important de promouvoir les jeunes créateurs — dont plusieurs deviendront les vedettes de demain. »

– Karine Vanasse –

COMITÉ CONSULTATIF DU FONDS DES TALENTS

Le Fonds des talents est dirigé par un comité consultatif composé de chefs d'entreprise et de leaders communautaires de l'ensemble du pays, et est présidé par Hartley T. Richardson. Les membres du comité ont fait preuve d'un profond dévouement au succès du Fonds, ce pour quoi Téléfilm et ses intervenants leur sont extrêmement reconnaissants. Voici les membres du comité :



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



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



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



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



Margaret Anne Fountain
Philanthrope et mécène
(Nouvelle-Écosse)



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



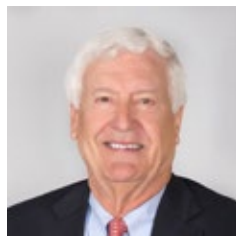
Carol R. Hill
Directrice des
Communications
pour Harvard
Developments Inc.,
une société Hill
(Saskatchewan)



Christine Magee
Coprésidente-directrice
du conseil
d'administration de
Sleep Country Canada
(Ontario)



Sandi Treiving
Philanthrope et
membre du conseil
d'administration de la
Centre for Addiction and
Mental Health Foundation
(Colombie-Britannique)



Michael Phelps
Président du conseil
d'administration
Dornoch Capital Inc.
(Colombie-Britannique)



Peter Hudson
Fondateur et chef de la
direction
HTG Sports Services
(Ontario)

Le Fonds des talents est très heureux d'accueillir deux nouveaux membres : Michael Phelps, président du conseil d'administration de Dornoch Capital Inc, de Vancouver et Peter Hudson, fondateur et chef de la direction de HTG Sports Services, d'Ottawa.

REVUE FINANCIÈRE DU FONDS DES TALENTS

REVENUS

Au cours du dernier exercice financier, le Fonds des talents a enregistré des revenus de 2 572 000 \$¹⁹ :

- 1 346 000 \$ de Bell Média et 810 000 \$ de Corus Entertainment, conformément aux avantages tangibles et ententes de financement à long terme conclues avec ces deux entreprises;
- plus de 416 000 \$ ont été recueillis auprès de 78 donateurs privés au cours de l'exercice financier, soit 56 000 \$ de plus que pour l'exercice précédent.

Sources de revenus (en milliers de dollars)

2 572 \$



1 346 \$
Bell Média

810 \$
Corus Entertainment

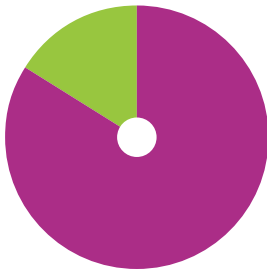
416 \$
Autres donateurs

INVESTISSEMENTS

Le Fonds des talents a alloué 2 229 000 \$ au financement de la production et de la promotion des projets, comme suit :

- En 2016-2017, le Fonds des talents a financé 56 % du Programme de production à micro-budget;
- Durant l'exercice financier 2016-2017, le Fonds a accentué son soutien aux activités de découvrabilité.

Allocation des fonds – Production (en milliers de dollars)



1 310 \$

84 %
Cinéastes émergents

16 %
Animation

Allocation des fonds – Promotion (en milliers de dollars)



919 \$

41 %
Découvrabilité

22 %
Événements phares

22 %
Exportation
des talents

15 %
Innovation et
distribution numérique

Enfin, pour répondre à des obligations financières engagées précédemment, le Fonds des talents dispose d'un solde de 649 000 \$, réparti comme suit :

Trésorerie – Fonds des talents (en milliers de dollars)



323 \$
Bell Média

230 \$
Autres donateurs

96 \$
Corus Entertainment

19. Tous les chiffres sont arrondis. Pour une analyse complète, voir la note 4 des états financiers.

DÉPENSES

Durant l'exercice financier 2016-2017, Téléfilm a financé 248 500 \$ pour couvrir les dépenses relatives à la sollicitation et aux activités de collecte de fonds. Ainsi, chaque dollar remis au Fonds des talents a profité directement à l'industrie canadienne du cinéma.

PRINCIPAUX PARTENAIRES DU FONDS DES TALENTS



FILMS (ÉTAPES DE LA PRODUCTION ET DE LA PROMOTION) ET ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS FINANCÉS PAR LE FONDS DES TALENTS

PRODUCTION

Micro-budget

- 3.0
- Abigaëlle et le date coaching
- Black Cop
- Breaking Ice: The Arctic Uncovered
- Final Cut
- Firecrackers
- Geek Girls
- Hier encore
- In Plainview

Animation

- Indian Road Trip
- Les faux tatouages
- Les scènes fortuites
- Lovely Witches Club
- Luk'Luk' I
- Mary Gæs Round
- Talent
- The Capital
- The Road Behind
- La course des tuques / Snowtime! 2

PROMOTION

Découvrabilité

- Course des régions pour les cinéastes émergents francophones
- Campagne de promotion en français (vidéos en ligne)
- Projections de La Journée du cinéma canadien
- Films offerts sur la plateforme Divertissement à bord de VIA Rail

Exportation des talents

- Prix collégial du cinéma québécois
- Présentation de projets à micro-budget au festival Regard sur le court
- Films canadiens offerts dans le monde entier sur différentes plateformes de vidéos sur demande

Événements phares

- Festival international du film d'animation d'Annecy et son marché (MIFA)
- Tournée See the North dans des cinémas de répertoire aux États-Unis
- Partenariat avec Unifrance pour le festival en ligne My French Film Festival
- Événement de réseautage pour le cinéma indépendant organisé par Unifrance et Téléfilm Canada au TIFF

Innovation et distribution numérique

- Campagne en ligne du Sprint Pré-Gala
- Soutien à la distribution numérique et aux campagnes sur les médias sociaux offert par le biais du Programme de production à micro-budget

GOUVERNANCE

Téléfilm Canada est une Société d'État régie 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. Conformément à la LGFP, le président de Téléfilm présente à la ministre du Patrimoine canadien 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 indépendant du Bureau du vérificateur général du Canada y afférent. Le rapport annuel est examiné et approuvé par les membres du conseil d'administration de Téléfilm.



70

Membres du conseil
d'administration

75

Comité
de direction

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 administrateurs de la Société et ce dernier 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 exerce son rôle de gérance et a défini ses responsabilités de fiduciaire dans le cadre d'un mandat qui traite, notamment :

- de la stratégie de la Société;
- de ressources humaines et d'évaluation du rendement;
- de contrôles internes et de questions financières;
- de gouvernance et de communications; et
- d'environnement, de sécurité et de protection.

Le conseil adopte des pratiques de gouvernance exemplaires permettant de planifier, de structurer et de mener des réunions avec efficacité. Le conseil s'assure que les systèmes et les pratiques de gestion mis en application répondent à ses 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. De façon générale, les réunions sont tenues au siège social à Montréal et dans la majorité des cas, une réunion est suivie d'une séance à huis clos afin de permettre aux membres d'échanger hors de la présence des membres de la direction.

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, notamment :

- l'organisation du 50^e anniversaire de la Société;
- la mise à jour de la politique de rémunération et de compensation des membres du conseil d'administration; et
- le suivi de l'avancement du plan stratégique à l'aide de rapports soumis régulièrement par la directrice générale basés sur des indicateurs de performance.

**Nombre de
réunions tenues**

6

De plus, une attention particulière a été portée à la place des minorités et des femmes dans les programmes et les initiatives de Téléfilm. Dans ce contexte, plusieurs programmes ont été mis à jour afin d'avoir, d'ici 2020, un portefeuille de longs métrages représentatif et diversifié reflétant davantage la population du Canada.

INDÉPENDANCE DU CONSEIL

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 soumettre annuellement 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.

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION^{20,21}

BIOGRAPHIES



Michel Roy

Président du conseil

Date de nomination

Octobre 2007

Durée du mandat actuel

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



Corey Anne Bloom, CPA, CA,

CA-EJC, CFF, CFE
Présidente par intérim du comité d'audit et des finances

Date de nomination

Octobre 2013

Durée du mandat actuel

5 ans, se terminant en septembre 2018

Expérience

Comptable professionnelle 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 audit
- 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



G. Grant Machum, LL.B.

Vice-président du conseil d'administration et président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Date de nomination

Mai 2008

Durée du mandat actuel

5 ans, se terminant en février 2020

Expérience

Avocat, associé

- Droit du travail et gouvernance d'entreprise
- Ancien président de l'Université NSCAD (Nova Scotia College of Art & Design)
- Membre de divers conseils d'administration
- Collecteur de fonds pour des organismes communautaires

20. Des biographies plus complètes sont publiées dans la section sur le conseil d'administration du site web de Téléfilm. Les membres présentés sont ceux en fonction au 31 mars 2017.

21. Au 31 mars 2017, il y a un poste vacant au sein du conseil d'administration de Téléfilm.

BIOGRAPHIES



Ram Raju

Membre

Date de nomination

Mai 2010

Durée du mandat actuel

5 ans, se terminant en mai 2020

Expérience

Entrepreneur Internet

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



Marie-Linda Lord, Ph.D.

Présidente du comité de planification stratégique et des communications

Date de nomination

Juin 2015

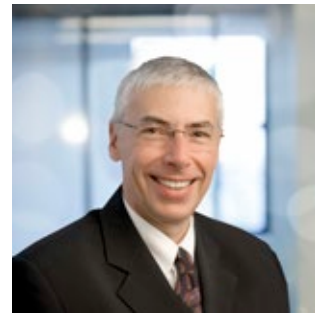
Durée du mandat actuel

5 ans, se terminant en juin 2020

Expérience

Professeure-chercheuse, auteure et journaliste

- Vice-rectrice aux affaires étudiantes et internationales de l'Université de Moncton
- Vice-présidente du Réseau francophone des femmes responsables dans l'enseignement supérieur et la recherche de l'Agence universitaire de la Francophonie
- A été directrice de l'Institut d'études acadiennes, titulaire de la Chaire de recherche en études acadiennes et professeure titulaire à l'Université de Moncton
- A été présidente et membre du conseil d'administration de TV5 Québec Canada
- A reçu la Médaille du jubilé de diamant de la reine Elizabeth II



Claude Joli-Cœur, LL.L.

Membre d'office

Date de nomination

Novembre 2014

Durée du mandat actuel

5 ans, se terminant en novembre 2019

Expérience

Avocat

- Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada
- 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

CHANGEMENTS AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les nominations des membres du conseil d'administration relèvent du gouverneur en conseil. À l'exception du commissaire du gouvernement à la cinématographie, tous les membres sont titulaires d'une charge publique à temps partiel. Cette année a marqué la dernière année du mandat d'Elise Orenstein au sein du conseil d'administration de la Société. En effet, Madame Orenstein a vu son mandat se terminer en décembre 2016. Son siège demeure vacant depuis. Par ailleurs, G. Grant Machum a été nommé vice-président du conseil d'administration en mars 2017 conformément à l'article 9 de la *Loi sur Téléfilm Canada*.

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 se compose d'au moins trois membres dont la participation est revue annuellement. Les comités ont 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 assure 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.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ D'AUDIT
ET DES FINANCES

COMITÉ DES CANDIDATURES,
D'ÉVALUATION ET DE
LA GOUVERNANCE

COMITÉ DE PLANIFICATION
STRATÉGIQUE ET DES
COMMUNICATIONS

COMITÉ D'AUDIT ET DES FINANCES

Présidente²²

Corey Anne Bloom,
présidente par intérim²³

Membres

Michel Roy
Marie-Linda Lord

Nombre de
réunions tenues

5

Ce comité offre son soutien aux membres du conseil relativement à des questions de nature financière ou ayant trait à la gestion des risques.

Les responsabilités du comité sont définies dans une charte et incluent, entre autres :

- la production de l'information financière;
- la surveillance de la gestion des risques et des contrôles internes;
- la surveillance des auditeurs; et
- la performance du comité.

Les représentants du Bureau du vérificateur général du Canada, les auditeurs internes, la directrice générale, le directeur, Administration et Services d'entreprise et le contrôleur sont invités à chacune des réunions.

Les cadres présentent les informations et les différentes questions font l'objet de discussions.

Le comité traite de sujets d'intérêt tels que les budgets et les résultats financiers et d'audit. Au cours de l'exercice financier, le comité a notamment proposé une mise à jour de la politique de rémunération et de compensation du président et des membres du conseil d'administration.

22. Elise Orenstein a été présidente du comité d'audit et des finances jusqu'à la fin de son mandat à titre de membre du conseil d'administration en décembre 2016.

23. Corey Anne Bloom a été nommée présidente par intérim du comité d'audit et des finances en mars 2017.

COMITÉ DES CANDIDATURES, D'ÉVALUATION ET DE LA GOUVERNANCE

Président

G. Grant Machum

Membres²⁴

Michel Roy
Marie-Linda Lord²⁵

Nombre de
réunions tenues

4

Le soutien offert par ce comité aux membres du conseil porte principalement sur la gestion des ressources humaines.

Les responsabilités du comité sont définies dans une charte et incluent, entre autres :

- les pratiques générales en matière de ressources humaines;
- la composition et l'évaluation du conseil d'administration et l'évaluation de la directrice générale;
- les questions de gouvernance; et
- la performance du comité.

En outre, le comité examine, au besoin, divers sujets d'intérêt 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 s'est notamment assuré de la conformité du processus d'évaluation de la performance de la Société.

COMITÉ DE PLANIFICATION STRATÉGIQUE ET DES COMMUNICATIONS

Présidente

Marie-Linda Lord

Membres²⁶

Ram Raju
Michel Roy

Nombre de
réunions tenues

3

Les responsabilités de ce comité sont définies dans une charte et incluent, entre autres :

- les processus de planification stratégique à court et à long terme;
- les questions en matière de communications; et
- la performance du comité.

Au cours de l'exercice, le comité a effectué des suivis sur l'avancement du plan stratégique et du plan de communication, a recommandé la mise en place d'un plan lié au 50^e anniversaire de la Société et a commencé à jeter les bases du prochain processus de planification stratégique 2018-2020.

24. Elise Orenstein a été membre du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance jusqu'à la fin de son mandat à titre de membre du conseil d'administration en décembre 2016.

25. Marie-Linda Lord est membre du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance depuis le 6 mars 2017.

26. Elise Orenstein a été membre du comité de planification stratégique et des communications jusqu'à la fin de son mandat à titre de membre du conseil d'administration en décembre 2016.

RÉMUNÉRATION ET PRÉSENCES AUX RÉUNIONS DU CONSEIL

Les membres du conseil²⁷ 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 au président du conseil des honoraires annuels dont le montant est établi par le gouverneur en conseil. Elle accorde également à tous les membres (y compris le président) une indemnité journalière pour la préparation aux réunions du conseil et des comités et pour chaque jour où ils siègent. Les sommes sont versées selon les barèmes suivants :

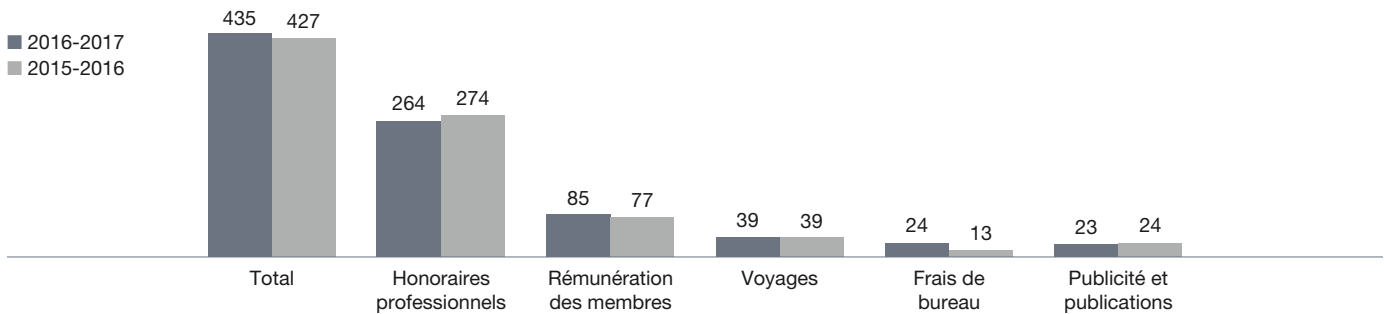
- Rétribution annuelle du président : entre 7 100 \$ et 8 400 \$;
- Indemnité journalière : entre 310 \$ et 375 \$.

Le graphique suivant présente les dépenses encourues par le conseil et ses comités, notamment pour les travaux d'audit interne, les frais inhérents à l'assemblée publique annuelle et la tenue des réunions.

Dépenses du conseil d'administration

(en milliers de dollars)

■ 2016-2017
■ 2015-2016



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

	Conseil d'administration 6 membres 6 réunions	Comité d'audit et des finances 3 membres 5 réunions	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance 3 membres 4 réunions	Comité de planification stratégique et des communications 3 membres 3 réunions
Michel Roy	6	5	4	3
Elise Orenstein²⁸	3	4	3	2
G. Grant Machum	5	–	4	–
Ram Raju	5	–	–	3
Corey Anne Bloom	5	5	–	–
Claude Joli-Cœur	3	–	–	–
Marie-Linda Lord	5	5	2	3

27. 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.

28. Madame Orenstein a assisté aux réunions du conseil d'administration et de ses comités jusqu'à la fin de son mandat à titre de membre du conseil en décembre 2016.

COMITÉ DE DIRECTION

La directrice générale est la première dirigeante de la Société et est nommée par le gouverneur en conseil. À ce titre, elle assure la direction et contrôle la gestion de la Société. D'autre part, le comité de direction demeure le forum 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. Le comité est présidé par la directrice générale, Carole Brabant.



Membres du comité



Carole Brabant, FCPA, FCA, MBA

Directrice générale

Date de nomination

Mars 2010

Durée du mandat actuel

2 ans, se terminant en mars 2018

Responsabilités

- Responsable de la gestion et des résultats de la Société
- Définit avec le conseil d'administration les orientations stratégiques et en assure la réalisation
- Assure la prestation de services destinés au développement et à la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne, tant sur la scène nationale qu'internationale
- Préside le comité de direction, le comité de gestion de risques et le comité d'appel

Expérience

- Comptable agréée de formation, Madame Brabant est entrée à Téléfilm comme auditrice en 1990. Elle a été promue au poste de directrice, Finances et administration en 2003 et nommée directrice générale en mars 2010.
- Reconnue pour sa vision culturelle, son expertise financière et ses dons de communicatrice, Madame Brabant s'impose par son leadership en faveur du talent et du contenu canadiens, tant au pays que sur la scène internationale.
- Elle s'est vue décerner le prix Excellence en leadership de l'Association canadienne des femmes en communications (AFC) et a été reconnue par le Réseau des femmes exécutives (WXN) comme l'une des 100 femmes les plus influentes au Canada. Elle a également reçu la distinction honorifique de chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres.
- Madame Brabant siège au conseil d'administration de la Fondation Pinel.

Membres du comité



Francesca Accinelli
Directrice, Promotion nationale et
Communications

Responsabilités

- Responsable des stratégies en matière de communications d'entreprise et de communications promotionnelles, l'accent étant mis sur les campagnes de promotion sur les médias sociaux
- Responsable de la gestion des campagnes de promotion nationale, en veillant à ce que les initiatives renforcent la visibilité et assurent la promotion des talents canadiens auprès du grand public
- Renforce et valorise l'image de marque de Téléfilm

Expérience

- Madame Accinelli détient un baccalauréat en beaux-arts avec spécialisation en cinéma. Elle s'est jointe à l'équipe de Téléfilm en 2006 à titre de directrice déléguée, marché anglophone, de l'Administrateur des programmes du Fonds canadien de télévision (aujourd'hui l'Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada). Elle fut ensuite promue au poste de directrice, marché anglophone, en 2008. Elle occupe aujourd'hui le poste de directrice du service de Promotion nationale et Communications de Téléfilm.
- Elle a commencé sa carrière comme administratrice culturelle et productrice de théâtre ayant alors comme mandat à la fois de gérer la production des pièces de théâtre et d'en assurer la promotion. Elle a ensuite travaillé en production télévisuelle sur des séries et des téléfilms produits notamment pour Alliance Atlantis.

Membres du comité



Roxane Girard, CPA, CA, MBA
Directrice, Relations d'affaires et
Coproducteur

Responsabilités

- Responsable de l'administration des ententes de financement, de la mise en œuvre des événements régionaux et nationaux ainsi que de la prestation de services liée à l'entente avec le Fonds des médias du Canada
- Responsable des recommandations de coproductions audiovisuelles
- Préside le comité opérationnel

Expérience

- Madame Girard est comptable agréée de formation et elle possède une maîtrise en administration des affaires.
- Elle est entrée à Téléfilm Canada en 2006 à titre de directrice, marché francophone, de l'Administrateur des programmes du Fonds canadien de télévision (aujourd'hui l'Administrateur des programmes du Fonds des médias du Canada) et elle fut ensuite promue au poste de directrice nationale. Elle s'est jointe au comité de direction en 2015 en tant que directrice, Relations d'affaires et Coproduction.
- Madame Girard a travaillé en production cinématographique pour ensuite se joindre à la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC) où elle a occupé le poste de directrice générale, Financement des entreprises, et siégé au comité de direction. Elle compte plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie audiovisuelle.

Membres du comité



Jean-Claude Mahé
Directeur, Affaires publiques
et gouvernementales

Responsabilités

- Responsable de toutes les questions relatives aux politiques gouvernementales et de la liaison avec les ministères, notamment le ministère du Patrimoine canadien
- Responsable de la mise en œuvre des activités de promotion et de réseautage qui favorisent le maillage entre l'industrie audiovisuelle canadienne, les sphères publiques et le milieu des affaires
- Responsable du Fonds des talents

Expérience

- Monsieur Mahé possède un baccalauréat en éducation et il a commencé sa carrière à Téléfilm comme consultant pour ensuite être nommé au poste de directeur, Communications et Affaires publiques.
- Il a travaillé près de 20 ans à l'Office national du film, où il a occupé des postes aussi importants que ceux de directeur des Communications et de secrétaire du conseil d'administration.
- Pendant sa longue et distinguée carrière, Monsieur Mahé s'est voué aux questions d'éducation. Il a d'ailleurs obtenu la Croix du service méritoire (division civile) du gouverneur général du Canada pour son importante contribution à la promotion de l'éducation en français au Canada.

Membres du comité



Stéphane Odesse, LL.B., D.Fisc.
Directeur, Services juridiques et
Accès à l'information

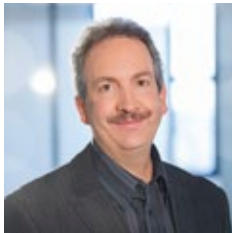
Responsabilités

- Responsable de l'application et de l'interprétation des lois régissant Téléfilm Canada et des règlements, ainsi que des questions relatives à la gouvernance et aux ententes de financement
- Responsable de l'établissement de normes et de politiques juridiques
- Agit comme secrétaire du conseil d'administration

Expérience

- M^e Odesse détient un baccalauréat en droit et un diplôme d'études supérieures spécialisées en fiscalité. Il est membre du Barreau du Québec et de l'Association du Barreau canadien.
- Il offre des services juridiques à Téléfilm depuis 1994 et il a été promu au poste de directeur des Services juridiques en 2002. Il agit également comme secrétaire du conseil d'administration depuis octobre 2003.
- Avant de se joindre à Téléfilm, M^e Odesse a pratiqué le droit pendant plusieurs années dans les domaines du droit commercial, du droit des sociétés et du droit d'auteur. Il est également actif au sein de plusieurs organismes juridiques, dont l'Association des secrétaires et chefs de contentieux du Québec, l'Association des juristes pour l'avancement de la vie artistique et l'Association Littéraire et Artistique Internationale (ALAI).

Membres du comité



Denis Pion
Directeur, Administration et
Services d'entreprise

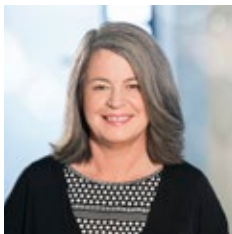
Responsabilités

- Responsable des fonctions administratives des finances, des ressources humaines, des technologies de l'information et des ressources matérielles
- Responsable de l'administration de l'entente de services conclue avec le Fonds des médias du Canada
- Préside le comité des ressources humaines

Expérience

- Monsieur Pion possède un diplôme en gestion des systèmes d'information. Il est entré à Téléfilm en 1991 en qualité de consultant.
- Il a ensuite été nommé au poste de directeur, Technologies et systèmes d'information pour ensuite être promu au poste de directeur, Information, Performance et Risques. En avril 2010, il a été nommé directeur, Administration et Services d'entreprise et il s'est joint au comité de direction.

Membres du comité



Marielle Poupelin²⁹
Directrice intérimaire,
Promotion internationale


Responsabilités

- Responsable de la stratégie de promotion visant le rayonnement et l'accès aux talents, aux entreprises et au contenu canadien sur la scène internationale
- Responsable de l'élaboration des initiatives de positionnement du contenu dans les festivals internationaux et de la stimulation des ventes et des coproductions internationales
- Développe les relations et les partenariats internationaux

Expérience

- Madame Poupelin possède un diplôme en administration. En 2004, elle se joint à l'équipe de Téléfilm chargée de sélectionner les projets de longs métrages admissibles à un financement et elle est ensuite promue en 2010 au poste de directrice déléguée, Coproduction. Depuis 2016, elle occupe également le poste de directrice intérimaire, Promotion internationale.
- Madame Poupelin a commencé sa carrière en France dans le domaine de la production cinématographique. En 1990, elle est venue s'établir au Canada où elle a continué à travailler dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle.

29. En remplacement de Sheila de la Varende, directrice, Promotion internationale.

Membres du comité	Responsabilités
 <p>Michel Pradier Directeur, Financement des projets</p>	<ul style="list-style-type: none">• Dirige l'équipe responsable des décisions de financement des projets• Agit à titre de représentant lors de séances d'information et de consultation auprès de l'industrie
Expérience	
<ul style="list-style-type: none">• Monsieur Pradier détient un diplôme en informatique. Après ses débuts à Téléfilm comme analyste financier des unités cinéma et télévision, il a pris la tête de l'unité télévision avant d'être nommé directeur des opérations du bureau régional du Québec en 2001. Il a ensuite été promu au poste de directeur, Financement des projets et s'est joint au comité de direction.• Avant de commencer sa carrière dans le secteur public, Monsieur Pradier a passé plus de 10 ans à développer son expertise en production cinématographique et média. Il a également occupé des postes de direction et d'analyste financier au sein des services responsables des investissements et des crédits d'impôt de la SODEC.	

Équipe autogérée	Responsabilités
Stratégie et Recherche	<ul style="list-style-type: none">• Participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies organisationnelles et fournit l'encadrement et le suivi liés au plan d'entreprise• Responsable de la mise en place des plans de recherche, de leur exécution et de leur communication

SOUS-COMITÉS³⁰

La directrice générale dispose de sous-comités permettant d'approfondir des sujets spécifiques comportant divers degrés de complexité. Les procès-verbaux des sous-comités sont distribués aux réunions du comité de direction, ce qui permet une communication optimale de l'information. La directrice générale accorde un pouvoir décisionnel aux sous-comités qui peuvent ainsi procéder au règlement des questions opérationnelles.

COMITÉ OPÉRATIONNEL

Présidente
Roxane Girard

Membres
Jean-Claude Mahé, Denis Pion,
Michel Pradier, Marielle Poupelin³¹

Nombre de
réunions tenues

21

Le comité opérationnel se compose du directeur, Administration et Services d'entreprise, du directeur, Financement des projets, de la directrice, Relations d'affaires et Coproduction, et d'au moins deux membres du comité de direction qui sont nommés pour des mandats renouvelables de six mois. Les responsabilités du comité sont définies dans une charte. Ce comité assiste la directrice générale, notamment :

- dans la prise de décisions quant aux questions découlant de l'application ou de l'interprétation des lignes directrices ou des politiques;
- dans la prise de décisions quant aux questions portant sur les programmes de financement de la Société; et
- dans tout ce qui concerne les opérations et l'administration de la Société.

COMITÉ DES RESSOURCES HUMAINES

Président
Denis Pion

Membres
Stéphane Odesse, Roxane Girard

Nombre de
réunions tenues

8

Le comité des ressources humaines se compose de deux membres du comité de direction qui sont nommés pour des mandats renouvelables de six mois, ainsi que du directeur, Administration et Service d'entreprise. Les responsabilités du comité sont définies dans une charte. Ce comité assiste la directrice générale en apportant son soutien au service des ressources humaines en matière de pratiques et de politiques, notamment :

- dans leur élaboration, leur mise en œuvre et leur mise à jour;
- dans leur interprétation; et
- lors de toute situation qui déroge aux pratiques habituelles.

Un représentant du service des Ressources humaines est invité à participer à chacune des réunions du comité.

30. Les membres des sous-comités étaient ceux en fonction au 31 mars 2017.

31. En remplacement de Sheila de la Varenne, directrice, Promotion internationale.

COMITÉ DE GESTION DE RISQUES

Présidente

Carolle Brabant

Membres

Francesca Accinelli, Marielle Poupelin³²,
Roxane Girard, Jean-Claude Mahé,
Stéphane Odesse, Denis Pion, Michel Pradier,
Un employé du secteur
Stratégie et Recherche, en rotation

Nombre de
réunions tenues

2

Le comité de gestion de risques se compose de la directrice générale et de tous les membres du comité de direction. Ce comité assiste la directrice générale en ce qui a trait à la stratégie générale de gestion de risques de la Société.

La charte du comité précise les responsabilités des membres qui incluent, entre autres :

- l'identification et la catégorisation des risques;
- l'évaluation de leurs incidences; et
- l'identification des mesures d'atténuation jugées appropriées.

Le comité est en outre responsable de la mise en œuvre du processus de gestion de risques.

COMITÉ D'APPEL

Présidente

Carolle Brabant

Membres

Deux membres qui varient
selon l'objet de l'appel

Nombre de
réunions tenues

0

Le comité d'appel se compose de la directrice générale et de deux membres du comité de direction qui sont nommés pour des mandats renouvelables de six mois. Les responsabilités et le fonctionnement du comité sont précisés dans une charte.

Le comité examine les appels interjetés :

- par les clients, pour toute décision les concernant; et
- par les employés, relativement à une décision du comité des ressources humaines.

Un membre du comité qui est impliqué dans une situation faisant l'objet d'un appel doit s'abstenir de participer aux délibérations concernant ladite situation.

32. En remplacement de Sheila de la Varende, directrice, Promotion internationale.

RÉMUNÉRATION ET PRÉSENCES AUX RÉUNIONS

Tous les membres du comité de direction travaillent à plein temps pour la Société. La rémunération de la directrice générale est établie par le Conseil privé du Canada. L'échelle salariale des autres postes du comité varie de 114 958 \$ à 208 917 \$, et le salaire moyen s'établit à 151 900 \$.

Le tableau suivant indique la participation des membres du comité de direction aux différentes réunions :

	Comité de direction 9 membres 32 réunions	Comité opérationnel 5 membres 21 réunions	Comité des ressources humaines 3 membres 8 réunions	Comité de gestion de risques 9 membres 2 réunions	Comité d'appel 3 membres Aucune réunion
Carolle Brabant Directrice générale	32	–	2	2	–
Francesca Accinelli Directrice, Promotion nationale et Communications	27	5	4	2	–
Marielle Poupelin³³ Directrice intérimaire, Promotion internationale	19	3	5	2	–
Roxane Girard Directrice, Relations d'affaires et Coproduction	25	21	4	2	–
Jean-Claude Mahé Directeur, Affaires publiques et gouvernementales	29	10	–	2	–
Stéphane Odesse Directeur, Services juridiques et Accès à l'information	30	9	4	2	–
Denis Pion Directeur, Administration et Services d'entreprise	30	19	8	2	–
Michel Pradier Directeur, Financement des projets	26	17	1	2	–
Rotation d'employés Secteur Stratégie et Recherche ³⁴	30	–	–	2	–

33. En remplacement de Sheila de la Varende, directrice, Promotion internationale.

34. Cumul des présences des employés représentant l'équipe, en rotation sur une période de trois mois.

AUDIT

Les états financiers de la Société font l'objet d'un audit annuel réalisé 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. Les mandats suivants ont été réalisés au cours de l'exercice :

- Revue des nouveaux processus;
- Sécurité opérationnelle;
- Charte de signature et critères de risque dans l'analyse des dossiers; et
- Revue du processus de paie.

ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'évaluation du rendement est un processus essentiel qui permet d'identifier les bonnes performances tout en favorisant 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, entre autres, sur la composition du conseil, les connaissances des membres, les responsabilités et le fonctionnement du conseil. 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 ensuite à l'approbation du conseil d'administration – est régie par les lignes directrices du [Programme de gestion du rendement pour les 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 de la Société.
- Le rendement du comité de direction et de chacun des 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 la Politique sur la gestion de la performance de la Société. 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 et peuvent également participer à des sessions de formation tenant compte des exigences de leurs fonctions et d'une évaluation de leurs besoins. La Société s'attend aussi au développement des compétences de ses employés et maintient pour ce faire un plan d'apprentissage visant à développer les compétences requises pour la réalisation du plan stratégique. À ce titre, le programme de codéveloppement, mis sur pied en 2014-2015, a permis aux employés de perfectionner leurs compétences en gestion, notamment par l'entremise d'études de cas réels. Ayant prouvé sa valeur, le programme a été reconduit pour un an en 2015-2016 et vient d'être de nouveau reconduit pour une année supplémentaire.

ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ

L'éthique et l'intégrité sont des valeurs importantes à Téléfilm Canada et, en ce sens, la Société s'efforce de promulguer des pratiques éthiques exemplaires, année après année. Le Code de conduite de Téléfilm Canada, lequel intègre le [Code de valeurs et d'éthique du secteur public](#) du Conseil du Trésor, le Code de valeurs de Téléfilm Canada ainsi que la Politique sur les conflits d'intérêts et l'après-mandat, lie l'ensemble des employés de la Société. Le respect du Code de conduite de Téléfilm Canada est d'ailleurs une condition d'emploi pour tous les employés, et ce, peu importe le poste qu'ils occupent. Ce Code est offert sur demande au grand public.

Chaque année, l'ensemble des employés doivent obligatoirement suivre une formation relativement aux obligations en matière d'éthique, de sécurité de l'information, de transparence, de protection de la vie privée et de prévention des conflits d'intérêts. Cette formation est suivie d'une évaluation de leurs connaissances afin de s'assurer que tous comprennent leurs obligations.

Par ailleurs, les employés sont également tenus de signer annuellement une déclaration indiquant qu'ils respectent les politiques et directives internes de la Société, notamment en matière de comportement éthique et de conflits d'intérêts.

Enfin, 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*.

PLAINTES OFFICIELLES

La Société dispose d'une procédure de plainte officielle pour ses clients en complément des dispositions prévues dans la [Charte de services aux clients de Téléfilm Canada](#). Au cours de l'exercice 2016-2017, un seul nouveau dossier de plainte a été déposé 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 sur le [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 l'exercice.

COMMUNICATION

Liaison avec le gouvernement du Canada

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 novembre 2016 à Vancouver son assemblée publique annuelle et présenté les réalisations de l'exercice 2015-2016. Le public, les membres de l'industrie et les médias ont notamment eu la possibilité d'interagir avec Michel Roy, président du conseil d'administration, et Carole Brabant, directrice générale. Les détails de nos réalisations figurent sur notre [site web](#) et le [rapport annuel](#) complet peut aussi y être consulté.

TRANSPARENCE ET ACCÈS À L'INFORMATION

À Téléfilm Canada, nous croyons que la transparence et l'accès à l'information sont les piliers de la confiance du public à l'égard de notre institution. Dans cette optique, nous nous assurons que tous les employés et les consultants travaillant pour notre institution sont sensibilisés à l'importance du droit d'accès à l'information du public ainsi qu'aux obligations découlant de la *Loi sur l'accès à l'information*. Par ailleurs, Téléfilm a reçu sept demandes informelles et dix demandes formelles d'accès à l'information durant l'exercice.

ÉTATS FINANCIERS EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2017



86
Rapport de
la direction

87
Rapport de
l'auditeur
indépendant

88
État des
résultats

89
État de
la situation
financière

90
État de
la variation
des actifs
financiers nets

91
État des flux
de trésorerie

92
Notes
complémentaires
aux états
financiers

108
Annexes
A et B

RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers de Téléfilm Canada (ci-après la « Société ») 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^{er} 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 comme 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.

Montréal, Canada

Le 13 juin 2017



Carolle Brabant, FCPA, FCA, MBA
Directrice générale



Denis Pion
Directeur – Administration et services d'entreprise

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT



Bureau du
vérificateur général
du Canada

Office of the
Auditor General
of Canada

À la ministre du Patrimoine canadien

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 2017, 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 2017, 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,

Tina Swiderski, CPA auditrice, CA
Directrice principale

Le 13 juin 2017
Montréal, Canada

ÉTAT DES RÉSULTATS

Exercice clos le 31 mars

<i>En milliers de dollars canadiens</i>	Annexes et notes	2017 Budget	2017	2016
Dépenses de soutien				
Développement de l'industrie audiovisuelle canadienne				
Programmes de production		59 342	68 075	57 744
Programme de développement		7 625	6 483	5 831
Programme de production à micro-budget		2 000	2 198	1 913
Contribution au Fonds culturel Eurimages du Conseil de l'Europe		–	1 088	–
Administration des recommandations à titre de coproduction audiovisuelle régie par des traités		509	455	506
Programme pour le long métrage documentaire		1 000	98	1 138
		70 476	78 397	67 132
Soutien promotionnel au Canada et à l'étranger				
Programme de mise en marché		10 780	9 980	17 408
Programme de promotion et activités promotionnelles nationales		6 886	8 417	6 853
Activités promotionnelles internationales		4 202	4 062	3 847
Programme de mise en marché internationale		1 000	679	493
Programme d'aide à l'exportation		–	103	–
		22 868	23 241	28 601
		93 344	101 638	95 733
Frais de fonctionnement et d'administration	A	25 991	24 142	24 531
Coût de l'exploitation		119 335	125 780	120 264
Revenus				
Revenus d'investissements et récupérations		10 000	14 000	12 069
Honoraires de gestion provenant du Fonds des médias du Canada	B	11 461	10 984	10 044
Fonds des talents	4	2 165	2 572	2 740
Contributions aux activités de soutien promotionnel		817	1 133	776
Intérêts		100	114	116
		24 543	28 803	25 745
Coût net de l'exploitation avant le financement gouvernemental		94 792	96 977	94 519
Financement gouvernemental				
Crédit parlementaire		95 454	97 454	95 454
Excédent de l'exercice		662	477	935
Excédent accumulé au début de l'exercice		26 108	26 108	25 173
Excédent accumulé à la fin de l'exercice		26 770	26 585	26 108

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	2017	2016
Actifs financiers			
Montant à recevoir du Trésor	6	61 709	57 150
Trésorerie – Fonds des talents	4	649	985
Débiteurs	5 et 6	2 977	2 323
À recevoir du Fonds des médias du Canada	7	3 262	3 303
Prêt	8	240	650
		68 837	64 411
Passifs			
Créditeurs et charges à payer	6	3 234	2 664
Revenus reportés – Fonds des talents	4	–	2
Obligations relatives aux programmes d'aide financière	9	45 172	39 596
Passif au titre des avantages sociaux futurs	10	783	756
		49 189	43 018
Actifs financiers nets		19 648	21 393
Actifs non financiers			
Immobilisations corporelles	11	4 662	2 350
Charges payées d'avance		2 275	2 365
		6 937	4 715
Excédent accumulé		26 585	26 108

Engagements (note 13) et éventualités (note 14)

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>	2017 Budget	2017	2016
Excédent de l'exercice	662	477	935
Opérations liées aux immobilisations corporelles			
Amortissement	650	486	371
Acquisitions	(3 000)	(2 798)	(671)
Réduction de valeur d'immobilisations corporelles	-	-	531
Autres opérations			
Acquisitions des charges payées d'avance	(800)	(2 275)	(2 365)
Utilisation des charges payées d'avance	780	2 365	1 893
Augmentation (diminution) des actifs financiers nets	(1 708)	(1 745)	694
Actifs financiers nets au début de l'exercice	21 393	21 393	20 699
Actifs financiers nets à la fin de l'exercice	19 685	19 648	21 393

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>	2017	2016
Activités de fonctionnement		
Excédent de l'exercice	477	935
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Augmentation (diminution) du passif au titre des avantages sociaux futurs	27	(73)
Amortissement des immobilisations corporelles	486	371
Réduction de valeur d'immobilisations corporelles	–	531
Conversion de prêt	410	–
	1 400	1 764
Variations des éléments financiers hors caisse :		
Diminution (augmentation) des débiteurs	(654)	1 878
Diminution du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada	41	45
Augmentation des créditeurs et charges à payer	570	367
Diminution des revenus reportés – Fonds des talents	(2)	(204)
Augmentation des obligations relatives aux programmes d'aide financière	5 576	7 280
Diminution (augmentation) des charges payées d'avance	90	(472)
	7 021	10 658
Activités d'investissement en immobilisations		
Sorties de fonds relatives à l'acquisition d'immobilisations corporelles	(2 363)	(671)
Variation des créditeurs et charges à payer des projets en capital	(435)	–
	(2 798)	(671)
Augmentation du montant à recevoir du Trésor et trésorerie – Fonds des talents	4 223	9 987
Montant à recevoir du Trésor et trésorerie – Fonds des talents au début de l'exercice	58 135	48 148
Montant à recevoir du Trésor et trésorerie – Fonds des talents à la fin de l'exercice	62 358	58 135
Information supplémentaire présentée dans les activités de fonctionnement		
Intérêts reçus	81	98

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

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice clos le 31 mars 2017

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



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^{er} 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.



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 SOUTIEN

Les dépenses de soutien 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 l'intermédiaire 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 soutien 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.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

Les investissements effectués dans les productions confèrent à la Société des droits d'auteurs et les avances sont effectuées au moyen de 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 soutien.

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 soutien.

ii. Honoraires de gestion

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

iii. Contributions aux activités de soutien promotionnel

Les contributions aux événements de promotion sont comptabilisées selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

iv. 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 l'intermédiaire 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 d'individus et d'entreprises. Ces revenus sont déposés dans un compte de trésorerie distinct présenté sous la rubrique Trésorerie – Fonds des talents à l'état de la situation financière. Les revenus peuvent être ou non grevés d'affectations d'origine externe eu égard à la langue, au genre et au programme. Les revenus qui ne sont pas grevés d'affectations d'origine externe sont constatés à l'état des résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont encaissés alors que ceux grevés d'affectations d'origine externe sont constatés à l'état des résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont utilisés aux fins prescrites. Les revenus affectés par une origine externe non utilisés sont présentés à titre de revenus reportés à l'état de la situation financière. 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 soutien.

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.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

G. TRÉSORERIE – FONDS DES TALENTS

La Trésorerie – Fonds des talents se compose du solde de trésorerie issu de la collecte des revenus. Cette trésorerie sert au financement des projets et activités soutenues par le Fonds.

H. PRÊT

La Société a effectué un prêt à des compagnies de production. Le prêt est comptabilisé au moindre du coût amorti et de la valeur de recouvrement nette, en fonction du degré de recouvrabilité et du risque de perte. Les intérêts créditeurs sont constatés lorsqu'ils sont gagnés, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

I. 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. La Société effectue une analyse individuelle des actifs financiers 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. Si de telles indications existent, la valeur comptable de l'instrument financier est réduite ainsi que la provision afférente à ce dernier 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, autre que les taxes à récupérer;
- Montant à recevoir du Fonds des médias du Canada;
- Prêt.

Les passifs financiers sont constitués de :

- Créditeurs et charges à payer;
- Revenus reportés – Fonds des talents;
- Obligations relatives aux programmes d'aide financière.

J. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

i. Régime de retraite

Les employés admissibles de la Société sont couverts par le Régime de retraite de la fonction publique, un régime de pension à prestations déterminées contributives, constitué en vertu d'une loi et parrainé par le gouvernement du Canada. Autant les employés que la Société doivent verser des cotisations. Ce régime de retraite offre des prestations basées sur le nombre d'années de service, sur une période maximale de 35 ans et au taux de 2 % par année de service ouvrant droit à pension multiplié par le salaire moyen des cinq meilleures années consécutives. Les prestations sont intégrées aux prestations du Régime de pension du Canada et du Régime de rentes du Québec et sont indexées à l'inflation. 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.

2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

ii. Indemnités de départ

Les employés admissibles avaient droit à des indemnités de départ tel que le prévoient 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 et 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. Ainsi, les indemnités de départ ont cessé de s'accumuler en date du 31 mars 2014 et ont été versées à la plupart des employés. L'obligation est ajustée en fin d'exercice pour refléter le salaire actuel des employés qui ont décidé de reporter le paiement au moment de la cessation d'emploi ou de la retraite.

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.

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.

K. 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 ou périodes suivants :

Actifs	Taux/période
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
Logiciels	Entre 10 % et 25 %

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.



ÉVOLUTION NORMATIVE

En mars 2015, le Conseil sur la comptabilité dans le secteur public (CCSP) a publié deux chapitres soit le chapitre SP2200 – *Information relative aux apparentés* et le chapitre SP3420 – *Opérations interentités*. Le chapitre SP2200 précise la définition et les critères d'identification d'un apparenté, les circonstances dans lesquelles des informations sur les opérations conclues avec des apparentés doivent être fournies et les obligations quant aux informations à fournir. Le chapitre SP3420 établit des normes de comptabilisation et d'information applicables aux opérations conclues entre des entités du secteur public qui sont comprises dans le périmètre comptable d'un gouvernement, tant du point de vue du prestataire que de celui du bénéficiaire. Ces deux nouvelles normes sont entrées en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} avril 2017. La Société n'anticipe pas que l'adoption de ces normes ait des incidences importantes sur ses états financiers.

Finalement, le CCSP a publié en juin 2015 le chapitre SP3380 – *Droits contractuels*, qui définit l'information à fournir par voie de note aux états financiers sur des accords qui donneront lieu à des actifs ou des revenus dans l'avenir. Cette norme est entrée en vigueur pour les exercices ouverts depuis le 1^{er} avril 2017. La Société n'anticipe pas que l'adoption de cette norme ait des incidences importantes sur ses états financiers.

Exercice clos le 31 mars 2017
 Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
 sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.



FONDS DES TALENTS

Les tableaux suivants présentent les transactions inhérentes au Fonds des talents :

	Autres donateurs	Bell Média	Corus Entertainment	Total 2017	Total 2016
REVENUS					
Dons	416	–	–	416	360
Contributions encaissées	–	1 357	808	2 165	2 165
Contributions à recevoir	–	(11)	–	(11)	11
Revenus reportés	–	–	2	2	204
	416	1 346	810	2 572	2 740
DÉPENSES DE SOUTIEN					
Programmes de production	–	77	139	216	510
Programme de production à micro-budget	70	702	457	1 229	1 454
Programme de mise en marché	–	–	–	–	70
Programme de promotion et activités promotionnelles nationales	3	567	6	576	489
Activités promotionnelles internationales	–	–	208	208	454
	73	1 346	810	2 229	2 977
Excédent (déficit) de l'exercice	343	–	–	343	(237)
Excédent (déficit) accumulé au début de l'exercice	(101)	–	–	(101)	136
Excédent (déficit) accumulé à la fin de l'exercice	242	–	–	242	(101)

Exercice clos le 31 mars 2017
Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.

4. FONDS DES TALENTS (SUITE)

Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2017, la Société a assumé pour 248 500 \$ de dépenses inhérentes au démarchage et à la promotion du Fonds (194 800 \$ pour l'exercice précédent). Les contributions de Bell Média et de Corus Entertainment sont grevées d'affectations d'origine externe.

	Autres donateurs	Bell Média	Corus Entertainment	Total 2017	Total 2016
REVENUS REPORTÉS					
Solde au début de l'exercice	-	-	2	2	206
Contributions encaissées	-	1 357	808	2 165	2 165
Engagements contractuels comptabilisés aux revenus	-	(1 357)	(810)	(2 167)	(2 369)
Solde à la fin de l'exercice	-	-	-	-	2
TRÉSORERIE – FONDS DES TALENTS					
Solde au début de l'exercice	37	357	591	985	552
Encaissements	391	1 357	808	2 556	2 525
Paiements contractuels relatifs aux programmes d'aide financière	(198)	(1 391)	(1 303)	(2 892)	(2 092)
Solde à la fin de l'exercice	230	323	96	649	985

Au 31 mars 2017, le Fonds des talents s'est contractuellement engagé à verser des sommes de 432 300 \$ (1 114 600 \$ pour l'exercice précédent).



DÉBITEURS

	31 mars 2017	31 mars 2016
Débiteurs liés aux revenus d'investissements et récupérations	886	1 164
Taxes à récupérer	1 256	319
Autres débiteurs	835	840
	2 977	2 323

6

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 l'intermédiaire du Fonds des nouveaux médias du Canada doivent être retournés au Receveur général du Canada. La dernière entente avec le ministère du Patrimoine canadien s'est clôturée le 31 mars 2010. Ces actifs et passifs sont ainsi grevés d'une affectation d'origine externe.

	31 mars 2017	31 mars 2016
Montant à recevoir du Trésor	-	2
Débiteurs	62	167
Créditeurs et charges à payer	62	169

7

À RECEVOIR DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

La Société administre les programmes de financement du Fonds des médias du Canada et, à ce titre, lui charge des honoraires de gestion. De plus, dans le cadre de leur mandat respectif, les deux organisations réalisent certaines activités promotionnelles en collaboration.

	31 mars 2017	31 mars 2016
Honoraires de gestion à recevoir	3 212	3 216
Autres montants à recevoir	50	87
	3 262	3 303

 **8**
PRÊT

Au cours de l'exercice, la Société a décidé d'amender l'entente de prêt conclue pour une valeur initiale de 650 000 \$ afin qu'une portion de 409 600 \$ soit convertie en contribution. Cette contribution a été enregistrée dans les dépenses de soutien. Le prêt porte intérêt au taux préférentiel de la Banque Royale du Canada plus une prime de 2,00 %, calculé sur une base journalière. Il est remboursable en fonction des montants auxquels les emprunteurs auront droit sur de futures productions audiovisuelles. Le remboursement des intérêts est trimestriel et débutera en août 2017. Le prêt n'a aucune garantie et est remboursable par anticipation, à tout moment, sans avantage ni pénalité. Au 31 mars 2017, le solde du capital du prêt s'établit à 240 400 \$.

 **9**

**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 :

	2018	2019	2020	Total 31 mars 2017	Total 31 mars 2016
Exercices de signature des contrats					
2013 et antérieurs	587	–	–	587	1 432
2014	615	125	–	740	2 487
2015	1 064	–	–	1 064	4 560
2016	7 232	195	–	7 427	31 117
2017	33 353	1 926	75	35 354	–
	42 851	2 246	75	45 172	39 596

Exercice clos le 31 mars 2017
Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.



PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

	Indemnités de départ	Congés maladie	Congés parentaux	Total
Solde au 31 mars 2015	184	548	97	829
Coût des services rendus au cours de l'exercice	3	118	68	189
Indemnités versées au cours de l'exercice	(57)	(86)	(119)	(262)
Solde au 31 mars 2016	130	580	46	756
Coût des services rendus au cours de l'exercice	4	76	94	174
Indemnités versées au cours de l'exercice	–	(92)	(55)	(147)
Solde au 31 mars 2017	134	564	85	783

10. PASSIF AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

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. Ces indemnités ont cessé de s'accumuler au 31 mars 2014 à la suite de la décision de la Société de mettre fin à celles-ci. Au cours de l'exercice, l'obligation a été ajustée afin de refléter le salaire actuel des employés qui ont décidé de reporter le paiement au moment de la cessation d'emploi ou de la retraite. 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 295 \$ (297 \$ en 2016), un taux d'augmentation des salaires de 2,60 % (2,80 % en 2016), un taux d'utilisation annuel moyen de 3,00 % (3,00 % en 2016), un taux d'actualisation de 1,80 % (1,50 % en 2016) et un taux de départ de 10,00 % (10,00 % en 2016). Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement.

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

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 2017 est fonction de la date de début d'emploi de l'employé. Pour les dates de début d'emploi antérieures au 1^{er} janvier 2013, le taux de cotisation de la Société est de 1,15 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,28 fois en 2016); et pour les dates de début d'emploi postérieures au 31 décembre 2012, le taux de cotisation de la Société est de 1,11 fois le taux de cotisation exigé des employés (1,28 fois en 2016). Le total des cotisations de 1 625 300 \$ est comptabilisé en charges en 2017 dans les salaires et avantages sociaux (1 797 000 \$ en 2016).

Exercice clos le 31 mars 2017
 Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
 sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.



IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Améliorations locatives	Équipements technologiques et mobiliers	Logiciels	Travaux en cours	Total
COÛT					
Solde au 31 mars 2015	4 764	1 104	15 202	1 274	22 344
Acquisitions	-	-	283	388	671
Réduction de valeur	-	-	-	(531)	(531)
Transferts	-	-	668	(668)	-
Solde au 31 mars 2016	4 764	1 104	16 153	463	22 484
Acquisitions	-	-	1 251	1 547	2 798
Cessions	-	(12)	(20)	-	(32)
Transferts	-	-	428	(428)	-
Solde au 31 mars 2017	4 764	1 092	17 812	1 582	25 250
AMORTISSEMENT CUMULÉ					
Solde au 31 mars 2015	(4 140)	(888)	(14 735)	-	(19 763)
Amortissement	(71)	(81)	(219)	-	(371)
Cessions	-	-	-	-	-
Solde au 31 mars 2016	(4 211)	(969)	(14 954)	-	(20 134)
Amortissement	(70)	(79)	(337)	-	(486)
Cessions	-	12	20	-	32
Solde au 31 mars 2017	(4 281)	(1 036)	(15 271)	-	(20 588)
Valeur comptable nette au 31 mars 2016	553	135	1 199	463	2 350
Valeur comptable nette au 31 mars 2017	483	56	2 541	1 582	4 662

Durant l'exercice, la Société a procédé à la radiation de logiciels et de mobiliers complètement amortis d'une valeur de 32 000 \$ (réduction de valeur des travaux en cours reliés à un logiciel d'une valeur de 531 000 \$ en 2016).

▶ 12

INSTRUMENTS FINANCIERS

A. JUSTE VALEUR

La trésorerie – Fonds des talents, les débiteurs autre que les taxes à récupérer, le montant à recevoir du Fonds des médias du Canada, le prêt, les créditeurs et charges à payer, les revenus reportés – Fonds des talents 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. Comme la Société ne détient aucun dérivé ou instrument de capitaux propres, 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 de taux 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, revenus reportés – Fonds des talents et obligations relatives aux programmes d'aide financière (note 9). Le tableau qui suit présente les échéances contractuelles des créditeurs et charges à payer :

	31 mars 2017	31 mars 2016
1-30 jours	2 962	2 412
31-90 jours	–	–
91 jours à 1 an	272	252
Total valeur comptable et flux de trésorerie contractuels	3 234	2 664

La Société croit que les fonds actuels et 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 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 autre que les taxes à récupérer, du montant à recevoir du Fonds des médias du Canada et du prêt.

12. 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 2017, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux débiteurs autre que les taxes à récupérer correspond à leur valeur comptable. La Société ne détient aucune garantie à l'égard de ses créances. Le détail des débiteurs autre que les taxes à récupérer par échéance et les provisions pour créances irrécouvrables afférentes sont constitués de la manière suivante :

	31 mars 2017	31 mars 2016
Courant – 30 jours	981	1 064
31 – 90 jours	291	137
91 jours ou plus	1 049	1 720
Débiteurs – Bruts	2 321	2 921
Provision pour créances irrécouvrables		
Solde au début de l'exercice	603	533
Dépense pour créances irrécouvrables	22	89
Débiteurs radiés et recouvrements	(25)	(19)
Solde à la fin de l'exercice	600	603
Débiteurs – Nets	1 721	2 318

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. Les honoraires sont facturés trimestriellement et le montant est exigible 30 jours suivant la date de la facture.

PRÊT

Rien ne porte à croire que le prêt présente un risque de crédit particulier puisque la Société juge que la réalisation des clauses de remboursement conditionnelles est probable.

Exercice clos le 31 mars 2017
Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.

▶ 13

ENGAGEMENTS

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipements et l'accès à une plateforme infonuagique dans le cadre de ses activités. Les paiements futurs s'élèvent à 13 048 000 \$ (14 135 000 \$ en 2016) et sont payables comme suit :

	Total
2018	1 265
2019	2 130
2020	2 069
2021	1 851
2022 et suivantes	5 733
	13 048

▶ 14

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.

15

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 et ces opérations sont constatées à la valeur d'échange.

16

CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de 2015-2016 ont été reclassés afin d'être conformes à la présentation adoptée en 2016-2017.

17

DONNÉES BUDGÉTAIRES

Les données budgétaires ont été fournies à titre de comparaison et ont été approuvées par le conseil d'administration. Certains montants ont été reclassés afin d'être conformes à la présentation adoptée en 2016-2017.

Exercice clos le 31 mars 2017
 Les montants présentés dans les tableaux complémentaires aux états financiers
 sont exprimés en milliers de dollars canadiens, sauf indication contraire.

ANNEXES A ET B

AUTRES RENSEIGNEMENTS

A. FRAIS DE FONCTIONNEMENT ET D'ADMINISTRATION

	2017 Budget	2017	2016
Salaires et avantages sociaux	18 660	16 659	17 464
Honoraires professionnels	1 770	1 873	1 589
Location, taxes, chauffage et électricité	1 819	1 798	1 725
Technologies de l'information	1 660	1 669	1 510
Voyages et accueil	578	694	491
Frais de bureau	595	689	639
Amortissement et réduction de valeur d'immobilisations corporelles	650	486	902
Publicité et publications	259	274	211
	25 991	24 142	24 531

B. COÛTS DES PROGRAMMES DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Les coûts admissibles aux fins des honoraires de gestion sont définis dans l'entente de services avec le Fonds des médias du Canada (FMC). Au cours de l'exercice, la Société a facturé un total de 10 983 887 \$ (10 044 045 \$ en 2016) pour l'administration des programmes du FMC, dont 2 779 532 \$ (2 734 620 \$ en 2016) pour les secteurs en soutien aux opérations.

	2017 Budget	2017	2016
Salaires et avantages sociaux			
Gestion, administration et livraison	6 024	5 786	5 629
Secteurs à services partagés	1 089	830	1 091
Secteurs en soutien aux opérations	2 780	2 947	2 893
Autres coûts	1 568	1 588	589
	11 461	11 151	10 202

ANNEXES A ET B (SUITE)

B. COÛTS DES PROGRAMMES DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA (SUITE)

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 programmes, 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 comprennent les 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, et les coûts de développement de certaines immobilisations corporelles.

SECTEURS EN SOUTIEN AUX OPÉRATIONS

Ces coûts présentent les frais encourus pour soutenir 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 et les coûts de développement de certaines immobilisations corporelles.

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES



88

FILMS FINANCÉS PAR LES PROGRAMMES DE PRODUCTION



RÉALISATEURS DE 2 FILMS ET MOINS

- All you can eat Bouddha
- Angelique's Isle
- Anthem of a Reluctant Prophet
- Becoming Burlesque
- Belle et Sébastien (Copro France)
- Birthmarked (Copro Irlande)
- Brotherhood
- Brown Girl Begins
- Chien de garde
- Clara
- Dead Shack
- Gear
- Great Great Great
- Happy Face
- Hopeless (Romantic)
- Indian Horse
- Into Invisible Light
- La chute de Sparte
- La course des tuques / Snowtime! 2
- La petite école d'Hélène (Copro France)
- Maudite poutine
- Nous sommes les autres
- Octavio Is Dead!
- Ordinary Days
- Origami
- Our House (Copro Allemagne)
- Ozzy (Copro Espagne)
- Paper Year
- Prank
- Public-Schooled
- Pyewacket
- Riverhead
- Room For Rent
- Someone Else's Wedding
- Sorry for Your Loss
- Stegman Is Dead
- The Grizzlies
- The New Romantic
- The Twentieth Century
- A Worthy Companion³⁵
- Born To Be Blue (Copro R.-U.)³⁵
- Don't Talk to Irene³⁵
- Goon: Last of the Enforcers³⁵
- Juggernaut³⁵
- Mean Dreams³⁵
- Milton's Secret³⁵
- Never Steady, Never Still³⁵
- Sadie's Last Day on Earth³⁵
- The Breadwinner (Copro Irlande-Luxembourg)³⁵



RÉALISATEURS DE 3 FILMS ET PLUS

- An Audience of Chairs
- Bon Cop Bad Cop 2
- Ceux qui font les révolutions à moitié n'ont fait que se creuser un tombeau
- De l'amour pour Noël
- De père en flic 2
- Et au pire on se mariera (Copro Suisse)
- Hana's Suitcase
- Hochelaga, Terre des âmes
- Junior majeur
- Keely and Du
- La Bolduc
- La petite fille qui aimait trop les allumettes
- Le fils de Jean (Copro France)
- Les affamés
- Les rois mongols
- Little Italy
- Meditation Park
- Mr. Roach
- Never Saw It Coming
- Out Late
- Porcupine Lake
- Pour vivre ici
- Prodigals
- Restless River
- Song of Granite (Copro Irlande)
- Stockholm
- Supergrid
- The Death and Life of John F. Donovan (Copro R.-U.)
- The Last Letter From Your Lover
- The Man Who Invented Christmas (Copro Irlande)
- The Padre (Copro Irlande)
- Through Black Spruce
- Trench 11
- Un sac de billes (Copro France)
- Halloween Party³⁵
- Two Lovers and a Bear³⁵
- Wait Till Helen Comes³⁵
- Weirdos³⁵
- Window Horses³⁵

35. Projets ayant aussi été financés au cours de l'exercice précédent

18

FILMS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PRODUCTION À MICRO-BUDGET



RÉALISATEURS DE 2 FILMS ET MOINS

- 3.0
- Abigaëlle et le date coaching
- Black Cop
- Breaking Ice: The Arctic Uncovered
- Final Cut
- Firecrackers
- Geek Girls
- Hier encore
- In Plainview
- Indian Road Trip
- Les faux tatouages
- Les scènes fortuites
- Lovely Witches Club
- Luk'Luk'l
- Mary Goes Round
- Talent
- The Capital
- The Road Behind

FILM FINANCÉ PAR LE PROGRAMME DE LONG MÉTRAGE DOCUMENTAIRE

- Mouvements – Louise Lecavalier

87

FILMS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE MISE EN MARCHÉ

- 1:54
- 9 Le film
- À la poursuite de la paix
- All Governments Lie: Truth, Deception and the Spirit of I.F. Stone
- Away From Everywhere
- Ballerina
- Below Her Mouth
- Birdland
- Ça sent la coupe
- C'est le cœur qui meurt en dernier
- Chokeslam
- Closet Monster
- Combat au bout de la nuit
- Considering Love and Other Magic
- Darken
- Destroyer
- Edge of Winter
- Embrasse-moi comme tu m'aimes
- Fire Song
- HEVN (Revenge)
- Hibou
- How To Plan an Orgy in a Small Town
- I Am the Blues
- Into the Forest
- Iqaluit
- Jean of the Joneses
- Juste la fin du monde
- King Dave
- Koneline: Our Land Beautiful
- La chasse au collet
- La nouvelle vie de Paul Sneijder
- L'ADN du ceviche
- Lavender
- Le fils de Jean
- Le goût d'un pays
- Le jardinier / The Gardener
- Le pacte des anges
- L'érotisme et le vieil âge
- L'origine des espèces
- Louise en hiver
- Maliglutit (Searchers)
- Maudie
- Maudite poutine
- Mean Dreams
- Milton's Secret
- Mon ami Dino
- Mostly Sunny
- Natasha
- Nelly
- Nitro Rush
- O, Brazen Age
- Parfaites
- Pays
- Père fils thérapie !
- Perfume War
- Prank
- River
- Sadie's Last Day on Earth
- Sleeping Giant
- Stegman Is Dead
- Tempest Storm
- The 9th Life of Louis Drax
- The Colossal Failure of the Modern Relationship
- The Cyclotron
- The Dark Stranger
- The Devout
- The Girl King
- The Northlander
- The Other Half
- The Rainbow Kid
- The Saver
- The Second Time Around
- The Skyjacker's Tale
- The Stairs
- The Steps
- The Waiting Room
- Todd & The Book of Pure Evil: The End of the End
- Two Lovers and a Bear
- Unless
- Vortex
- Votez Bougon
- Weirdos
- When the Universe Sings: The Spiritual Journey of Lawren Harris
- Window Horses
- Zoom
- Born To Be Blue³⁶
- Race³⁶

36. Projets ayant aussi été financés au cours de l'exercice précédent

59

FESTIVALS DE FILMS CANADIENS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE PROMOTION

- Atlantic Film Festival
- Available Light Film Festival
- Buffer Festival
- Calgary International Film Festival
- Canadian Film Fest
- CaribbeanTales International Film Festival
- Carrousel international du film de Rimouski
- Charlottetown Film Festival
- Cinéfest Sudbury International Film Festival
- Cinéfranco – Francophone International Film Festival
- Cinémental
- Devour! The Food Film Fest
- DOXA Documentary Film Festival
- Edmonton International Film Festival
- Emerging Lens Independent Cultural Film Festival
- FAVA Fest
- Female Eye Film Festival
- Festival Cinéma International Abitibi-Témiscamingue Rouyn-Noranda
- Festival de cinéma de la ville de Québec
- Festival du film de l'Outaouais
- Festival du nouveau cinéma de Montréal
- Festival international de cinéma Vues d'Afrique
- Festival international de films Fantasia
- Festival international du cinéma francophone en Acadie
- Festival International du Film Black de Montréal
- Festival international du film pour enfants de Montréal
- Festival international du film sur l'art
- Freeze Frame: International Film Festival for Kids of All Ages
- Gimli Film Festival
- Gimme Some Truth
- Halifax Independent Film Festival
- Hot Docs – Canadian International Documentary Festival
- Images Festival
- imagineNATIVE Film + Media Arts Festival
- Kingston Canadian Film Festival
- Les sommets du cinéma d'animation
- NORTHWESTFEST
- Open Roof Festival
- Ottawa International Animation Festival
- Percéides – Festival international de cinéma et d'art de Percé
- Planet in Focus : International Environmental Film Festival
- POP Montreal
- Présence Autochtone Montréal
- Reel 2 Real International Film Festival for Youth
- ReelWorld Film Festival
- Regard – Festival international du court métrage au Saguenay
- Rencontres internationales du documentaire de Montréal
- Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver
- Silver Wave Film Festival
- St. John's International Women's Film Festival
- T.O. Webfest
- The Yellowknife International Film Festival
- Toronto International Film Festival
- Toronto Reel Asian International Film Festival
- Vancouver International Film Festival
- Vancouver Web Fest
- Victoria Film Festival
- Whistler Film Festival
- Yorkton Film Festival

FILMS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME D'AIDE À L'EXPORTATION

- 1:54
- Guibord s'en va-t-en guerre
- Les mauvaises herbes

32

PRÉSENCE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DANS DES FESTIVALS DE FILMS, DES MARCHÉS ET DES ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

- Academy Awards
- An Evening with Canada's Stars
- Beijing International Film Festival
- Berlinale / European Film Market
- Busan International Film Festival
- Cinéma du Québec à Paris
- Clermont-Ferrand International Short Film festival
- Festival de Cannes
- Festival du film international de Venise
- Festival International de Programmes Audiovisuels (FIPA)
- Festival international du film d'animation d'Annecy and its market (MIFA)
- Festival international du film francophone de Namur
- Game Developers Conference
- Hong Kong International Film & TV Market (FILMART)
- Independent Filmmaker Project (IFP)
- International Film Festival Rotterdam
- Karlovy Vary International Film Festival
- Kidscreen Summit
- Locarno International Film Festival
- Los Cabos International Film Festival
- Miami International Film Festival
- MIPCOM
- MIPTV
- MyFrenchFilmFestival.com
- Palm Springs International Film Festival
- San Sebastian International Film Festival
- See the North UK
- See the North US
- Shanghai International Film Festival
- Sundance Film Festival
- Sunny Side of the Doc
- Toronto International Film Festival

63

FILMS FINANCÉS PAR LE PROGRAMME DE MISE EN MARCHÉ INTERNATIONALE

- 5 Films About Technology
- A Sunday Kind of Love
- All Governments Lie: Truth, Deception and the Spirit of I.F. Stone
- Below Her Mouth
- Borealis
- Born To Be Blue
- Break the Fall
- Calorie
- Ceux qui font les révolutions à moitié, n'ont fait que se creuser un tombeau
- Combat au bout de la nuit
- Dim the Fluorescents
- Geek Girls
- Goon: Last of the Enforcers
- Grand Unified Theory
- John's Bicycle
- Juste la fin du monde
- Lavender
- Le fils de Jean
- Le pacte des anges
- League of Exotique Dancers
- Les démons
- Les mauvaises herbes
- Let There Be Light
- Living With Giants
- Lovesick
- Maudie
- Maudite poutine
- Mean Dreams
- Mes nuits feront écho
- My Fathers Tools / Les outils de mon père
- Nitro Rush
- Numb
- Oh What a Wonderful Feeling
- One Night on Panther Mountain
- Passover
- Prank
- Rise
- Rumble: The Indians Who Rocked The World
- Sadie's Last Day on Earth
- Snowtime! / La Guerre des tuques 3D
- The Ash
- The Catch
- The Competition
- The Illegal
- The People Garden
- The Ridge Line
- The Sabbatical
- The Second Time Around
- The Space Between
- The Stairs
- The Sun at Midnight
- The Void
- The Waiting Room
- Theater of Life
- Tokyo Idols
- Turbo Kid
- Two Lovers and a Bear
- Weirdos
- We're Still Together
- Werewolf
- Wexford Plaza
- X Quinientos
- Y'est où le paradis ?

BUREAUX DE TÉLÉFILM



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

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

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

Ce rapport annuel est produit par Téléfilm Canada.

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives Canada

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISSN 1929-7637 (en ligne)

Numéro de catalogue : CC370F-PDF

© ministère du Patrimoine canadien, 2017

