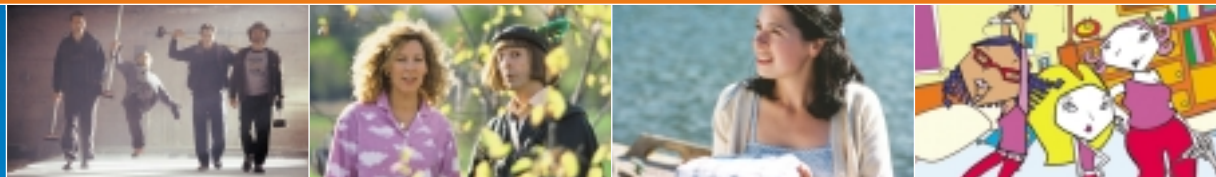




 **Telefilm Canada**

**Un investisseur culturel en cinéma, télévision, nouveaux médias et musique**



**Rapport annuel 2001-2002**

# Les bureaux de Téléfilm Canada

## BUREAUX AU CANADA

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

**Montréal\***  
360, rue Saint-Jacques  
Bureau 700  
Montréal (Québec)  
H2Y 4A9  
Téléphone : (514) 283-6363  
Télécopieur : (514) 283-8212  
\* Sièges social et bureau du Québec

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

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

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

## BUREAU EUROPÉEN

**Paris**  
5, rue de Constantine  
75007 Paris  
France  
Téléphone : (33-1) 44.18.35.30  
Télécopieur : (33-1) 47.05.72.76

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

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

### Téléfilm Canada

Direction – communications et affaires publiques  
360, rue Saint-Jacques  
Bureau 700  
Montréal (Québec)  
H2Y 4A9  
info@telefilm.gc.ca

**Dépôt légal**  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada

**Conception graphique**  
Agence Code

**Impression**  
Quebecor World Graphique-Couleur



# Table des matières

Membres du conseil et direction au 31 mars 2002 4

Lettre à la Ministre 5

Direction et employés cadres au 25 juin 2002 6

Message du président 7

Message du directeur général 9

Engagements 2001-2002 11

D'un océan à l'autre 12

Événements 15

## TÉLÉVISION

Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital 18

## LONGS MÉTRAGES

Fonds du long métrage du Canada 26

## NOUVEAUX MÉDIAS

Fonds des nouveaux médias du Canada 36

## ÉTATS FINANCIERS

39

## Membres du conseil

au 31 mars 2002



**Charles Bélanger**  
Président  
Montréal (Québec)



**Jeanine C. Beaubien, O.C.**  
Vice-présidente  
Montréal (Québec)



**Bluma Appel**  
Membre  
Toronto (Ontario)



**Ronald S. Bremner**  
Président du comité  
de vérification et des finances  
Calgary (Alberta)



**Louise Pelletier**  
Membre  
Montréal (Québec)



**Elvira Sánchez de Malicki**  
Membre  
Etobicoke (Ontario)



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

## Direction

au 31 mars 2002



**Richard Stursberg**  
Directeur général



**Danny Chalifour**  
Directeur – finances et administration



**Danielle Dansereau**  
Directrice – communications  
et affaires publiques



**Guy DeRepentigny**  
Directeur – politiques,  
planification et recherches



**Elizabeth Friesen**  
Directrice par intérim – opérations canadiennes



**Stella Riggi**  
Directrice – ressources humaines



**Johanne St-Arnauld**  
Directrice – relations internationales

## Lettre à la Ministre

Montréal, le 25 juin 2002

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

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 34<sup>e</sup> rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2002.

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

Le président,

Charles Bélanger

# Direction et employés cadres

au 25 juin 2002

**Richard Stursberg**  
Directeur général

Bureau de la région de l'Atlantique

**Ralph Holt**  
Directeur – bureau de la région de l'Atlantique et responsable des programmes de formation professionnelle et sectorielle

Bureau du Québec

**Michel Pradier**  
Directeur – bureau du Québec et responsable secteur – télévision

**Louise Deslauriers**  
Directrice par intérim – unité d'affaires longs métrages

**Jean-Daniel Eigenmann**  
Directeur par intérim – unité d'affaires télévision

Bureau de l'Ontario

**Karen Franklin**  
Responsable de l'élaboration et de l'implantation des standards nationaux

**John Galway**  
Directeur par intérim – bureau de l'Ontario et responsable secteur – longs métrages

**John Fulton**  
Directeur – unité d'affaires longs métrages et nouveaux médias

**Paul Dollar**  
Directeur par intérim – unité d'affaires télévision

Bureau de la région de l'Ouest

**Lauren Davis**  
Directrice par intérim – bureau de la région de l'Ouest et responsable secteur – nouveaux médias

**John Dippong**  
Directeur – unité d'affaires longs métrages

**Earl Hong Tai**  
Directeur par intérim – unité d'affaires télévision

## COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

**Danielle Dansereau**  
Directrice – communications et affaires publiques

## FINANCES ET ADMINISTRATION

**Danny Chalifour**  
Directeur – finances et administration

**Marina Darveau**  
Contrôleure

**Carolle Brabant**  
Directrice – systèmes, technologies et gestion des contrats

**Shelley Stein-Sacks**  
Directeur – Programme des entrepreneurs de la musique

## MÉDIAS

**Elizabeth Friesen**  
Directrice – médias

**Guy DeRepentigny**  
Directeur – politiques, planification et recherches et secrétaire du conseil

## RELATIONS INTERNATIONALES

**Sheila de La Varenne**  
Directrice par intérim – relations internationales et Directrice – bureau européen

## RESSOURCES HUMAINES

**Stella Riggi**  
Directrice – ressources humaines

## SERVICES JURIDIQUES

**Stéphane Odesse**  
Chef du contentieux et coordonnateur de l'accès à l'information par intérim

# Message du président

En mars 2002, au tout début de mon mandat à titre de président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, j'ai été invité par le National Screen Institute FilmExchange à partager ma vision de Téléfilm et de l'industrie canadienne avec les participants du festival et la communauté des affaires d'Edmonton. Cette expérience au cœur du pays m'a permis de mesurer une fois de plus l'importance de Téléfilm et le haut niveau d'attente de ses clients et partenaires.

Au cours de ses 35 ans d'histoire, et en raison même de sa pérennité, Téléfilm a joué un rôle structurel fondamental en misant sur l'excellence et la diversité. Grâce à son appui à l'échelle régionale, nationale et internationale, notre jeune industrie a pu s'organiser et s'investir avec dynamisme et audace, d'abord en cinéma et en télévision, puis dans les nouvelles technologies de création et de diffusion. Avec un taux de croissance annuel de 10 %, cette industrie est l'une des plus performantes au pays, si bien que le public d'ici a plus que jamais accès à un vaste choix d'histoires et d'images qui illustrent ses expériences, ses valeurs et ses aspirations.

Cependant, les industries culturelles restent fragiles et fonctionnent à haut risque en dépit de nombreux succès. Elles sont en majorité composées de PME qui luttent d'année en année pour leur survie. La compétition pour avoir accès aux fonds publics et privés est de plus en plus forte. De plus, le public canadien est restreint, tandis que la production étrangère, pour ne pas dire américaine, exerce une attraction qui ne se dément pas.

### Augmenter notre part de marché

Pour consolider des acquis précieux et indiscutables, les industries culturelles canadiennes doivent maintenant augmenter leur part de marché, tant ici qu'à l'étranger. C'est l'une des clés de leur solidité, de leur autonomie et, pour tout dire, de leur avenir. Il reste cependant beaucoup à faire pour que nos créateurs occupent véritablement leur territoire et aient leur juste place dans le cœur des Canadiens : c'est à cette tâche que l'équipe de Téléfilm s'emploiera au cours des prochaines années, et elle bénéficiera à cet effet de l'entière collaboration du conseil d'administration de la Société.

Téléfilm travaillera de façon créative et cohérente, avec un souci d'équilibre et d'équité, en restant constamment à l'écoute de ses partenaires, dans toutes les régions du pays, et en privilégiant une vision à longue échéance. Il y aura des embûches et des difficultés, mais les chances de réussite seront décuplées si elles sont portées par une synergie des efforts consentis.

### Favoriser une approche cohérente et convergente

Nous vivons dans un univers de changement à haute vitesse et d'une complexité croissante. C'est dans ce contexte que le portefeuille du Patrimoine canadien, incluant le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm et les autres organismes du portefeuille, ont mis sur pied des instances qui favorisent une approche intégrée des problématiques culturelles. Cette approche doit permettre de bien saisir les enjeux qui débordent largement le cadre d'intervention de chacun des partenaires. Les solutions cohérentes et convergentes, dans le respect des mandats de chacun, sont les plus prometteuses.



Charles Bélanger

À cet effet, je veux notamment saluer le Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO), dont Téléfilm est un membre actif, qui encourage les francophones de l'Acadie, de l'Ontario et de l'Ouest à contribuer de façon significative à notre culture. Du développement des projets à la formation et à la promotion, le PICLO s'avère un allié important des créateurs et des producteurs qui veulent illustrer les réalités de leur communauté.

### Refléter la diversité culturelle canadienne

Le reflet de la diversité culturelle de notre pays est un enjeu important. La Charte des droits et libertés et la politique du multiculturalisme donnent à tous les Canadiens la même dignité et un droit fondamental à la libre expression. Or, malgré l'apport inestimable de cinéastes comme Mina Shum, Clement Virgo et Deepa Mehta, entre autres, nos écrans reflètent bien peu la richesse multiculturelle de notre pays.

Au cours de la dernière année, Téléfilm a fait de réels efforts pour se rapprocher des communautés ethniques. Ainsi, le programme Le Canada à l'affiche appuie maintenant des festivals et des événements dont la programmation met en valeur le pluralisme canadien et facilite le dialogue entre tous les Canadiens. Cependant, une meilleure cohésion des efforts est nécessaire à l'échelle fédérale pour maximiser l'impact des ressources financières et des programmes existants. Téléfilm compte travailler, entre autres, avec le ministère du Patrimoine canadien, Radio-Canada, l'Office national du film du Canada et le Conseil des arts du Canada afin de promouvoir la participation équitable de Canadiens d'origines diverses à l'univers audiovisuel. Il nous faudra éliminer le plus possible les obstacles auxquels ils sont confrontés en les aidant à se doter d'un plan d'action et d'objectifs mesurables, en les encourageant à viser une formation adéquate et à développer des liens d'affaires durables.



## Message du directeur général

### Au nom du conseil d'administration

L'industrie canadienne a connu de grands succès en 2001-2002, au pays comme à l'étranger. Sa participation aux festivals et aux marchés internationaux a atteint des records, et plus d'une centaine de coproductions ont vu le jour – dont *Spider* de David Cronenberg et *Les Fils de Marie* de Carole Laure qui ont été à l'affiche du Festival du film de Cannes 2002 –, confirmant que les producteurs canadiens sont tenus en haute estime par leurs homologues étrangers.

En ce qui concerne le conseil d'administration de la Société, je veux souligner que le gouvernement a accordé un nouveau mandat de cinq ans à Mesdames Jeanine C. Beaubien et Louise Pelletier. Je les en félicite.

Je tiens à remercier François Macerola, qui a été président de Téléfilm de juillet 2001 à février 2002, après avoir assumé la direction de l'organisme pendant six ans. À la demande du ministre du Patrimoine canadien, M. Macerola préside la révision de la notion de contenu canadien qui est à la base même du système d'aide à l'industrie depuis une trentaine d'années. Il va sans dire que Téléfilm contribue à cet exercice important.

Félicitations à Richard Stursberg et à son équipe pour ce qu'ils ont accompli au cours des derniers mois. Le conseil d'administration et la direction de Téléfilm Canada travaillent de concert pour que la Société soit une référence de premier plan en matière de programmes culturels et de services à l'industrie.

Charles Bélanger

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que j'ai entrepris mes fonctions de directeur général de Téléfilm Canada en janvier 2002. Un organisme public d'une telle envergure a une influence réelle sur la vie culturelle de ce pays en encourageant la création et la diffusion d'un large éventail de produits de qualité auxquels les Canadiens ont accès dans une multitude de médias, partout au pays.

Comment qualifier l'exercice 2001-2002 ? Sans doute comme une année de transition, mais aussi, à plusieurs points de vue, comme une année de consolidation.

Cet exercice a été marqué, entre autres, par l'entrée en vigueur du Fonds du long métrage du Canada qui double les ressources consacrées au cinéma canadien et vise un appui global à ce secteur d'activité, du scénario à l'écran; par une augmentation et une diversification de l'aide aux nouvelles technologies de création et de distribution dans le cadre du Fonds des nouveaux médias du Canada; et par la création du Programme des entrepreneurs de la musique qui élargit le champ des industries culturelles que dessert Téléfilm. Ce programme, qui fait partie du Fonds de la musique du Canada, est axé exclusivement sur les entreprises, c'est-à-dire – pour la première fois dans l'histoire de la Société –, sur le développement et la réalisation de plans d'affaires.

Téléfilm adapte constamment ses politiques et ses stratégies aux besoins de l'industrie et à l'évolution de l'environnement audiovisuel. C'est dans cette optique que la Société a commandé à une firme extérieure, à l'automne 2001, la réalisation d'un sondage visant à évaluer la qualité de ses services et le degré de satisfaction de ses clients à l'échelle nationale. Téléfilm a également donné la parole à une centaine de clients et de partenaires, en décembre 2001, en les réunissant pour un sommet de trois jours sur *Les défis de demain*.

Fort des résultats du sommet et du sondage, j'ai pu me consacrer, dès le début de mon mandat, à deux problématiques précises : établir une priorité parmi les grands objectifs de Téléfilm et définir les pistes d'amélioration de nos services à l'industrie.

Le message que nous avait lancé l'industrie, résumé succinctement, était le suivant : Téléfilm est un organisme important, essentiel même, mais qui pourrait faire « mieux et plus vite ». Manifestement, on exige de Téléfilm une vision, des processus et des services à la mesure de sa capacité d'action et de son budget, lequel dépasse maintenant 230 millions de dollars par année.

### Un objectif central : rejoindre les auditoires

Nous avons donc défini une nouvelle vision d'affaires, centrée autour d'un objectif clair et mesurable : l'augmentation des auditoires des produits culturels canadiens. Cet objectif est inclusif puisqu'il assure qu'on prenne en compte, sous l'angle de la performance, toute la chaîne des activités de l'industrie. Les investissements publics doivent se traduire par une production abondante, diversifiée et de qualité, mais aussi par une production qui a la faveur des Canadiens, l'acte de création prenant tout son sens dans la rencontre d'une œuvre et d'un public.

Ainsi, du côté des nouveaux médias, les nouvelles ressources financières sont consacrées en bonne partie au marketing et à la notoriété des produits canadiens. Et notre appui aux entrepreneurs de la musique a pour objectif de renforcer ce secteur d'activité, de la création aux auditoires, en tenant compte des ventes nationales et mondiales des entreprises établies et en émergence.



Richard Stursberg

Pour le long métrage, l'objectif est d'atteindre 5 % des recettes-guichet au pays d'ici 2006, la moyenne actuelle s'élevant à moins de 2 %. D'autres pays nous ont montré la voie ces dernières années : en Allemagne, les recettes-guichets des produits nationaux se sont haussées à 13 %; en Grande-Bretagne, à 20 % et en France, à plus de 40 % du marché.

La tâche n'est pas mince, même si les ressources financières ont doublé. Notre objectif exige que, d'ici 2006, la part de marché des films en français passe de 9 % à 12 %, et celle des films en anglais, de 1 % à 4 %. La diversité reste le meilleur gage de succès. Les comédies exercent une attraction considérable, comme on l'a vu de nouveau en 2001-2002 avec *Les Boys III*, produit à Montréal et *Men With Brooms*, produit à Toronto, mais la performance du Québec est aussi liée à d'autres types de films comme *Hochelaga, Maelström, 15 février 1839, Le Collectionneur, Un crabe dans la tête* et *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, dont les recettes se sont situées entre 475 000 \$ et plus de 1 million de dollars.

Pour 2002-2003, nous avons renforcé les mesures du Fonds du long métrage du Canada destinées à augmenter les auditoires : le volet sélectif du FLMC, basé sur une étude comparative des projets, accorde maintenant la priorité aux films qui présentent un bon potentiel sur le plan des auditoires et tient compte, entre autres, de l'engagement financier d'un distributeur en regard du lancement d'un film. De plus, nous avons clairement précisé nos exigences en matière de mise en marché et de promotion, de même que le taux de rendement minimal de nos investissements dans le cas où ils sont supérieurs à 1 million de dollars.

Faudrait-il repenser notre appui au secteur de la télévision de façon plus globale, du scénario à l'écran, comme en long métrage, pour y inclure de façon plus marquée la perspective des auditoires ? Chose certaine, nous visons actuellement de meilleures mesures des cotes d'écoute, celles qui sont disponibles étant partielles et parfois contradictoires. Pour mieux définir nos stratégies d'avenir, il est essentiel que nous ayons un portrait juste de la portée des émissions par genre, par catégorie, par région, par type de télédiffuseur et aussi par langue.

### Priorité aux PME, au pays et sur la scène internationale

Le sondage de l'automne 2001 a présenté un consensus clair en ce qui concerne la nécessité de mieux appuyer le développement des PME canadiennes. Des pas importants ont été faits en ce sens au cours du dernier exercice.

Le volet fondé sur la performance du FLMC accorde des enveloppes aux entreprises qui ont d'excellentes recettes-guichet, et leur permet de produire des films de leur choix. Dans le cadre du Fonds canadien de télévision, Téléfilm a créé un Programme de distribution des PME qui alloue des enveloppes aux distributeurs pour acquérir les droits de productions à budget élevé. De plus, en collaboration avec le FCT et le Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO), Téléfilm a institué un programme d'aide au développement de projets télévisuels, qui est réservé aux PME francophones en situation linguistique minoritaire.

L'appui international de la Société est axé sur le développement des PME. L'immersion annuelle organisée par notre bureau européen a eu lieu à Paris et a permis à plus de 35 représentants de PME de tisser des liens précieux avec des partenaires potentiels en coproduction. Dans certains marchés d'importance, Téléfilm et une douzaine d'associations et d'organismes canadiens se sont regroupés sous le Pavillon du Canada, ce qui a eu pour effet d'attirer à ces événements un plus grand nombre de PME, de leur offrir de meilleurs tarifs et services, et de leur assurer plus de visibilité dans un environnement compétitif. À ce sujet, il faut souligner que le Pavillon du Canada a été désigné par le magazine *Moving Pictures* comme le meilleur pavillon du Festival du film de Cannes 2002!

### Des processus et des communications efficaces, rapides et transparents

Nous avons entrepris de simplifier nos processus administratifs et un groupe de travail sur la diligence raisonnable a été créé à cet effet. Les formalités qui sont exigées des petites entreprises et de toutes celles dont les demandes financières sont peu élevées seront considérablement allégées. Par ailleurs, afin de standardiser nos processus à travers le pays, nous établirons une charte des services aux clients, laquelle précisera le rôle de Téléfilm mais aussi nos attentes envers l'industrie.

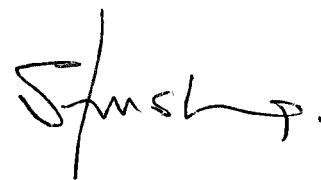
Notre nouveau site Internet lancé au printemps 2002 est plus informatif et interactif, bref, plus performant. Ainsi, chacun de nos bureaux canadiens bénéficie d'un portail qui lui est propre, un lien direct et privilégié avec sa clientèle. De plus, nous travaillons actuellement à l'implantation progressive d'un extranet qui nous permettra d'automatiser encore davantage nos liens d'affaires avec nos clients.

### Un bilan annuel probant

En 2001-2002, les engagements de Téléfilm se sont élevés à 208,3 millions de dollars, une augmentation de 17 % par rapport à l'exercice précédent. Ce résultat est lié aux nouvelles ressources pour le long métrage et les nouveaux médias. Les dépenses administratives représentent 9,5 % de ces engagements, un pourcentage raisonnable si l'on tient compte de l'implantation de nouveaux programmes et de nouveaux systèmes informatiques.

Téléfilm a financé 956 projets de production et de développement, ce qui constitue un record. La Société a accordé 34 % de ses ressources à des projets en français, 65 % à des projets en anglais et 1 % à des projets en langues autochtones.

En terminant, je veux féliciter François Macerola pour son apport à Téléfilm au cours de l'exercice, successivement à titre de directeur général et de président du conseil. Merci au conseil de Téléfilm, à nos collègues du Fonds canadien de télévision, au comité consultatif du long métrage, au comité consultatif des nouveaux médias et à l'industrie pour leur collaboration. Je salue chaleureusement les employés de Téléfilm, dont ceux qui ont vaillamment occupé des postes par intérim l'année dernière : comme l'a indiqué le sondage de l'automne 2001, leur expertise et leur dévouement constituent l'un des plus grands atouts de notre organisme.



Richard Stursberg

## Engagements 2001-2002

	Engagements pour de nouveaux projets en millions de dollars	Modifications aux contrats des années précédentes en millions de dollars	Total en millions de dollars
<b>Fonds canadien de télévision</b>			
Programme de participation au capital			
Production	103,1	0,2	103,3
Développement	4,5	0,4	4,9
<b>Total</b>	<b>107,6</b>	<b>0,6</b>	<b>108,2</b>
<b>Fonds du long métrage du Canada</b>			
Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché			
Production	37,2	(0,8)	36,4
Développement	2,7	1,2	3,9
Mise en marché (débours)	9,7	1,8	11,5
Coproductions officielles (mini-traités)	1,1	0,0	1,1
<b>Sous-total</b>	<b>50,8</b>	<b>2,1</b>	<b>52,9</b>
Programmes d'aide aux activités complémentaires			
Programme d'aide à l'écriture de scénarios	4,1	0,5	4,6
Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget	1,9	0,1	2,0
<b>Total</b>	<b>58,9</b>	<b>2,8</b>	<b>61,6</b>
<b>Fonds des nouveaux médias du Canada</b>			
Aide aux produits	9,1	(0,2)	9,0
Aide à la distribution	0,1	0,0	0,1
Aide au développement sectoriel	1,0	0,0	1,0
<b>Total</b>	<b>10,2</b>	<b>(0,1)</b>	<b>10,1</b>
<b>Programme de partage des revenus de production</b>	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>
<b>Coproductions officielles – mini-traités (télévision)</b>	<b>0,6</b>	<b>(0,1)</b>	<b>0,6</b>
<b>Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (télévision)</b>	<b>1,5</b>	<b>0,0</b>	<b>1,5</b>
<b>Autres fonds et programmes</b>			
Fonds régulier	0,2	0,0	0,2
Marketing international	0,7	0,0	0,7
Participation aux marchés (télévision)	0,7	0,0	0,7
Subventions aux festivals canadiens (télévision)	0,2	0,1	0,3
Développement industriel et professionnel	1,1	(0,1)	1,0
Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo	0,7	1,7	2,4
Autres formes d'aide	0,3	0,0	0,3
<b>Total</b>	<b>3,9</b>	<b>1,6</b>	<b>5,6</b>
<b>Dépenses administratives<sup>1</sup></b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>19,8</b>
<b>Total</b>	<b>183,6</b>	<b>4,8</b>	<b>208,3</b>

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

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



# D'un océan à l'autre

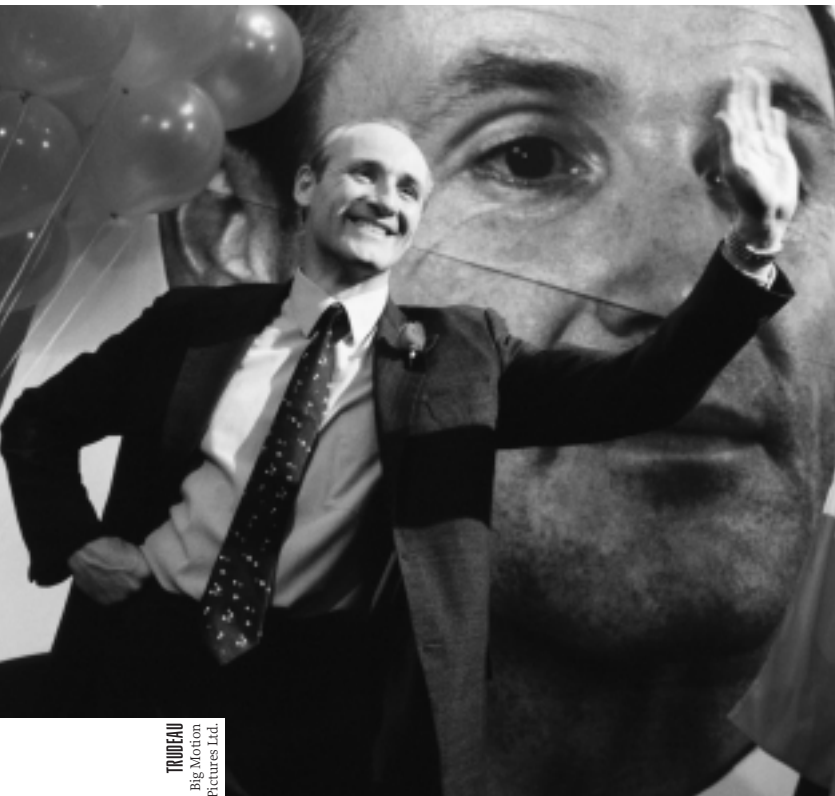


## RÉGION DE L'ATLANTIQUE

Ralph Holt, directeur

En 2001-2002, la région de l'Atlantique a maintenu sa tradition de qualité et c'est une fois de plus dans le secteur de la télévision que la récolte a été la plus fructueuse. Plusieurs séries ont obtenu la faveur du public, tant au pays qu'à l'étranger. La série *Made in Canada* a de nouveau connu le succès, alors que l'amusant *Trailer Park Boys* a été renouvelé pour une troisième saison.

*Trudeau*, une mini-série qui rappelle l'héritage du premier ministre le plus énigmatique de l'histoire canadienne, fut acclamée par la critique et a rejoint plus de 1,75 million d'auditeurs par épisode.



TRUDEAU  
Big Motion  
Pictures Ltd.

Plusieurs documentaires ont retenu l'attention. Ils racontent la vie dans la région atlantique, retracent son histoire et nous font découvrir les gens qui l'habitent. Ainsi, la série *Eastern Tide* révèle les légendes ancestrales du peuple Wabanaki (autrefois appelé Mi'kmaq) et *Fool Proof* pose un regard étonnant et amusant sur le monde des clowns.

Dans le domaine du long métrage, *The Bay of Love and Sorrows* raconte la vie d'un jeune homme qui, incapable de faire des choix, connaîtra un destin tragique. *Marion Bridge* relate l'histoire typique d'un retour à la maison qui laisse un goût doux-amer. Mentionnons aussi la sortie des trois premiers films de la collection *Seats 3A & 3C*, tournés en vidéo numérique : *dragonwheel* de Tricia Fish, *The Wild Dogs* de Thom Fitzgerald et *Past Perfect* de Daniel MacIvor. Enfin, *Rare Birds*, qui a reçu l'aide de Téléfilm en 2000-2001, a remporté le prix du Public du Festival du film de l'Atlantique et a ensuite été présenté en salles dans tout le pays.

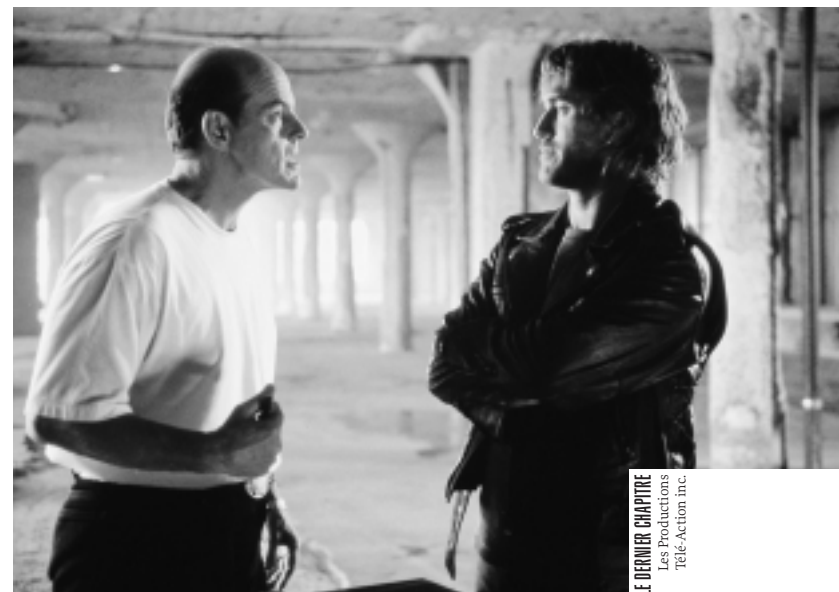
Le Programme des nouveaux cinéastes, qui en est à sa quatrième année et qui est une initiative de la région atlantique, a accordé de l'aide aux premières œuvres de jeunes réalisateurs de talent du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve et de la Nouvelle-Écosse, soit *Ashore* de Justin Sim, *Baba's House* de Shandi Mitchell, *Pale Blue Glass* de Jonathan Collicott et *The Wedding Video* de Jay Dahl.

Plusieurs productions nouveaux médias ont obtenu du financement, dont *Made in Canada Online*, un site Web qui nous fait découvrir le monde de la série éponyme et *Project Ecolab*, un site où les enfants s'initient aux théories de l'évolution et aux diverses formes de vie dans un environnement virtuel.

## QUÉBEC

Michel Pradier, directeur

L'industrie du Québec continue de miser sur la qualité et d'innover. Au petit écran, des séries comme *Fortier*, *Willie* et *Le Dernier Chapitre* ont attiré en moyenne 1,5 million de téléspectateurs par épisode tandis que de nouvelles dramatiques comme *Tabou* et *Cauchemar d'amour* se sont taillé une place enviable. *Ayoye!* et *Ramdam* viennent de rejoindre *Bonjour Madame Croque-Cerise* et *Cornemuse* parmi les émissions préférées des jeunes. Les documentaristes explorent les relations humaines (*Entre père et fils*), la maladie mentale (*Oppression III*), les personnages et les événements célèbres (*100 Québécois qui ont fait le XX<sup>e</sup> siècle*, *1701 La Grande Paix de Montréal*), aussi bien que la nature (*L'Esprit des lieux*) ou la culture (*Claude Jutra*, portrait sur film).



LE DERNIER CHAPITRE  
Les Productions  
Tele-Action Inc.

Lancés au cours de l'exercice, six films ont recueilli à eux seuls plus de 12 millions de dollars de recettes-guichet : *Les Boys III*, *Le Collectionneur*, *K2*, *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, *Nuit de noces* et *Savage Messiah*. De plus, nombre de films ont reçu des prix ici et à l'étranger, dont *15 février 1839*, *L'Ange de goudron* et *Un crabe dans la tête*.

Plusieurs longs métrages financés cette année sont très attendus, telles les premières œuvres *Québec-Montréal* de Ricardo Trogi et *Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause* de Sébastien Rose; les deuxièmes longs métrages *20 h 17* de Bernard Émond et *La Turbulence des fluides* de Manon Briand; ou encore des œuvres de réalisateurs chevronnés comme Léa Pool (*Mariposa Azul*), Denise Filiatrault (*L'Odyssée d'Alice Tremblay*) et Charles Binamé (*Un homme et son péché*).

Le Fonds des nouveaux médias du Canada a suscité une forte demande et les producteurs du Québec se démarquent notamment dans les jeux et la conception de projets convergents. Le bureau soutient également le programme de formation en nouveaux médias de l'Institut national de l'image et du son (INIS).

Enfin, ce bureau a poursuivi son appui aux francophones hors Québec par l'entremise du Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO) en favorisant le développement des projets, la formation et le développement professionnel.



## ONTARIO

Karen Franklin, directrice

Les efforts du bureau de l'Ontario pour augmenter les auditoires des films canadiens ont porté fruits en 2001-2002. Plusieurs longs métrages ont remporté des prix et ont retenu l'attention des cinéphiles canadiens et étrangers. *Men With Brooms* de Paul Gross a été lancé en mars 2002 et a cumulé des recettes de près de 4 millions de dollars en deux mois. Deux films de l'Ontario ont été présentés au Festival de Cannes 2002 : *Ararat* d'Atom Egoyan, une dramatisation du génocide des Arméniens, et *Spider* de David Cronenberg, adapté du roman de l'écrivain canadien Patrick McGrath.

Financé l'année précédente par le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget du Fonds du long métrage du Canada (FLMC), *On Their Knees*, de l'auteure, réalisatrice et actrice Anais Granofsky, a remporté le prix de la Meilleure réalisation au Reel Black Gala et le prix du Meilleur film canadien au ReelWorld Film Festival. Ce programme à succès a soutenu plusieurs autres productions de l'Ontario, dont certaines seront bientôt à l'affiche des festivals. Par ailleurs, les jurys anglophones du Programme d'aide à l'écriture de scénarios du FLMC, composés de pairs de l'industrie, ont accordé du financement à 53 projets de l'Ontario. Ils se sont réunis au bureau de Toronto pour les trois dates limites de dépôt des demandes.



MEN WITH BROOMS  
Serenity  
Point Films

En télévision, l'année a été de nouveau fructueuse. *Degrassi: The Next Generation* a été diffusé avec un nouveau site Web interactif, attirant le public dans tout le pays; le téléfilm *Tagged: The Jonathan Wamback Story* a rejoint 1,5 million de téléspectateurs, alors que les jeunes ont adopté *Sciences Point Com II*. Ont aussi obtenu du financement deux documentaires chocs à budget élevé, *Going to the Movies* de la réputée réalisatrice Gail Singer et *Street Nurse* de Shelley Saywell, ainsi que *The Rings of Saturn*, une émission qui allie danse et dramatique et qui met en vedette Sonja Smits et Rex Harrington, un danseur de réputation internationale.

En nouveaux médias, la qualité des projets soumis a augmenté cette année. Parmi les projets prometteurs, mentionnons les sites Web *GirlStuff* *BoyStuff*, *Juno Beach Virtual Museum* et *degrassi.tv*. Afin d'augmenter la visibilité des produits nouveaux médias, Téléfilm a par ailleurs été l'un des principaux commanditaires de DigiFest, le nouveau festival ontarien des médias numériques interactifs.

# Événements



## RÉGION DE L'OUEST

Lauren Davis, directrice par intérim

Du côté du long métrage, l'Ouest a connu une année faste. *Atanarjuat* a obtenu la Caméra d'or du Meilleur premier long métrage à Cannes, de même que neuf prix internationaux et six prix Génies. *Last Wedding* de Bruce Sweeney a ouvert le Festival international du film de Toronto, alors que le film *Inertia* du réalisateur de Winnipeg Sean Garrity a remporté le prix du Meilleur premier long métrage canadien du festival. Au Festival international du film de Vancouver, le prix Téléfilm Canada du Meilleur jeune réalisateur de l'Ouest a été attribué à Robert Cuffley pour *Turning Paige*. Le Sundance Film Festival a présenté *Christmas at Wapos Bay* de Dennis Jackson, *Fubar* de Michael Douse et *Lola* de Carl Bessai. *Lola*, ainsi que *Suddenly Naked* de Anne Wheeler, ont été à l'affiche du Festival de Berlin.

LOLA  
Presenter  
Films Inc.



En télévision, *Nuclear Dynamite* a remporté six prix dans des festivals internationaux, notamment à Pékin, en Chine et à Parme, en Italie. *Da Vinci's Inquest* a maintenu de fortes cotes d'écoute et a remporté les prix Gemini de la Meilleure série dramatique et du Meilleur acteur principal. Ajoutons que huit des 12 projets qui ont été présentés au Marché du documentaire de Mannheim provenaient de la région de l'Ouest. Quant au Fonds des nouveaux médias du Canada, il a été accueilli avec enthousiasme par l'industrie de l'Ouest et un nombre record de projets innovateurs et de grande qualité a été soumis.

Un programme de formation destiné aux producteurs autochtones a été organisé dans sept villes de l'Ouest. Des experts de Téléfilm, de même que des représentants des diffuseurs et des organismes publics, ont tenu des sessions d'information et ont présenté des études de cas expliquant le fonctionnement de l'industrie de la télévision.

Initiative Asie Pacifique – un programme de Téléfilm – a présenté une rétrospective canadienne au Shanghai International Film Festival 2001, en collaboration avec le consulat canadien de cette ville. Les producteurs Niv Fichman (*Last Night*), Shan Tam (*Lunch with Charles*) et Claude Gagnon (*Winter Stories*), ainsi que le réalisateur Michael Parker (*Lunch with Charles*), ont participé au festival et au marché. Le Festival de télévision de Banff 2001 a été l'occasion d'une rencontre entre 27 producteurs de Singapour et 40 professionnels canadiens, tandis que le stand-ombrelle de Téléfilm à l'Asia Television Forum 2001, à Singapour, a accueilli sept entreprises canadiennes.



## SOMMET DU MONT-TREMBLANT 2001

En décembre 2001, Téléfilm Canada réunissait plus d'une centaine de représentants de l'industrie canadienne autour du thème « Les défis de demain ».

Tonya Lee Williams (The Publicity Group), Charles Bélanger, président de Téléfilm Canada, Guy DeRepentigny, directeur, politiques, planification et recherches, Shan Tam (Holiday Pictures Ltd.), Julia Keatley (Keatley Films Ltd.)



## NATIONAL SCREEN INSTITUTE FILMEXCHANGE

Charles Bélanger, président de Téléfilm Canada, Carole Vivier, anciennement du Manitoba Film & Sound, Dave Angus, président de la Chambre de commerce de Winnipeg



## PROJECTION DE MEN WITH BROOMS

Visionnement du film *Men With Brooms* à Ottawa en présence du très honorable Jean Chrétien, Premier ministre, de l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, de Richard Stursberg, directeur général de Téléfilm Canada, et de plus de 500 invités



## MIPTV 2002

Grâce à Téléfilm Canada et à ses partenaires, le pavillon du Canada est un centre d'affaires incontournable!



## FESTIVAL DE CANNES 2002

Atom Egoyan, réalisateur d'*Ararat*, présenté hors compétition et Richard Stursberg, directeur général de Téléfilm Canada

© JARIS/Contingent



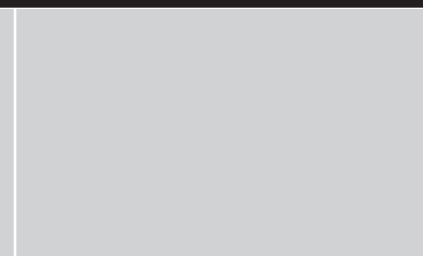
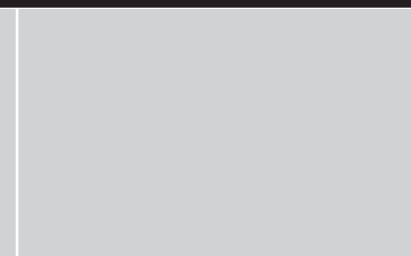
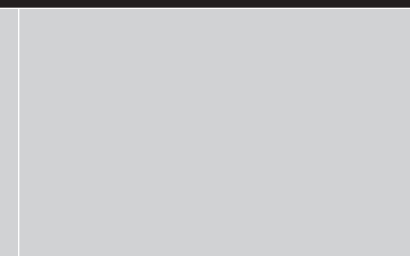
## IMMERSION EUROPE 2001

Les producteurs canadiens bénéficient grandement des immersions en Europe organisées par le bureau européen de Téléfilm Canada.

J.J. Lousberg (Film Council), Michael Schmetz (Film Board Berlin Brandenburg), Sheila de La Varenne (Téléfilm Canada/Europe), Gail Thomson (UMOC), Bill House (Alliance Atlantis), Diane Dubé (The Completion Guarantors (TSG) Inc.), Bryan Freeman (CBC International Sales), Valerie Creighton (Saskfilm and Video Development Corporation), Suzanne Laverdière (Société Radio-Canada)



Télévision



## Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets <sup>1</sup>	Devis totaux <sup>2</sup> en milliers de dollars	Téléfilm Canada en milliers de dollars
<b>Français</b>			
Production	115	149 986	33 937
Modifications – production <sup>3</sup>	–	–	315
<b>Sous-total</b>	<b>115</b>	<b>149 986</b>	<b>34 252</b>
Scénarisation et développement	81	5 116	1 517
Modifications – développement <sup>3</sup>	–	–	89
<b>Sous-total</b>	<b>81</b>	<b>5 116</b>	<b>1 606</b>
<b>Sous-total - français</b>	<b>196</b>	<b>155 103</b>	<b>35 857</b>
<b>Anglais</b>			
Production	178	312 958	68 277
Modifications – production <sup>3</sup>	–	–	(90)
<b>Sous-total</b>	<b>178</b>	<b>312 958</b>	<b>68 186</b>
Scénarisation et développement	162	7 297	2 848
Modifications – développement <sup>3</sup>	–	–	288
<b>Sous-total</b>	<b>162</b>	<b>7 297</b>	<b>3 136</b>
<b>Sous-total - anglais</b>	<b>340</b>	<b>320 254</b>	<b>71 323</b>
<b>Langues autochtones</b>			
Production	16	6 236	869
Modifications – production	–	–	–
<b>Sous-total</b>	<b>16</b>	<b>6 236</b>	<b>869</b>
Scénarisation et développement	9	347	154
Modifications – développement <sup>3</sup>	–	–	(4)
<b>Sous-total</b>	<b>9</b>	<b>347</b>	<b>150</b>
<b>Sous-total - langues autochtones</b>	<b>25</b>	<b>6 582</b>	<b>1 019</b>
<b>Total</b>	<b>561</b>	<b>481 939</b>	<b>108 199</b>

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du Fonds du long métrage du Canada.
2. Comprend les devis totaux des coproductions.
3. Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.

## Fonds canadien de télévision Programme de participation au capital

Le Fonds canadien de télévision (FCT) a pour mandat d'encourager la création et la diffusion d'émissions originales qui expriment la société canadienne dans toute sa diversité. Il renforce le rôle de la télévision comme médium essentiel de l'expression culturelle et fait en sorte que les Canadiens aient accès chaque année, aux heures de grande écoute, à des centaines d'histoires qui illustrent leur réalité, leur imaginaire et leurs rêves. Les émissions appuyées par le Fonds obtiennent de grands succès, dans toutes les régions du pays, de même qu'à l'étranger.



Financé conjointement par le gouvernement du Canada et les fournisseurs canadiens de services de câblodistribution et de services de diffusion directe par satellite, le Fonds canadien de télévision comprend le Programme de participation au capital et le Programme de distribution des PME qui sont administrés par Téléfilm Canada, de même que le Programme de droits de diffusion et le Fonds de promotion des émissions canadiennes qui sont administrés par le FCT.

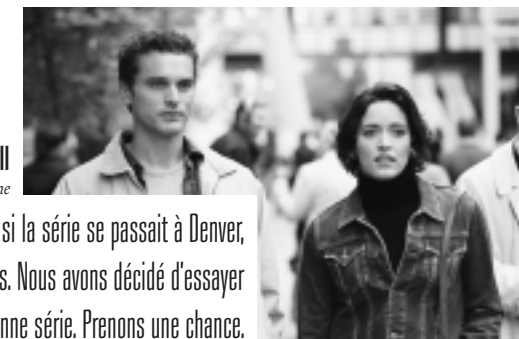
### Programme de participation au capital

Par l'entremise du Programme de participation au capital (PPC), Téléfilm appuie la production d'émissions de télévision et de longs métrages, de même que le développement et la scénarisation de nouveaux projets pour la télévision.

Par ailleurs, le PPC administre l'enveloppe du FCT consacrée au développement et à la productions de projets en langues autochtones.

### Jordy Randall

Producteur, *Tom Stone*



« On nous avait dit que si la série se passait à Denver, toutes nos pré-ventes seraient réglées. Nous avons décidé d'essayer une autre stratégie : faisons une bonne série. Prenons une chance. Faisons quelque chose qui ne ressemble à rien d'autre. » *Globe and Mail*, 19 février 2002

### Un record de 561 projets, 1240,5 heures de production

En 2001-2002, le PPC a appuyé un record de 561 projets, soit 20 % de plus que pendant l'exercice précédent et 82 % de plus qu'il y a cinq ans. L'un des objectifs du PPC est d'offrir aux auditoires canadiens une grande diversité de projets, tant sur le plan des catégories et des sujets que de la provenance régionale.

Pour mettre en œuvre ces projets, les producteurs canadiens ont réuni des budgets totaux de 481,9 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, soit une somme de 9,1 millions de dollars.

Cette activité record s'est traduite par 1 240,5 heures de production destinées aux période de grande écoute, soit une augmentation de 15 % par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse a touché la production en français comme en anglais, et les catégories des émissions pour enfants, des documentaires et des émissions de variétés.





**Michel D'Astous**  
Scénariste, *Tabou*

« Souvent la télévision mise sur l'action et sur l'anecdote. Avec *Tabou* nous avons voulu faire quelque chose de très intime, des gros plans de personnages, aller en profondeur. Il s'agit de la quête d'un couple, des gens ordinaires qui vivent une situation extraordinaire. »

*Le Devoir*, 23 février 2002

**Scénarisation et développement**

Le PPC a appuyé la scénarisation et le développement de 252 projets télévisuels, comparativement à 213 en 2000-2001. Sa contribution représente 35 % des devis.

La répartition linguistique est la suivante : 34 % des ressources ont été accordées à des projets en français, 63 % à des projets en anglais et 3 % à des projets en langues autochtones.

En ce qui concerne les catégories d'émissions, les dramatiques ont reçu 52 % des avances; les documentaires, 37 %; les émissions pour enfants, 9 %; et les émissions de variétés et des arts de la scène, 2 %.



**100 DAYS IN THE JUNGLE**  
Imagination Film and Television Film Productions Inc./Sextant Entertainment Group, Inc.

**CEUX QUI ATTENDENT**  
Productions Phare-Est/Studio documentaire Acadie (Office national du film du Canada)

**Production : un large éventail de genres et de sujets**

En ce qui concerne la télévision (excluant les longs métrages et les projets de langues autochtones), 58 % des investissements du PPC ont été consacrés aux dramatiques, 22 % aux documentaires, 17 % aux émissions pour enfants et 3 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.



**Wayne Grigsby**

Scénariste, producteur, producteur exécutif, *Trudeau*

« Devant cet homme, le pays s'exclamait d'admiration. Il fallait donc faire un film devant lequel le pays s'exclamerait d'admiration. »

*The Gazette*, 30 mars 2002

L'industrie du documentaire continue de s'affirmer : 192 documentaires ont été produits cette année, comparativement à 151 l'année précédente et 110 il y a deux ans. Parallèlement, le nombre d'heures de documentaire a augmenté de 40 % pour la deuxième année consécutive.

On observe un phénomène similaire du côté des émissions pour enfants, dont le nombre de projets a augmenté de 38 % et les heures de diffusion, de 28 %.

**Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital**  
**Analyse de la participation financière**

Production seulement – nouveaux contrats signés

Catégories	Nombre de projets <sup>1</sup>	Heures de production	Devis totaux	Devis <sup>2</sup>	FCT – Programme de participation au capital		Fonds du long métrage du Canada		Téléfilm Canada Autres fonds (PPRP)		FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
					en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
<b>Français</b>																						
Dramatiques	21	136,0	62 379	62 379	17 477	28,0	–	0,0	–	0,0	12 878	20,6	16 204	26,0	1 442	2,3	140	0,2	14 238	22,8	–	0,0
Variétés	8	27,0	6 049	6 049	1 458	24,1	–	0,0	–	0,0	586	9,7	1 712	28,3	917	15,2	–	0,0	1 316	21,8	60	1,0
Enfants	12	258,8	29 240	29 240	4 225	14,4	–	0,0	–	0,0	5 669	19,4	11 670	39,9	803	2,7	242	0,8	6 587	22,5	45	0,2
Documentaires	71	208,5	42 813	42 452	8 534	20,1	–	0,0	–	0,0	8 136	19,2	10 943	25,8	1 738	4,1	272	0,6	12 116	28,5	713	1,7
Longs métrages	3	4,9	9 505	9 505	2 242	23,6	378	4,0	200	2,1	500	5,3	660	6,9	808	8,5	1 000	10,5	3 103	32,6	614	6,5
<b>Sous-total</b>	<b>115</b>	<b>635,2</b>	<b>149 986</b>	<b>149 625</b>	<b>33 937</b>	<b>22,7</b>	<b>378</b>	<b>0,3</b>	<b>200</b>	<b>0,1</b>	<b>27 768</b>	<b>18,6</b>	<b>41 189</b>	<b>27,5</b>	<b>5 708</b>	<b>3,8</b>	<b>1 653</b>	<b>1,1</b>	<b>37 361</b>	<b>25,0</b>	<b>1 432</b>	<b>1,0</b>
<b>Anglais</b>																						
Dramatiques	31	170,0	165 405	161 629	37 694	23,3	–	0,0	200	0,1	29 660	18,4	39 168	24,2	17 252	10,7	13 723	8,5	21 275	13,2	2 658	1,6
Variétés	5	5,8	5 161	5 161	1 565	30,3	–	0,0	–	0,0	925	17,9	1 223	23,7	623	12,1	138	2,7	462	9,0	225	4,4
Enfants	17	108,0	70 612	65 676	11 558	17,6	–	0,0	319	0,5	8 413	12,8	12 206	18,6	11 714	17,8	6 011	9,2	8 815	13,4	6 639	10,1
Documentaires	121	240,9	57 985	57 985	12 685	21,9	–	0,0	10	0,0	9 490	16,4	19 351	33,4	4 153	7,2	805	1,4	9 879	17,0	1 612	2,8
Longs métrages	4	7,0	13 795	13 795	4 776	34,6	630	4,6	–	0,0	1 294	9,4	630	4,6	1 597	11,6	1 325	9,6	2 839	20,6	705	5,1
<b>Sous-total</b>	<b>178</b>	<b>531,7</b>	<b>312 957</b>	<b>304 246</b>	<b>68 277</b>	<b>22,4</b>	<b>630</b>	<b>0,2</b>	<b>529</b>	<b>0,2</b>	<b>49 783</b>	<b>16,4</b>	<b>72 578</b>	<b>23,9</b>	<b>35 339</b>	<b>11,6</b>	<b>22 001</b>	<b>7,2</b>	<b>43 271</b>	<b>14,2</b>	<b>11 838</b>	<b>3,9</b>
<b>Langues autochtones</b>	<b>16</b>	<b>73,6</b>	<b>6 236</b>	<b>6 235</b>	<b>869</b>	<b>13,9</b>	<b>–</b>	<b>0,0</b>	<b>–</b>	<b>0,0</b>	<b>1 704</b>	<b>27,3</b>	<b>1 321</b>	<b>21,2</b>	<b>661</b>	<b>10,6</b>	<b>–</b>	<b>0,0</b>	<b>1 680</b>	<b>26,9</b>	<b>–</b>	<b>0,0</b>
<b>Total</b>	<b>309</b>	<b>1 240,5</b>	<b>469 179</b>	<b>460 105</b>	<b>103 082</b>	<b>22,4</b>	<b>1 008</b>	<b>0,2</b>	<b>729</b>	<b>0,2</b>	<b>79 255</b>	<b>17,2</b>	<b>115 088</b>	<b>25,0</b>	<b>41 708</b>	<b>9,1</b>	<b>23 655</b>	<b>5,1</b>	<b>82 311</b>	<b>17,9</b>	<b>13 270</b>	<b>2,9</b>

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada.  
2. Ne comprend pas la part étrangère (9 073 193 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

[Liste des tableaux complémentaires](#)



**Téléfilm s'associe à un vaste réseau de partenaires**

La contribution du PPC, qui s'élève cette année à 22,4 % des devis, est essentielle à la mise en œuvre des projets. Comme on peut le voir dans le tableau sur l'Analyse de la participation financière, l'apport d'autres Fonds de la Société et du Programme de droits de diffusion porte la contribution totale de Téléfilm et du Fonds canadien de télévision à 40 % des devis de production, une augmentation par rapport à 36,8 % l'année précédente.



THE RINGS OF SATURN  
Mossanen  
Productions

Dans l'ensemble, le PPC a alloué 34 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 66 % à des projets destinés aux autres entreprises de télédiffusion.

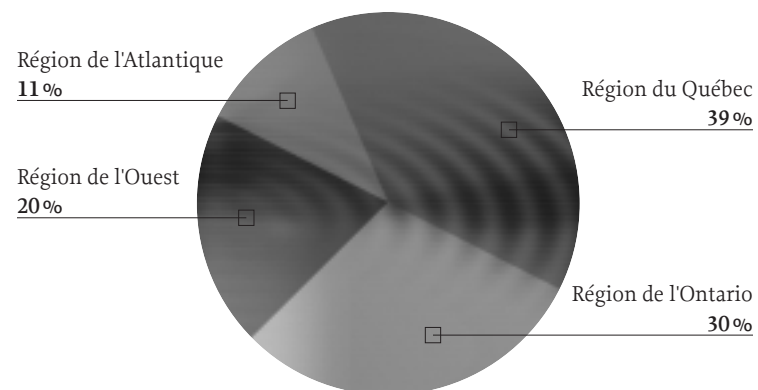
Comme chaque année, les entreprises de télédiffusion, le secteur privé (producteurs, services, fonds et investissements privés), les distributeurs canadiens, les autres sources gouvernementales et les participants étrangers ont grandement contribué à la vitalité de l'industrie canadienne de la télévision.

La contribution des entreprises de télédiffusion continue de croître et représente cette année 25 % des devis de production. Elle a été proportionnellement plus importante pour les documentaires et les émissions pour enfants.

Par ailleurs, l'apport des autres sources gouvernementales (organismes fédéraux et provinciaux) a augmenté de 10 % sous la forme de crédits d'impôt et d'investissements, ce qui s'est traduit par une production plus importante à Terre-Neuve, en Nouvelle-Écosse, au Québec, en Saskatchewan et en Alberta.

**Répartition régionale des ressources**

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



**Répartition linguistique**

La Société encourage équitablement le développement et la production de projets en français (33 % de ses engagements), en anglais (66 %) et en langues autochtones (1 %).

Téléfilm a accordé 15 % de ses investissements à des projets en situation linguistique minoritaire. Elle a ainsi consacré 15,7 millions de dollars à 82 projets, soit près du double de l'exercice précédent. Quarante-six projets produits en anglais au Québec ont reçu une somme de 11,2 millions de dollars, tandis que 36 projets en français issus du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario, du Manitoba, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont reçu une somme de 4,5 millions de dollars.



DA VINCI'S INQUEST  
Haddock  
Entertainment/  
Barna Alper  
Productions Inc.



UN HOMME ET SON PÉCHÉ  
Cité-Américaine

**Longs métrages : sept projets de production**

Le PPC administre la moitié de l'enveloppe du Fonds canadien de télévision consacrée aux longs métrages, soit 7,5 millions de dollars. En 2001-2002, le PPC a appuyé la production de sept longs métrages dont quatre de Montréal, *Un homme et son péché* de Charles Binamé, *The Book of Eve* de Claude Fournier, *Le Piège d'Issoudun* de Micheline Lanctôt et *Le Goût des jeunes filles* de John L'Écuyer. Un projet est issu de Vancouver, *The Burial Society* de Nicholas Raczy, un autre vient de Toronto, *Long Life, Happiness and Prosperity* de Mina Shum, tandis que *Marion Bridge* de Wiebke Von Carolsfeld a été produit à Halifax.

Mentionnons par ailleurs que le Fonds du long métrage du Canada, auquel est consacré le chapitre suivant du rapport annuel, a donné le coup d'envoi à la production de 54 longs métrages par l'entremise des Programmes de développement, de production et de mise en marché, du Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget et de mini-traités avec la France.



Linda Schuyler

Co-créatrice, productrice, productrice exécutive,  
*Degrassi: The Next Generation*

« Le défi des nouveaux épisodes de *Degrassi* était donc de rester fidèle à la vérité émotionnelle des années d'adolescence, tout en reflétant les grandes influences de la technologie sur la vie de ces jeunes gens. » *Globe and Mail*, 13 mars 2002

**Coproduction**

En 2001-2002, le PPC a participé au financement de 16 coproductions, y investissant une somme de 9,5 millions de dollars. Douze de ces œuvres sont des coproductions majoritaires du Canada. Les principaux pays partenaires sont le Royaume-Uni et la France, mais des coproductions ont aussi été réalisées avec l'Irlande, la Chine, Singapour, l'Autriche et le Danemark.

Les devis totaux de ces coproductions s'élèvent à 59,5 millions de dollars. La part canadienne est de 38,9 millions et le PPC a assumé 23 % de ce montant.



GIRLSTUFF BOYSTUFF  
Decode  
Entertainment Inc./  
Agogo  
Entertainment Ltd.  
(Hong Kong)  
Alumis  
Entertainment Ltd.  
(Royaume-Uni)

Longs métrages

---

--	--	--

## Fonds du long métrage du Canada

Contrats signés

	Nombre de projets <sup>1</sup>	Devis <sup>2</sup> totaux en milliers de dollars	Téléfilm Canada Engagements totaux <sup>3</sup> en milliers de dollars
<b>Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché</b>			
Développement	106	6 252	2 718
Modifications – développement	–	–	1 154
<b>Sous-total</b>	<b>106</b>	<b>6 252</b>	<b>3 873</b>
Production	37	213 885	37 227
Modifications – production	–	–	(811)
<b>Sous-total</b>	<b>37</b>	<b>213 885</b>	<b>36 416</b>
<b>Mise en marché (débours)</b>			
Acquisition de longs métrages canadiens	41	10 277	4 699
Mise en marché de longs métrages canadiens	41	10 430	5 001
Modifications – mise en marché	–	–	1 762
<b>Sous-total</b>	<b>82</b>	<b>20 707</b>	<b>11 462</b>
Mini-traités avec la France	6	26 205	1 145
<b>Total</b>	<b>231</b>	<b>267 049</b>	<b>52 896</b>
<b>Programmes d'aide aux activités complémentaires</b>			
Subventions à des activités de promotion	2	8 087	350
Réseaux parallèles de distribution	15	5 805	476
Festivals canadiens	36	27 549	1 686
Doublage et sous-titrage (salles)	12	583	454
Participation aux marchés étrangers	–	–	87
Participation aux festivals étrangers	–	–	775
Publicité et publications	–	–	234
Autres	–	–	48
Modifications – activités complémentaires	–	–	533
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>42 024</b>	<b>4 643</b>
<b>Programme d'aide à l'écriture de scénarios</b>	<b>146</b>	<b>1 939</b>	<b>1 939</b>
Modifications – aide à l'écriture de scénarios	–	–	86
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>1 939</b>	<b>2 025</b>
<b>Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget</b>	<b>12</b>	<b>6 735</b>	<b>2 010</b>
Modifications – longs métrages à petit budget	–	–	50
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>6 735</b>	<b>2 060</b>
<b>Total</b>	<b>454</b>	<b>317 747</b>	<b>61 623</b>

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.

2. Comprend les devis totaux des coproductions.

3. Incluent les modifications aux engagements des exercices précédents.

## Le Fonds du long métrage du Canada

Entré en vigueur en avril 2001, le Fonds du long métrage du Canada (FLMC) est la pierre angulaire de la nouvelle Politique canadienne du long métrage. Le FLMC augmente et recentre l'appui public en privilégiant une approche intégrée, selon un mode de financement qui couvre tous les volets d'activité de l'industrie du cinéma, de la scénarisation des projets à leur promotion internationale.

Le FLMC prend la relève du Fonds de financement de longs métrages, du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages et d'autres programmes complémentaires d'appui à l'industrie du cinéma qui étaient administrés par Téléfilm Canada. Le nouveau Fonds est axé sur la performance. Son objectif principal est d'augmenter les auditoires des longs métrages canadiens de sorte que la part de marché de notre cinéma s'établisse à 5 % des recettes-guichet au pays en 2006.



Au cours de sa première année d'implantation, le Fonds a soutenu les scénaristes, les réalisateurs, les producteurs et les distributeurs canadiens de longs métrages grâce à des programmes et à des outils financiers taillés sur mesure. C'est ainsi qu'ont été produits des longs métrages de grande qualité, bénéficiant de devis moyens plus élevés et d'une meilleure mise en marché. Par ailleurs, la Société a raffiné ses stratégies d'appui aux festivals et marchés pour que ces événements contribuent à rapprocher les créateurs de leur public.

### Budget de l'exercice et engagements

La Politique canadienne du long métrage a doublé les ressources disponibles pour notre cinéma, les portant à 100 millions de dollars. Si l'on exclut l'enveloppe du Fonds canadien de télévision destinée au long métrage, soit 15 millions de dollars – dont la moitié est administrée par Téléfilm dans le Programme de participation au capital –, de même que des fonds de près de 5 millions de dollars administrés par d'autres organismes que Téléfilm, le budget du Fonds du long métrage du Canada s'élève à près de 80 millions de dollars. Cette somme inclut les dépenses administratives liées à la prestation des programmes.

David Cronenberg  
Réalisateur, *Spider*

« J'ai intégré [dans mon œuvre] de nombreuses influences cinématographiques du monde entier, mais je considère que mes films sont avant tout fondamentalement canadiens, guidés en dernier lieu par ma vision personnelle de l'âme canadienne. »

*Les Cahiers du cinéma*, mai 2001



Le FLMC a quatre composantes. Les engagements de l'exercice ont été les suivants :

- Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché, aussi appelés « Programme principal », qui comprennent un volet fondé sur la performance et un volet sélectif : 52,9 millions de dollars;
- Programme d'aide à l'écriture de scénarios : 2 millions de dollars;
- Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget : 2,1 millions de dollars; et
- Programmes d'aide aux activités complémentaires : 4,6 millions de dollars.







THE BAY OF LOVE AND SORROWS  
The Bay of Love Inc./  
Second Wave Productions Inc.

En cette première année du Fonds, et pour faciliter la transition du Fonds de financement de longs métrages au FLMC, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada ont convenu de faire preuve de souplesse dans la gestion des deux volets du Programme principal. Ainsi, les producteurs qui bénéficiaient d'une enveloppe fondée sur la performance ont pu en prévoir l'utilisation sur plus d'un exercice, ce qui explique en partie que les ressources disponibles en 2001-2002 n'aient pas été entièrement engagées. Les engagements totaux de l'exercice se sont élevés à 61,6 millions de dollars. Le Conseil du Trésor a accepté, exceptionnellement, que des crédits parlementaires de près de 20 millions de dollars soient reportés pour des projets des prochains exercices financiers.

### Fonds du long métrage du Canada Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché

Contrats signés

	Volet fondé sur la performance		Volet sélectif		Total des deux volets	
	Téléfilm Canada Engagements totaux en milliers de dollars	Téléfilm Canada Engagements totaux en milliers de dollars	Nombre de projets <sup>1</sup> en milliers de dollars	Devis totaux <sup>2</sup> en milliers de dollars	Engagements totaux <sup>3</sup> en milliers de dollars	Engagements totaux <sup>3</sup> en milliers de dollars
<b>Développement</b>						
Français	409	424	28	2158	833	
Modifications aux projets des années précédentes <sup>4</sup>	229	223	–	–	452	
Anglais	462	1423	78	4095	1885	
Modifications aux projets des années précédentes <sup>4</sup>	209	493	–	–	703	
<b>Sous-total</b>	<b>1310</b>	<b>2563</b>	<b>106</b>	<b>6253</b>	<b>3873</b>	
<b>Production</b>						
Français	5900	7161	14	59874	13061	
Modifications aux projets des années précédentes <sup>4</sup>	–	240	–	–	240	
Anglais	8825	15341	23	154011	24166	
Modifications aux projets des années précédentes <sup>4</sup>	449	(1500)	–	–	(1051)	
<b>Sous-total</b>	<b>15174</b>	<b>21242</b>	<b>37</b>	<b>213885</b>	<b>36416</b>	
<b>Mise en marché</b>						
Français	8463	1236	82	20707	9700	
Modifications aux projets des années précédentes <sup>3</sup>	1740	23	–	–	1762	
<b>Sous-total</b>	<b>10203</b>	<b>1259</b>	<b>82</b>	<b>20707</b>	<b>11462</b>	
<b>Total</b>	<b>26687</b>	<b>25064</b>	<b>225</b>	<b>240844</b>	<b>51751</b>	

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.
2. Comprend les devis totaux des coproductions.
3. Le total exclut 1,1 million de dollars alloués par l'entremise de mini-traités de coproduction avec la France.
4. Les modifications incluent les diminutions aux engagements des exercices précédents.



#### Rock Demers

Producteur, Regina

« J'ai décidé que je voulais faire des films qui donneraient aux jeunes le goût de mordre dans la vie. » *The Gazette*, 8 juin 2002

### PROGRAMMES D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT, À LA PRODUCTION ET À LA MISE EN MARCHÉ

Dans le cadre de ces programmes, le FLMC accorde son appui par l'entremise de deux volets : un volet fondé sur la performance et un volet sélectif.

#### 1) Attribution des ressources : volet fondé sur la performance et volet sélectif

##### Résultats généraux

Le volet fondé sur la performance accorde des enveloppes aux entreprises qui ont une bonne feuille de route en matière de recettes-guichet au pays. En 2001-2002, 39 entreprises de production et de distribution ont eu accès à des enveloppes qu'elles pouvaient utiliser pour des projets de leur choix, en fonction de leur intérêts et de leur évaluation du marché.

Le volet sélectif assure que d'autres entreprises puissent avoir accès au Fonds et contribuent à la diversité et au succès de notre cinéma. La sélection se fait sur une base comparative et prend en compte les aspects créatifs et financiers, l'équipe de production, la récupération des investissements de Téléfilm, le potentiel sur le plan des auditoriums et le développement de l'entreprise requérante.

TURNING PAGE  
CHAOS a film  
company inc/  
At Shepherd Park  
Productions Inc.



Au total, les deux volets de ces programmes ont contribué au financement de :

- 106 nouveaux projets de développement (29 dans le volet performance, 75 dans le volet sélectif et deux par l'entremise des deux volets);
- 37 nouvelles productions (cinq dans le volet fondé sur la performance, 14 dans le volet sélectif et 18 par l'entremise des deux volets);
- 82 nouveaux projets de distribution et de mise en marché de longs métrages (53 dans le volet performance, 27 dans le volet sélectif et deux par l'entremise des deux volets).



QUÉBEC-MONTREAL  
Go Films

#### Développement et production

Par l'entremise du volet fondé sur la performance et du volet sélectif, le FLMC a engagé une somme de 40,3 millions de dollars en production et en développement. La répartition linguistique des engagements démontre que 36 % des ressources ont été allouées à des projets en français et 64 % à des projets en anglais. Ces résultats sont conformes au protocole d'entente du Fonds qui précisait qu'au moins le tiers des ressources en développement et production seraient consacrées aux projets en français.

De cette somme de 40,3 millions de dollars, 41 % a été alloué sous forme d'enveloppes à la performance et 59 % par le volet sélectif. L'objectif fixé par le protocole d'entente pour l'exercice était de 50/50. Téléfilm a fait preuve de souplesse en permettant aux entreprises qui bénéficiaient d'une enveloppe fondée sur la performance de reporter une partie de celle-ci pour des projets futurs.

**Rodrigue Jean**Scénariste, réalisateur,  
producteur exécutif, *Yellowknife*

« J'ai le sentiment que mon cinéma s'inspire  
directement de la vie, qu'il recherche  
une vérité à travers les personnages. »

*Progrès-Dimanche*, 10 mars 2002

Les deux volets ont assuré la création d'un éventail d'histoires diversifiées et d'une grande qualité. Parmi les projets appuyés, certains, comme *Men With Brooms* de Paul Gross et *La Mystérieuse Mademoiselle C.* de Richard Ciupka, ont déjà conquis le public canadien, tandis que *Ararat* d'Atom Egoyan et *Spider* de David Cronenberg ont été invités au Festival de Cannes 2002. Au palmarès de l'exercice figurent aussi des réalisateurs renommés comme Deepa Mehta (*Bollywood/Hollywood*), Claude Fournier (*The Book of Eve*) et Robert Morin (*Le Nèg*), de même que des jeunes réalisateurs prometteurs, tels Sébastien Rose (*Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause*), Kim Nguyen (*Le Marais*), Katie Tallo (*Posers*) et Manon Briand (*La Turbulence des fluides*), qui signe un deuxième long métrage, une coproduction avec la France.

BOLLYWOOD/HOLLYWOOD  
Bollywood/Hollywood  
Productions**Mise en marché**

Une somme de 10,2 millions de dollars a été déboursée dans le volet fondé sur la performance (89 %) et près de 1,3 million de dollars (11 %) ont été déboursés dans le volet sélectif. Il faut noter qu'à la demande des distributeurs, Téléfilm a accepté de maintenir une enveloppe minimale de 500 000 \$ pour les distributeurs qui avaient une marge de crédit dans l'ancien Fonds d'aide à la distribution de longs métrages en 1999-2000. Ces enveloppes ont été financées à même le volet sélectif.

**2) Analyse des résultats de l'exercice****Développement et production**

Le FLMC apparaît particulièrement performant. En ce qui concerne la production proprement dite, il a appuyé 37 longs métrages, comparativement à une moyenne de 26 pour les trois dernières années du Fonds de financement de longs métrages. La contribution de cette année, 37,2 millions de dollars, représente presque le double de la moyenne des trois dernières années, qui était de 18,9 millions de dollars. Le FLMC a assumé 20 % des devis de production, qui représentaient 188,8 millions de dollars. Ce pourcentage est peu élevé en raison de coproductions à devis élevé dont la Société a assumé un faible pourcentage afin de respecter le plafond de 2,5 millions de dollars établi pour les projets du volet sélectif. Ainsi, la Société a assumé 7 % du devis de *Spider* et 13 % du devis de *Between Strangers*, devis qui s'élevaient au total à 30 millions de dollars.

WILD DOGS  
inX communications Inc./  
Atom Films Ltd.  
(Royaume-Uni)

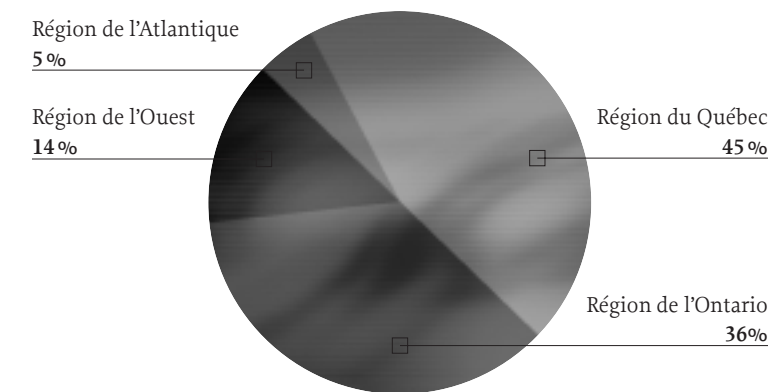
Le devis moyen des longs métrages de l'exercice est de 5 millions de dollars, soit 3,3 millions de dollars en français et 6,3 millions de dollars en anglais. Il s'agit d'une augmentation importante par rapport aux trois dernières années du Fonds de financement de longs métrages, alors que le devis moyen était de 3 millions de dollars. Il faut toutefois pondérer les résultats de 2001-2002, qui sont liés en partie à des coproductions à budget élevé. Quinze des 37 longs métrages de l'exercice sont des coproductions : neuf coproductions sont des majoritaires canadiennes, cinq sont des minoritaires canadiennes, tandis que la dernière coproduction est une contribution à part égale des coproducteurs.

Le programme a également donné son aval au développement de 106 projets de longs métrages, soit une augmentation de 3 % par rapport à la moyenne des trois derniers exercices du Fonds de financement de longs métrages. Le FLMC a assumé 43 % des devis des projets de l'exercice, le développement de projets étant, pour les producteurs, une activité à haut risque, mais aussi une activité d'une grande importance puisqu'elle assure le renouvellement de notre cinéma.

Les 143 projets de production et de développement de l'exercice illustrent la créativité de toutes les régions canadiennes.

**Répartition régionale des ressources**

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

**Mise en marché**

Par l'entremise de ce programme, le FLMC a appuyé les activités des entreprises de distribution pour une somme de 11,5 millions de dollars, soit approximativement le même montant que pendant les exercices précédents.

À la demande des distributeurs, Téléfilm a accepté de considérer l'exercice 2001-2002 comme une année de transition entre une pratique axée sur l'acquisition de droits (contribution aux minimums garantis aux producteurs) et l'objectif du FLMC, soit l'utilisation des ressources pour la mise en marché des produits seulement, le Fonds visant une augmentation des auditoires canadiens. Les résultats de l'exercice démontrent que 49 % des ressources ont été utilisées pour l'acquisition de droits de distribution et 51 % pour la mise en marché de longs métrages.

**Fonds du long métrage du Canada****Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché – production seulement****Analyse de la participation financière**

Contrats signés

	Nombre de projets <sup>1</sup>	Devis totaux en milliers de dollars	Devis <sup>2</sup> en milliers de dollars	Fonds du long métrage du Canada		FCT – Programme de participation au capital		Téléfilm Canada Autres Fonds (Mini-traités et PPRP)		Distributeurs		Secteur privé		Autres sources gouvernementales		Entreprises de télédiffusion		Participants étrangers	
				en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
<b>Français</b>	14	59 874	43 410	13 061	30,1	142	0,3	1 005	2,3	4 951	11,4	4 027	9,3	17 412	40,1	975	2,2	1 837	4,2
<b>Anglais</b>	23	154 011	145 433	24 166	16,6	2 668	1,8	–	0,0	27 933	19,2	20 652	14,2	21 234	14,6	3 182	2,2	45 598	31,4
<b>Total</b>	37	213 885	188 843	37 227	19,7	2 810	1,5	1 005	0,5	32 884	17,4	24 678	13,1	38 646	20,5	4 157	2,2	47 435	25,1

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

2. Ne comprend pas la part étrangère (25 041 810 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

**Liste des tableaux complémentaires**





### Robert Lantos

Producteur, *Men With Brooms*

« Nous [Paul Gross et moi-même] parlions depuis longtemps de faire un film qui serait drôle, agréable, et qui serait véritablement canadien dans le sens amusant du terme. Un peu comme *Due South* était amusant. Je crois que nous avons pensé à tout dans ce film. »

*Globe & Mail*, février 2002

Il faut souligner que de réels efforts ont été faits pour améliorer la mise en marché des longs métrages. En 2001-2002, la contribution du FLMC à cet effet a été de plus de 5 millions de dollars et le devis moyen des activités de mise en marché des longs métrages a été de 244 000 \$. Le FLMC vise un devis moyen de mise en marché de 500 000 \$.

### PROGRAMMES D'AIDE AUX ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

Les activités complémentaires contribuent à l'augmentation des auditorios au pays et à l'étranger. En 2001-2002, le FLMC a consacré 4,6 millions de dollars à des activités de mise en valeur de notre cinéma.

#### Festivals et événements canadiens

Le FLMC a appuyé cette année 36 festivals, dont le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival international du film de Vancouver et le Festival du film de l'Atlantique, de même que des festivals régionaux, des festivals pour enfants, des festivals qui illustrent la diversité canadienne et des festivals qui stimulent les relations d'affaires. Les principes directeurs de l'aide aux festivals canadiens ont été révisés pour assurer une place de choix au cinéma canadien et améliorer sa visibilité et sa promotion. Il faut mentionner que le FLMC appuie aussi des activités comme le gala des prix Génie et le gala des prix Jutra.

#### Participation aux festivals et marchés étrangers

En participant aux festivals et aux marchés du film à l'étranger, Téléfilm assure à notre cinéma le rayonnement qu'il mérite et stimule les partenariats internationaux. La Société est présente aux festivals de Berlin et de Cannes, et contribue à la participation canadienne à l'Independent Film Market de New York et au Sundance Film Festival de Salt Lake City. Téléfilm a par ailleurs publié des catalogues et des brochures qui contribuent à la promotion de l'industrie et des produits canadiens dans les événements internationaux.

#### Doublage et sous-titrage

En 2001-2002, 12 longs métrages ont été doublés ou sous-titrés dans l'autre langue officielle du pays. Le doublage et le sous-titrage favorisent une meilleure circulation des longs métrages canadiens dans les deux marchés linguistiques au pays et dans les marchés étrangers.

#### Réseaux parallèles de distribution

Une dizaine de longs métrages ont bénéficié d'une aide particulière à la distribution au cours de l'exercice et cela, en dehors des grands circuits d'exploitation. Le FLMC a aussi appuyé des activités d'organismes qui se déplacent en dehors des principaux centres urbains, comme Film Circuit à Toronto, Moving Pictures à Vancouver et Réseau Plus à Montréal.



FLOWER & GARNET  
Ministry  
of Extreme  
Circumstances  
Films Inc.

### PROGRAMME D'AIDE AUX LONGS MÉTRAGES INDÉPENDANTS À PETIT BUDGET

Ce programme offre aux réalisateurs la possibilité de créer des longs métrages dont ils sont les maîtres d'œuvre puisqu'ils en contrôlent les aspects créatifs et le montage. En 2001-2002, 12 longs métrages ont reçu l'appui du programme, dont neuf en production et trois en post-production. Conformément à la politique en vigueur, les devis s'échelonnaient entre 300 000 \$ et 750 000 \$, le devis moyen par projet étant de 560 000 \$.

La contribution de la Société s'est élevée à 30 % des devis, les autres sources de financement étant le secteur privé et les fonds privés, 36 %; les crédits d'impôt et les investissements gouvernementaux, 21 %; les distributeurs, 3 %; les diffuseurs, 5 %; et les commanditaires, 5 %.

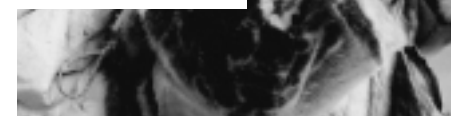
Téléfilm a accordé 30 % de ses investissements à des projets en français et 70 % à des projets en anglais. La Société vise la répartition suivante : un tiers pour les projets en français et deux tiers pour les projets en anglais. Cet équilibre devrait être atteint en 2002-2003.

### Norman Cohn

Producteur, *Atanarjuat (L'Homme rapide)*

« Zacharias dit souvent que nous ouvrons des pistes. La première personne qui ouvre une piste rend les choses un peu plus faciles pour ceux qui suivent. Alors nous avons l'impression d'avoir ouvert une piste. »

*Toronto Sun*, 21 mai 2001



Ce programme encourage des cinéastes de toutes les régions : la Société a alloué 40 % des ressources à des projets du Québec, 30 % à des projets de l'Ontario, 20 % à des projets de l'Ouest et 10 % à des projets de l'Atlantique.

Les longs métrages appuyés par le programme contribuent déjà à la renommée de notre cinéma : *On Their Knees* a été présenté au Festival international du film de Toronto et au ReelWorld Film Festival, *Corpus Callosum* aux festivals internationaux de Berlin et de Rotterdam, *Looking for Leonard* à South by Southwest à Austin, et *Fubar* à Sundance.

LONG LIFE, HAPPINESS AND PROSPERITY  
Shattabery Films/  
Massey Productions



LOOKING FOR LEONARD  
Frustrated Films Inc.

### PROGRAMME D'AIDE À L'ÉCRITURE DE SCÉNARIOS

Ce programme encourage les scénaristes confirmés à poursuivre leur carrière et facilite l'émergence d'une nouvelle génération de conteurs. En 2001-2002, les critères d'admissibilité du programme ont été élargis pour inclure les créateurs qui ont à leur actif des crédits pour des courts métrages de fiction et des documentaires d'opinion.

Les résultats de l'exercice sont très positifs puisque 146 projets de longs métrages ont reçu l'aval du programme, dont 104 pour la phase du scénario à scénario et 42 pour la phase de la première version dialoguée. Ces projets ont été choisis par un jury francophone et un jury anglophone composés de scénaristes, de réalisateurs et de distributeurs. La contribution maximale de la Société est de 10 500 \$ pour la première phase des projets et de 14 500 \$ pour la deuxième phase. La moyenne de l'exercice a été de 13 000 \$ par projet.

La répartition régionale est la suivante : Québec, 46 %; Ontario, 37 %; région de l'Ouest, 15 %; et région de l'Atlantique, 2 %. Quant à la répartition linguistique, elle indique que 36 % des ressources ont été allouées à des projets en français et 64 % à des projets en anglais. Le prochain exercice s'annonce prometteur puisque l'admissibilité au programme a été élargie aux auteurs de théâtre professionnels. Des scénaristes de tous les horizons culturels auront ainsi accès au programme.



# Nouveaux médias

--	--	--

## Fonds des nouveaux médias du Canada

Contrats signés

	Nombre de projets	Devis en milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada <sup>1</sup> en milliers de dollars
<b>Aide aux produits</b>			
Pré-développement			
Français	7	444	156
Anglais	6	315	201
<b>Sous-total</b>	<b>13</b>	<b>759</b>	<b>356</b>
Développement			
Français	5	780	301
Anglais	22	2743	946
<b>Sous-total</b>	<b>27</b>	<b>3524</b>	<b>1248</b>
Production			
Français	9	5600	1586
Anglais	20	12494	3711
<b>Sous-total</b>	<b>29</b>	<b>18094</b>	<b>5297</b>
Marketing			
Français	11	1678	759
Anglais	17	2906	1329
<b>Sous-total</b>	<b>28</b>	<b>4584</b>	<b>2088</b>
<b>Sous-total - Aide aux produits</b>	<b>97</b>	<b>26961</b>	<b>8990</b>
<b>Aide à la distribution</b>			
Mise en marché			
Français	—	—	—
Anglais	1	137	66
<b>Sous-total - Aide à la distribution</b>	<b>1</b>	<b>137</b>	<b>66</b>
<b>Aide au développement sectoriel</b>			
Développement sectoriel			
Écoles de formation	2	2218	275
Festivals et marchés canadiens	1	46	10
Participation aux marchés étrangers	—	—	565
Publicité, promotion et publications	—	—	41
<b>Sous-total - Aide au développement sectoriel</b>	<b>9</b>	<b>9110</b>	<b>1038</b>
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>36208</b>	<b>10094</b>

1. Inclut les modifications aux engagements des exercices précédents.

[Tableau sur la répartition régionale des projets](#)

## Fonds des nouveaux médias du Canada

Grâce à l'entrée en vigueur du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) qui a pris la relève du Fonds pour le multimédia en décembre 2001, Téléfilm Canada a diversifié et consolidé son appui à ce secteur d'activité qui est en plein essor. Avec des ressources qui sont passées de 6 à 9 millions de dollars par année, le Fonds des nouveaux médias du Canada appuie maintenant l'ensemble des activités de l'industrie, de la création à la conquête des utilisateurs canadiens et étrangers. Dans le but de mieux arrimer la création et la diffusion, la perspective de la mise en marché a d'ailleurs été renforcée tout au long du cycle de vie des produits nouveaux médias canadiens.



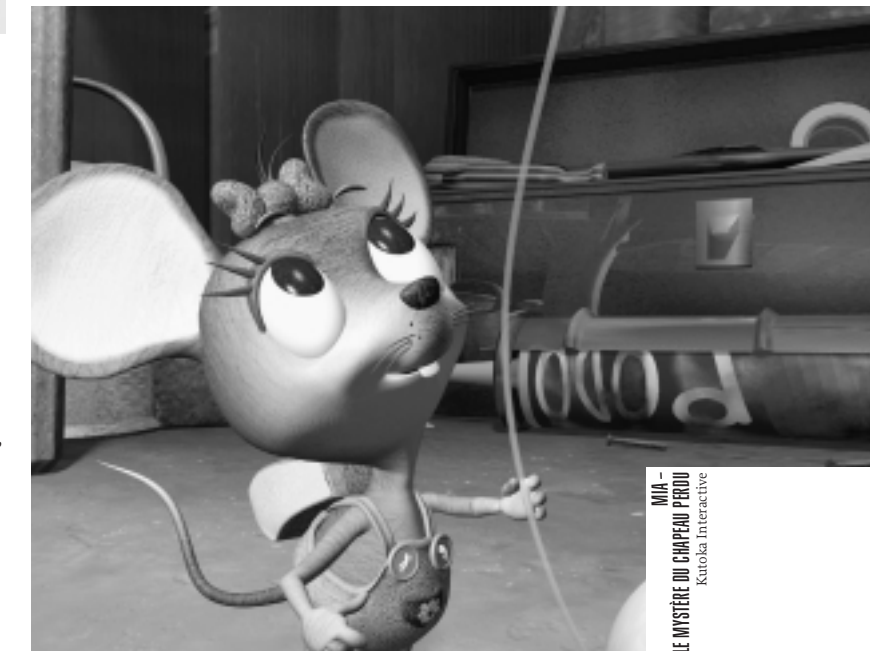
Le Fonds a pour objectif d'assurer une forte présence canadienne dans les nouvelles technologies de création et de diffusion. Ainsi, en 2001-2002, il a participé à la réalisation de 107 projets de pré-développement, de développement, de production, de marketing, de distribution en ligne et de développement sectoriel, comparativement à 65 au cours de l'exercice précédent.

Outre les ressources additionnelles, plusieurs facteurs ont contribué à une explosion des demandes au FNMC et augurent bien pour l'avenir : de nouveaux outils financiers, soit des avances remboursables sur revenus plutôt que des prêts qui constituaient une contrainte pour une industrie en développement; l'admissibilité d'une plus grande diversité de produits, incluant les produits accessibles sur bande passante à haute vitesse et les produits diffusés par téléphonie sans fil; et le recours à des dates de dépôt afin de permettre à l'industrie de planifier plus facilement ses activités.

### Aide aux produits

Au cours de l'exercice, le FNMC a favorisé, par l'entremise de la composante d'aide aux produits, le pré-développement, le développement, la production et le marketing de produits nouveaux médias originaux et de qualité, qui ont un bon potentiel commercial, sont issus de petites et moyennes entreprises et reflètent la dualité linguistique et la diversité culturelle de la société canadienne. Ces projets couvrent un vaste champ d'activité : documentaires, documents de référence, produits destinés aux enfants et aux jeunes et jeux de toutes sortes. Les plates-formes privilégiées incluent les cédéroms, les DVD-ROMs, les sites Web dont plusieurs sont associés à des émissions de télévision, les installations multimédias, les produits pour la téléphonie sans fil et les consoles de jeu.

Le FNMC a appuyé 97 projets par l'entremise de cette composante, comparativement à 61 l'année précédente. Pour la première fois, l'aide aux nouveaux médias incluait la phase du pré-développement, qui couvre des activités comme des études de faisabilité, une évaluation du marché, des sondages et des interviews de groupes témoins, la production d'un démo et l'élaboration d'une stratégie préliminaire de mise en marché. Treize projets ont reçu un appui à cette phase, tandis que 27 autres étaient soutenus à l'étape du développement proprement dit.



En production, la contribution de Téléfilm a augmenté de 350 %, passant de 1,5 million de dollars à 5,3 millions de dollars, tandis que le nombre de projets grimpeait de 16 à 29. Fait à souligner, le devis moyen de production, qui était de 360 000 \$ en 2000-2001, a dépassé 620 000 \$ cette année, illustrant la capacité de l'industrie à élaborer des projets plus ambitieux avec l'appui de partenaires financiers privés et publics.

L'analyse de la structure financière des projets de production démontre que l'appui du Fonds représente 30 % des devis; celle du secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 47 %; les fonds d'aide privés, 12 %; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 6 %; les entreprises de télévision, 2 %; les autres organismes provinciaux, 2 %; et les participants étrangers, 1 %.

Les activités de marketing ont aussi connu un boom important : le nombre de projets a plus que triplé et la contribution de la Société est passée de 1,5 à 2,1 millions de dollars, soit une augmentation de 40 %.

Le devis moyen des projets est resté approximativement le même, soit quelque 160 000 \$ par projet.

On prévoit que les demandes de financement en marketing continueront d'augmenter au cours des prochaines années, alors qu'un grand nombre de projets nouveaux médias actuellement en développement et en production seront terminés et s'apprêteront à conquérir les auditoires d'ici et d'ailleurs.

Le FNMC a accordé 31 % des ressources de l'aide aux produits à des projets en français et 69 % à des projets en anglais. Montréal et Vancouver s'imposent depuis plusieurs années comme de grands centres d'activité pour les nouveaux médias au pays. Il faut également souligner, cette année, le dynamisme remarquable de l'industrie de Toronto.



LIFTOFF SPACE  
FTI Entertainment  
Technologies Inc.



WWW.MADEINCANADA.CA  
Casting Couch TV  
Productions Inc./  
Sulter Street  
Films Limited/  
Snap Media Corp.

#### Aide à la distribution en ligne Aide au développement sectoriel

L'aide à la distribution appuie notamment les éditeurs en ligne afin d'accroître la présence et la notoriété de produits nouveaux médias déjà existants. Un seul projet a été financé à cet effet en 2001-2002, soit *Tyndal Stone Releasing Marketing Program*, de Vancouver, un outil de diffusion de produits ludo-éducatifs canadiens. Téléfilm assurera une meilleure promotion de cette composante du Fonds pour qu'elle contribue efficacement à la diffusion du patrimoine culturel des nouveaux médias.

L'aide au développement sectoriel appuie les activités de promotion et de développement professionnel et industriel, au pays et à l'étranger. Le FNMC a ainsi financé des événements et des activités comme le programme de formation multimédia de l'INIS, le colloque annuel de l'Alliance NumériQC, le festival Digifest et les Canadian New Media Awards de Toronto, le New Media Institute du Banff Centre for the Arts et le volet New Media 2002 du Victoria Film Festival. De plus, la Société a contribué au financement du Baddeck International New Media Festival, au Cap-Breton, et y a remis l'un des prix les plus importants du secteur des nouveaux médias, accompagné d'une bourse de 5 000 \$. Le lauréat a été *The Plickey and Muto Series* de Edgar Beals, produit par Eds Head Animation de Halifax.

Téléfilm a soutenu activement le développement international des entreprises canadiennes des nouveaux médias au MILIA de Cannes, au E<sup>3</sup> de Los Angeles et au ECTS de Londres. Tout en y assurant la promotion de l'industrie et des produits canadiens, entre autres par des encarts publicitaires et des brochures promotionnelles, la Société agit comme expert conseil international auprès des petites et moyennes entreprises qui partagent son stand-ombrelle. Au cours de l'exercice, plusieurs organismes des secteurs privé et public se sont joints à Téléfilm dans ces marchés, pour que l'industrie bénéficie d'un meilleur encadrement et d'une plus grande visibilité dans un environnement international très compétitif.

# États financiers



## Rapport de la direction

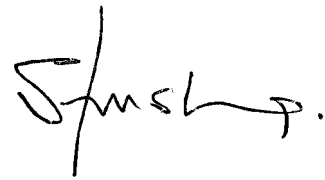
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes

à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, et à la *Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et, peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, la vérificatrice générale du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et à la ministre désignée du Patrimoine Canadien.



Le directeur général  
Richard Stursberg



Le directeur – finances et administration  
Danny Chalifour

Montréal, Canada  
Le 7 juin 2002

## Rapport du vérificateur

À la ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2002 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes

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

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2002 ainsi que des résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada



Richard Flageole, FCA  
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada  
Le 7 juin 2002

**Bilan**

Au 31 mars 2002

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
<b>Actif</b>		
Actif à court terme		
À recevoir du Canada	–	37 308
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	37 183	4 490
Prêts (note 3)	2 007	1 601
Débiteurs	16 722	12 930
Frais payés d'avance	963	866
	<u>56 875</u>	<u>57 195</u>
Débiteurs	409	2 049
Prêts (note 3)	245	2 062
Investissements	109	109
Immobilisations (note 4)	5 664	4 322
	<u>63 302</u>	<u>65 737</u>

Voir les notes afférentes aux états financiers.

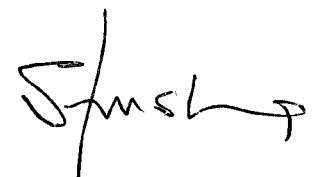
Approuvé par le Conseil :


Charles Bélanger  
Président**Passif et avoir du Canada**

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
<b>Passif et avoir du Canada</b>		
Passif à court terme		
À payer au Canada	10 183	–
Créditeurs et frais courus	6 762	22 664
	<u>16 945</u>	<u>22 664</u>
Passif à long terme		
Provision pour avantages sociaux futurs	601	518
Avantages incitatifs reportés sur bail	1 231	1 069
Aide en capital reportée (note 5)	5 664	4 322
Obligation découlant d'un contrat de location – exploitation	–	498
	<u>7 496</u>	<u>6 407</u>
Avoir du Canada	38 861	36 666
Engagements (note 10)		
Éventualités (note 12)		
	<u>63 302</u>	<u>65 737</u>

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :


Richard Stursberg  
Directeur général

## État des résultats et de l'avoir du Canada

Exercice terminé le 31 mars 2002

	Fonds canadien de télévision	Fonds du long métrage du Canada	Fonds des nouveaux médias du Canada	Autres fonds	2002 Total	2001 Total
	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars
<b>Dépenses de support</b>						
Production et développement						
Production	98 427	33 725	2 435	817	135 404	118 701
Développement	4 485	3 608	1 541	371	10 005	8 668
Aide aux longs métrages indépendants à petit budget	–	2 246	–	–	2 246	935
Aide à l'écriture de scénarios	–	1 745	–	–	1 745	449
Coproductions officielles	–	946	–	483	1 429	1 400
	102 912	42 270	3 976	1 671	150 829	130 153
Distribution et marketing						
Aide à la distribution et à la mise en marché	–	11 517	780	599	12 896	14 158
Réseaux parallèles de distribution	–	411	–	–	411	–
	–	11 928	780	599	13 307	14 158
Doublage et sous-titrage	–	454	–	1 402	1 856	1 255
Activités complémentaires						
Subventions aux écoles de formation professionnelle	–	–	306	2 660	2 966	2 470
Subventions aux festivals canadiens	–	2 136	99	320	2 555	2 259
Développement industriel et professionnel	–	–	–	1 114	1 114	2 337
Participation aux marchés étrangers	–	37	471	590	1 098	1 018
Participation aux festivals étrangers	–	527	–	–	527	512
Publicité, promotion et publications	–	234	41	226	501	540
Autres	–	388	40	184	612	449
	–	3 322	957	5 094	9 373	9 585
	102 912	57 974	5 713	8 766	175 365	155 151
Récupération d'investissements	(10 948)	(7 065)	(301)	(1 392)	(19 706)	(24 320)
Montant net	91 964	50 909	5 412	7 374	155 659	130 831
<b>Dépenses de fonctionnement</b> (note 8)					20 381	16 773
<b>Coût de l'exploitation pour l'exercice</b>					176 040	147 604
<b>Revenus</b>						
Intérêts sur prêts					(24)	(36)
Autres intérêts					(258)	(1 227)
Frais de gestion					(3)	(5)
Autre contribution (note 7)					(8 448)	(2 850)
					(8 733)	(4 118)
<b>Coût net de l'exploitation pour l'exercice avant financement gouvernemental</b>					167 307	143 486
<b>Financement gouvernemental</b>						
Crédit parlementaire pour l'exploitation					103 598	90 015
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 6)					64 975	57 350
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 5)					929	501
					169 502	147 866
<b>Bénéfice net d'exploitation</b>					2 195	4 380
<b>Avoir du Canada au début</b>					36 666	32 286
<b>Avoir du Canada à la fin</b>					38 861	36 666

Voir les notes afférentes aux états financiers.

## État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2002

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
<b>Activités d'exploitation</b>		
Bénéfice net d'exploitation	2 195	4 380
Ajustements pour		
Diminution (augmentation) des débiteurs à long terme	1 640	(2 049)
Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux	(684)	4 534
Conversion des prêts non provisionnés	855	–
Radiation de prêts non provisionnés	82	–
Amortissement des immobilisations	870	438
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	46	63
Augmentation de la provision pour avantages sociaux futurs	83	78
Augmentation des avantages incitatifs reportés sur bail	162	190
Amortissement de l'aide en capital reportée	(929)	(501)
Diminution de l'obligation découlant d'un contrat de location – exploitation	(498)	(498)
	3 822	6 635
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Augmentation des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	(32 693)	(4 490)
Augmentation des débiteurs	(3 792)	(8 840)
Augmentation des frais payés d'avance	(97)	(326)
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	(15 902)	15 325
	(48 662)	8 304
<b>Activités de financement</b>		
Crédit parlementaire – aide en capital	2 271	2 710
<b>Activités d'investissement</b>		
Prêts	(281)	(3 956)
Encaissements de prêts	1 439	1 506
Acquisition d'immobilisations	(2 271)	(2 710)
Produit de disposition d'immobilisations	13	–
	(1 100)	(5 160)
<b>Augmentation (diminution) des liquidités</b>	(47 491)	5 854
<b>À recevoir du Canada au début</b>	37 308	31 454
<b>À recevoir du (à payer au) Canada à la fin</b>	(10 183)	37 308

Voir les notes afférentes aux états financiers.



# Notes afférentes aux états financiers

## 1. Statut et activités

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

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

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds des nouveaux médias du Canada.

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

## 2. Principales conventions comptables

### a) Sources de financement de la Société

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

### b) Montant à recevoir du Canada ou montant à payer au Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, le résultat de l'ensemble des opérations financières est présenté au bilan comme compte à recevoir du Canada ou compte à payer au Canada.

### c) Investissements et provision pour pertes

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

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

### d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions canadiennes, de longs métrages et de nouveaux médias.

Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour pertes. La provision pour pertes est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.

Un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt.

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

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

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

### e) Revenus d'intérêts

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

### f) Autres revenus d'intérêts

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

### g) Immobilisations

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

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

### h) Avantages sociaux futurs

#### Prestation de retraite

Les salariés participent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Les cotisations au régime versées par la Société représentent le coût total des cotisations de l'employeur. Le montant est fondé actuellement sur un multiple des cotisations exigées des salariés, et il pourrait être modifié si les résultats du Régime varient. Les cotisations représentent la totalité des obligations de la Société découlant du Régime de retraite et elles sont imputées aux résultats de l'exercice. La Société n'est pas tenue actuellement de verser des cotisations pour combler les insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique.

#### Autres avantages sociaux

La Société est tenue de constater certains autres avantages sociaux postérieurs à l'emploi dans les exercices au cours desquels les salariés rendent des services en échange de ces avantages. Lors de la cessation d'emploi, les salariés ont droit aux avantages prévus dans leurs conditions d'emploi qui sont établies dans un régime d'indemnités de départ. La Société constate le coût des futures indemnités de départ dans les exercices au cours desquels les salariés lui rendent les services convenus et le passif correspondant est imputé aux comptes au fur et à mesure que les indemnités sont constituées par les employés.

## i) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les avantages sociaux futurs et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

**3. Prêts et provision pour pertes**

Les prêts d'une valeur comptable de 2 711 806 \$ (10 117 350 \$ en 2001) octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt-quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

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

	2002		2001	
	Montant en milliers de dollars	Provision pour pertes en milliers de dollars	Montant net en milliers de dollars	Montant net en milliers de dollars
Prêts	2 252	—	2 252	3 663
Prêts douteux	2 149	2 149	—	—
	4 401	2 149	2 252	3 663
Moins portion à court terme	3 761	1 754	2 007	1 601
Portion à long terme	640	395	245	2 062

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2002	2001
	en milliers de dollars	en milliers de dollars
Solde au début	8 695	4 161
Conversion de prêts	(4 547)	—
Radiations	(1 315)	—
Recouvrements	(285)	(7)
Provision	(399)	4 541
Solde à la fin	2 149	8 695

**4. Immobilisations**

	2002		2001	
	Prix coûtant en milliers de dollars	Amortissement cumulé en milliers de dollars	Valeur nette en milliers de dollars	Valeur nette en milliers de dollars
Améliorations locatives	1 499	695	804	868
Logiciels	4 990	555	4 435	1 095
Installations informatiques	1 394	1 080	314	392
Mobilier et équipement	1 098	987	111	139
Travaux en cours	—	—	—	1 828
	8 981	3 317	5 664	4 322

**5. Aide en capital reportée**

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2002	2001
	en milliers de dollars	en milliers de dollars
Solde au début	4 322	2 113
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	2 271	2 710
Amortissement de l'aide en capital reportée	(929)	(501)
Solde à la fin	5 664	4 322

**6. Contributions du ministère du Patrimoine canadien**

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

	2002	2001
	en milliers de dollars	en milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	56 175	49 775
Multimédia	6 000	4 975
Développement préprofessionnel	2 800	2 600
	64 975	57 350

**7. Autre contribution**

La Société a enregistré une contribution de 8 448 000 \$ (2 850 000 \$ en 2001) du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes.

**8. Dépenses de fonctionnement**

	2002	2001
	en milliers de dollars	en milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	11 287	9 649
Honoraires professionnels	3 031	1 877
Frais de bureau	1 860	1 460
Location, taxes, chauffage et électricité	1 378	1 465
Voyages	1 189	881
Amortissement	870	438
Publicité et publications	283	160
Télécommunications	273	213
Frais de représentation	95	99
Frais de relocalisation	69	68
Perte sur disposition d'immobilisations	46	63
Sous-total	20 381	16 373
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	—	400
Total	20 381	16 773

## 9. Avantages sociaux futurs

### Prestation de retraite

Au cours de l'exercice, le Régime de pensions de retraite de la fonction publique (RPRFP) a exigé que la Société verse des cotisations au Régime et à la convention de retraite. Les cotisations de l'exercice étaient les suivantes :

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Société	1 025	945
Employés	420	366

### Autres avantages sociaux

Ces régimes d'avantages sociaux ne sont pas capitalisés et ne possèdent donc pas d'actifs. Le passif au titre des prestations constituées constaté dans le bilan le 31 mars 2002 concernant ces régimes est de 854 298 \$ (2001 – 618 000 \$).

La charge nette de la Société pour les régimes d'avantages sociaux autres que des régimes de retraite de l'exercice terminé le 31 mars 2002 est de 400 358 \$ (2001 – 150 471 \$).

## 10. Engagements

### a) Projets

Au 31 mars 2002, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

	Société en milliers de dollars	Ministère en milliers de dollars	Total en milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	16 334	13 217	29 551
Autres programmes	16 433	6 379	22 812
	32 767	19 596	52 363

En vertu du programme de partage des revenus de production et du programme d'aide à la production fondée sur la performance du Fonds du long métrage du Canada, la Société a réservé au 31 mars 2002 des fonds totalisant 14 698 998 \$ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

### b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

Total	en milliers de dollars
2003	2 918
2004	1 454
2005	1 142
2006	965
2007	963
2008 – 2015	4 972
	12 414

## 11. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange.

## 12. Éventualités

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 \$. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2002 totalisent 765 975 \$ (2001 – 920 196 \$). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

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

## 13. Juste valeur comptable des actifs et passifs financiers

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

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

	2002		2001	
	Valeur comptable en milliers de dollars	Juste valeur en milliers de dollars	Valeur comptable en milliers de dollars	Juste valeur en milliers de dollars
Prêts à court terme	2 007	1 956	1 601	1 572
Prêts à long terme	245	229	2 062	1 796

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

## 14. Chiffres comparatifs

Certains chiffres comparatifs de 2001 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2002.