



SIÈGE SOCIAL

Tour de la Banque Nationale
600, rue de La Gauchetière Ouest
14^e étage
Montréal (Québec)
H3B 4L8
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

SIÈGE SOCIAL

à compter du 25 octobre 1999
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

BUREAUX AU CANADA

Toronto

2, rue Bloor Ouest
22^e étage
Toronto (Ontario)
M4W 3E2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

Vancouver

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

Halifax

1684, rue Barrington
3^e étage
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

Ottawa

360, rue Albert
Bureau 1560
Ottawa (Ontario)
K1A 0M9
Téléphone : (613) 947-2938
Télécopieur : (613) 947-2537

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 des 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 des communications et affaires publiques
Tour de la Banque Nationale
600, rue de La Gauchetière Ouest
14^e étage
Montréal (Québec)
H3B 4L8

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Conception graphique :

Agence Code communications

Pelliculage :

Grafix Studio


Déposé en septembre 1999

Impression :

Transcontinental Litho Acme



TÉLÉFILM CANADA :
UN PARTENAIRE ESSENTIEL DE L'INDUSTRIE
AU PAYS ET SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE
TÉLÉVISION • CINÉMA • MULTIMÉDIA

rganisme culturel du gouvernement canadien, Téléfilm Canada est vouée au développement et à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Téléfilm Canada est un investisseur culturel.

Sa mission est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique visant la production d'œuvres de grande qualité qui reflètent la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et favorisant la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

PLUS DE 30 ANS D'EXPERTISE
AU SERVICE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE
Budget annuel : près de 200 millions de dollars

Société d'État créée en 1967, Téléfilm Canada a contribué au succès actuel de l'industrie canadienne du film et de la télévision. Tout en continuant d'investir dans ces secteurs et de raffiner son appui au long métrage, la Société a mis le cap sur les nouveaux médias, cette voie de communication du XXI^e siècle où les talents canadiens s'imposent de plus en plus.

Téléfilm Canada bénéficie d'un budget annuel de près de 200 millions de dollars, qui lui permet de jouer un rôle financier, stratégique et promotionnel déterminant, tant sur le plan national qu'international.

Un soutien diversifié, de la scénarisation aux ventes internationales

Téléfilm administre 17 fonds et programmes dont le Programme de participation au capital (PPC) du Fonds canadien de télévision (FCT), un partenariat des secteurs public et privé, le Fonds de financement de longs métrages et le Fonds pour le multimédia.

Elle contribue chaque année au développement et à la production de près de 600 longs métrages, téléfilms, séries dramatiques, émissions documentaires, émissions pour enfants, émissions

de variétés et produits multimédias d'une grande valeur culturelle.

La Société s'assure que ces produits atteignent de vastes publics en s'associant à d'autres activités de l'industrie comme la distribution, l'exportation, le doublage, le sous-titrage, le marketing et la promotion dans les festivals et les marchés canadiens et étrangers.

L'appui financier de Téléfilm est varié. Il prend surtout la forme d'investissements, mais aussi d'avances, de prêts, de cautionnements de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Les revenus qu'elle récupère sont réinvestis dans des activités de production et de distribution de l'industrie.

Une force à l'échelle canadienne et internationale

Les quatre bureaux de la Société au Canada offrent un large éventail de services à leurs clientèles. Situés à Montréal (Québec), où est le siège social de l'organisme, Toronto (Ontario), Vancouver (Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Nunavut, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon) et Halifax (Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve et le Labrador, et l'Île-du-Prince-Édouard), ces bureaux stimulent la créativité à l'échelle nationale.

La Société a aussi un bureau à Paris dont l'expertise s'avère précieuse pour la mise en œuvre de stratégies internationales qui ouvrent de nouveaux marchés à la production canadienne.

Téléfilm travaille avec les entreprises de production, de distribution, de télédiffusion et avec les autres organismes gouvernementaux canadiens et étrangers du secteur audiovisuel pour que l'industrie canadienne évolue dans un environnement favorable à la création de produits originaux, de grande qualité et qui plaisent au public.

1998-1999 EN BREF

Téléfilm Canada : une présence active sur le front des politiques nationales

- Création du Fonds pour le multimédia par le ministère du Patrimoine canadien, qui en confie l'administration à la Société.
- Participation aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sur l'avenir de la télévision canadienne.
- Participation aux audiences du CRTC sur les nouveaux médias.
- Refonte du Fonds canadien de télévision (FCT) dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital (PPC).
- Participation à l'examen général de la politique cinématographique canadienne.

Téléfilm maintient le cap sur le nouveau millénaire

Vers le nouveau millénaire, le **Plan d'affaires 1997-2000** de Téléfilm publié en novembre 1997, définit les objectifs et stratégies de la Société à moyenne et longue échéance. L'exercice 1998-1999 a été marqué, entre autres, par les réalisations suivantes :

- une augmentation importante du volume des productions créées par des Canadiens pour les Canadiens, Téléfilm ayant appuyé la création de 588 projets de production et de développement, représentant un volume d'activité record de 550 millions de dollars, comparativement à 506 projets et des devis de 500 millions de dollars l'année précédente;
- un soutien accru à la production régionale, grâce à une décentralisation des services, à des consultations plus régulières et à une plus grande part des investissements de Téléfilm (28 % des engagements), contribuant à une meilleure représentation des expériences et de l'imaginaire des différentes communautés canadiennes;
- une intensification des partenariats internationaux, notamment sur le plan de la coproduction, des marchés et des festivals du film, de la télévision et des nouveaux médias, dont tirent profit les PME et les grandes entreprises du pays;
- une amélioration des services à la clientèle, grâce à des pratiques administratives efficaces, des initiatives pour assurer une plus grande visibilité de l'industrie ici et à l'étranger, une meilleure utilisation des ressources du FCT et une accélération des prises de décisions; la Société vise aussi l'imputabilité et la transparence de ses activités.

TABLE DES MATIÈRES

Membres du Conseil et Direction au 31 mars 1999	6
Lettre à la Ministre	7
Direction et employés cadres	8
Message du président	9
Message du directeur général	13
Résultats financiers 1998-1999 Débours Engagements Dépenses administratives	20
Faits saillants Politiques – télévision et cinéma Production et développement Téléfilm Canada : un engagement de longue date envers le cinéma canadien Communications et affaires publiques Relations internationales Les publications de Téléfilm	25
Télévision Programme de participation au capital – Fonds canadien de télévision	37
Cinéma Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada Fonds d'aide à la distribution de longs métrages de Téléfilm Canada	51
Multimédia Fonds pour le multimédia	61
États financiers	65

MEMBRES DU CONSEIL

au 31 mars 1999

Laurier L. LaPierre, O.C.

Président
Ottawa (Ontario)

Laétitia Cyr

Vice-présidente
Moncton (Nouveau-Brunswick)

Jeanine C. Beaubien, O.C.

Membre
Montréal (Québec)

Bluma Appel

Membre
Toronto (Ontario)

Ron S. Bremner

Membre
Calgary (Alberta)

Elvira Sánchez de Malicki

Membre
Etobicoke (Ontario)

Sandra Macdonald

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

DIRECTION

au 31 mars 1999

François Macerola

Directeur général

Peter Katadotis

Directeur – opérations canadiennes

Danny Chalifour

Directeur – finances
et administration

Deborah Drisdell

Directrice – relations internationales

Suzan Ayscough

Directrice – communications
et affaires publiques

Stella Riggi *

Directrice – ressources humaines

Guy DeRepentigny

Directeur – politiques,
planification et recherches

John Pelletier

Conseiller juridique général
Secrétaire du Conseil d'administration

* Entrée en fonction le 25 mai 1999

LETTRE À LA MINISTRE

Montréal, le 28 juin 1999

L'honorable Sheila Copps

Ministre du Patrimoine canadien

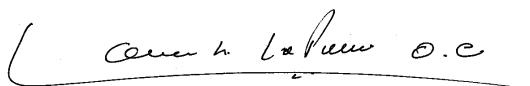
Ottawa, Canada

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 31^e rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 1999.

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

Le président,



Laurier L. LaPierre, O.C.

François Macerola
Directeur général

OPÉRATIONS

Peter Katadotis
Directeur – opérations canadiennes

Bureau de Montréal
Joëlle Levie
Directrice – opérations
Québec

Pierre Even
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages

Normand Thauvette
Directeur – unité d'affaires
– télévision et multimédia

Bureau de Toronto
Bill House
Directeur – opérations
Ontario

John Fulton
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages et multimédia

Karen Franklin
Directrice – unité d'affaires
– télévision

Bureau de Vancouver
Elizabeth Friesen
Directrice – opérations
Région de l'Ouest

John Dippong
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages

Lauren Davis
Directrice – unité d'affaires
– télévision

Bureau de Halifax
Ralph Holt
Directeur – opérations
Région de l'Atlantique

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Directeur – finances et administration

Lisa Scardocchio
Contrôleuse

Carolle Brabant
Directrice – systèmes, technologies
et gestion des contrats

RELATIONS INTERNATIONALES

Deborah Drisdell
Directrice – relations internationales

Jean Lefebvre
Directeur – bureau des festivals

Sheila de La Varenne
Directrice déléguée – bureau européen

COMMUNICATIONS
ET AFFAIRES PUBLIQUES

Suzan Ayscough
Directrice – communications
et affaires publiques

RESSOURCES HUMAINES

Stella Riggi
Directrice – ressources humaines

POLITIQUES, PLANIFICATION
ET RECHERCHES

Guy DeRepentigny
Directeur – politiques, planification et recherches

CONSEILLER JURIDIQUE ET
CONSEIL D'ADMINISTRATION

John Pelletier
Conseiller juridique général
et secrétaire du Conseil d'administration

Le 21 mars 1999, l'éminent réalisateur canadien Norman Jewison a reçu le plus grand honneur qu'Hollywood puisse offrir : le prix Irving G. Thalberg. Grâce à cet oscar, qui rend hommage à l'œuvre de toute une vie, M. Jewison accède au cercle restreint des sommités du cinéma, et ce, à juste titre, puisque peu de cinéastes évoquent de façon aussi admirable l'expérience humaine. Révéler les visages de la condition humaine, voilà la raison pour laquelle des réalisateurs comme Norman Jewison, Denys Arcand, Atom Egoyan, Anne Wheeler, David Cronenberg, Thom Fitzgerald, François Girard, Léa Pool, Sturla Gunnarsson et Patricia Rozema, entre autres, font partie d'une longue tradition canadienne qui a porté l'art de raconter des histoires à son meilleur. Une tradition qui enchante le public et le tient rivé à son écran, grand ou petit.

Vision. Passion. Conviction. Voilà quelques-uns des mots qui décrivent l'industrie canadienne de l'audiovisuel. Pour les Canadiens et les Canadiennes, les films, les émissions de télévision et les œuvres multimédias d'ici sont parmi les plus importants du monde. Ces créations nous font rire, pleurer, nous émeuvent, nous parlent et nous divertissent. Elles nous font aussi évoluer, en nous interpellant et en ouvrant des portes sur nous-mêmes et sur les autres.

Le cinéma et la télévision ont plusieurs vocations. Ce ne sont plus seulement des instruments de divertissement, ils reflètent l'imaginaire d'un peuple et projettent des instantanés de la vie humaine par l'intermédiaire d'images, de sons et d'histoires. C'est pourquoi nous devons chérir nos artistes, les encourager, les appuyer et leur offrir de nouvelles possibilités de s'exprimer avec la même vision, la même passion et la même conviction.

La culture canadienne s'exprime de multiples façons. La remarquable diversité culturelle du Canada – les autochtones, les peuples fondateurs, francophones et anglophones, et plus d'une centaine de groupes ethniques qui constituent nos racines – est un exemple de la richesse de notre patrimoine collectif. Malgré cette diversité, la capacité de créer nos propres images et histoires a toujours représenté un défi pour le Canada, et le demeure aujourd'hui encore.

En effet, créer une télévision et un cinéma manifestement canadiens pour un petit marché comme le Canada a demandé des efforts gigantesques. Grâce à l'appui marqué du gouvernement fédéral, dont Téléfilm Canada, une industrie véritablement canadienne existe aujourd'hui et est en plein épanouissement. Il s'agit maintenant de faire plus et mieux, c'est-à-dire de multiplier les produits canadiens de qualité. Les études sur les auditoires ont toujours révélé que les Canadiens et les Canadiennes regardent des émissions de grande qualité pour peu qu'on leur en propose.



Laurier L. LaPierre, O.C.

1998-1999 : une grande année

Notre industrie télévisuelle a produit des séries phares telles que *Omertà*, *Due South*, *Emily of New Moon*, *Traders*, *Wind at My Back*, *Réseaux*, *Dooley Gardens*, *Boîte à chansons d'aujourd'hui*, *The Adventures of Shirley Holmes* et *Incredible Story Studio*, que les Canadiens regardent plus que jamais. De plus, l'augmentation du nombre de productions s'est particulièrement illustrée dans la catégorie des émissions pour enfants qui continuent de connaître un exceptionnel rayonnement international. Des documentaires comme *L'Erreur boréale*, *Moi, j'me fais mon cinéma*, *Life and Times of Liona Boyd: Romancing the Guitar*, *Gabrielle Roy*, *Tickling the Dragon's Tail* et *Riopelle sans titre 1999, collage*, offrent une perspective unique sur des sujets qui intéressent les Canadiens et les Canadiennes, mais aussi le reste du monde. Nous avons aussi la chance de pouvoir compter sur de nombreux talents autochtones, qui nous ont offert des œuvres profondément personnelles dans tous les genres et en plusieurs langues. Citons, entre autres, *Récits nordiques*, *Amarok's Song Series*, *The Everywhere Spirit* et *Big Treasure Chest for Future Kids*.

Le Canada est bien représenté dans le domaine du long métrage. Parmi les succès de l'année, pensons au *Violon Rouge*, à *Emporte-moi*, à *Dirty*, à *Such a Long Journey*, à *Un 32 août sur Terre* et à *eXistenZ*, qui ont été acclamés au Canada et à l'étranger. Bien sûr, nous sommes très heureux de la grande popularité des *Boys II* et de *C'tà ton tour*, *Laura Cadieux*. Et la liste est encore longue : *Le Dernier Souffle*, *The Falling*, *Cube*, *Souvenirs intimes*, *Quand je serai parti... vous vivrez encore* et *The Five Senses*, pour ne citer que ceux-là. Ces films n'auraient pas pu être réalisés sans le talent des cinéastes canadiens, qui ont des histoires à raconter, et sans l'appui de Téléfilm Canada, principal organisme à investir dans le développement, la production et la distribution des longs métrages canadiens.

Nous déployons aussi beaucoup d'efforts dans le domaine des nouveaux médias. Le gouvernement soutient le développement de l'industrie des nouveaux médias grâce au Fonds pour le multimédia de 30 millions de dollars, administré par Téléfilm Canada. Tout cela a porté fruit, sous la forme de cédéroms novateurs tels que *Mia : un périlleux périple pour sauver Mamie Mimi*, *Terre des Inuit*, *Cabot: The Discovery of a New World*, *Glenn Gould: The New Listener*, ainsi que le site Internet de *Génération W*.

Mais soyons clairs : accorder une place de choix à nos propres voix et lieux ne signifie pas restreindre la liberté d'expression des créateurs ni priver le public de sa liberté de choix. Bien au contraire, l'existence d'une industrie culturelle canadienne dynamique exige des instruments qui garantiront que les Canadiens et les Canadiennes ont accès à une grande diversité de longs métrages, d'émissions de télévision et d'œuvres multimédias – véritables reflets de nos valeurs culturelles et de notre mémoire collective.

Le Fonds canadien de télévision : de l'autre côté du petit écran

Je suis fier de siéger au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision (FCT), dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital (PPC). Le Fonds ne cesse d'évoluer, permettant aux Canadiens et aux Canadiennes de rester en contact avec leur culture. Je voudrais féliciter le président du FCT, Richard Stursberg, le directeur général du Programme de droits de diffusion (PDD), Garry Toth, le directeur général de Téléfilm Canada, François Macerola, le directeur des opérations canadiennes de la Société, Peter Katadotis, pour avoir rationalisé le fonctionnement du Fonds et fait en sorte que les deux programmes du FCT soient aussi complémentaires que possible. En gardant cet objectif à l'esprit, nous avons parcouru beaucoup de chemin cette année, notamment par la mise en œuvre de principes directeurs dont l'orientation était manifestement canadienne. Maintenant que le Fonds s'est repositionné comme un outil de financement fondamental, nous allons travailler à son renouvellement à longue échéance en 2001.

Le MIPCOM rend hommage à notre industrie

Un bassin extraordinaire de créateurs et des infrastructures efficaces et généreuses sont des atouts indéniables pour une industrie. Le 6 octobre 1998, le MIPCOM de Cannes a rendu un vibrant hommage à la stature internationale de l'industrie canadienne. La Reed Midem Organisation, qui organise entre autres le MIPCOM, le MILIA et le MIP-TV, a consacré une journée spéciale au Canada, laquelle a généré une couverture médiatique internationale sans précédent. Au cours d'un déjeuner offert par la Ville de Cannes et la Reed Midem en l'honneur de la délégation canadienne, le président-directeur général de la Reed Midem, Xavier Roy, a vanté le « remarquable dynamisme » de l'industrie canadienne, décrivant le Canada comme une « source inépuisable de talents » et comme un « leader en matière de coproduction ».

Le conseil d'administration affiche complet

C'est avec plaisir que je souligne que le conseil d'administration est complet depuis août 1998. Trois nouveaux membres ont été nommés cette année : Bluma Appel, une femme d'affaires reconnue pour son engagement envers les arts; Elvira Sánchez de Malicki, qui nous fait profiter de plus de 25 ans d'expérience dans le domaine de la télédiffusion, du droit, des arts et du travail communautaire; et Ronald S. Bremner, qui a commencé sa carrière en télédiffusion en 1972 et qui est actuellement président-directeur général du club de hockey des Flames de Calgary. La contribution de ces trois membres à la Société est déjà remarquable.

L'équipe de Téléfilm Canada

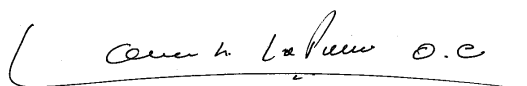
Un mot plus personnel, maintenant, ceci étant mon premier message en tant que président de Téléfilm Canada. Quand je pense aux prochaines années, je suis extrêmement enthousiaste et optimiste au sujet de l'avenir de Téléfilm. Grâce au Fonds pour le multimédia, aux nouvelles politiques sur le long métrage qui seront adoptées sous peu ainsi qu'à la consolidation de notre appui au secteur télévisuel, je suis persuadé que la Société deviendra une institution culturelle de plus en plus importante. Pourquoi? Parce que nous avons besoin de plus de produits canadiens et qu'il faut améliorer leur création et leur distribution. Le rôle de Téléfilm sera de contribuer à la diffusion d'histoires et d'images qui nous appartiennent vraiment. De même, Téléfilm Canada appuiera l'industrie en mettant en valeur non seulement ses réalisations mais aussi ses besoins.

Cap sur la diversité culturelle

Au seuil du troisième millénaire, le dialogue et la coopération internationale sont devenus la priorité des priorités afin de sauvegarder la souveraineté culturelle et la diversité dans un contexte de mondialisation. En juin 1998, l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, a présidé à Ottawa une réunion internationale sur la politique culturelle. De cette initiative est né le Réseau international sur la politique culturelle, formé de 26 pays, dont la mission est de faire en sorte que les créateurs puissent raconter les histoires de leur pays.

Sur les écrans canadiens, les histoires se racontent en français, en anglais et dans les langues autochtones. Le Canada s'avère ainsi un véritable champion de la diversité culturelle. L'année de la francophonie sera une occasion exceptionnelle de mettre en valeur la production audiovisuelle canadienne de langue française. Téléfilm Canada entend stimuler la production en français en dehors du grand centre de production qu'est Montréal. Il faut notamment contribuer au développement de relations d'affaires entre les producteurs francophones hors-Québec et les diffuseurs, et favoriser la coproduction entre les francophones des diverses régions canadiennes. Parallèlement, Téléfilm encouragera la distribution et l'exportation des produits en français et, pour ce faire, resserrera ses liens avec la communauté francophone internationale.

Pour terminer, j'aimerais rendre hommage à François Macerola, à l'équipe de direction et à tous les employés de la Société qui ont toujours fait preuve de professionnalisme et d'enthousiasme. Je suis conscient que Téléfilm a été le théâtre de changements importants et que l'équipe a relevé de nombreux défis. La Société a montré qu'elle était capable de se remettre en question et de prendre de nouvelles orientations, le cas échéant. Je remercie tous mes collègues pour leur soutien et pour leur dévouement à Téléfilm Canada.



Laurier L. LaPierre, O.C.



Bluma Appel
(Toronto)

« Au cours de ma carrière, j'ai fait partie d'une quarantaine de conseils d'administration et je peux affirmer sans l'ombre d'un doute qu'aucun n'est meilleur que celui de

Téléfilm Canada. Je m'intéresse à l'essor de l'industrie depuis les années 1970 et, franchement, je ressens la fierté d'une mère chaque fois que je vois une des productions que nous avons appuyées. Cependant, l'industrie canadienne doit prospérer davantage et faire preuve de renouveau, il faut encourager tous ces jeunes talents pour qu'ils deviennent une véritable force du marché. En terminant, je voudrais saluer le président du conseil d'administration, Laurier L. LaPierre, dont la vaste expérience dans le champ de la radiodiffusion est un atout inestimable pour notre Société. ■



Jeanine C. Beaubien
(Montréal)

« Toute ma carrière a été consacrée à la culture. Comme administratrice et femme de théâtre, je me suis toujours préoccupée d'offrir des œuvres de qualité, qui ouvrent de nouveaux

horizons au public. C'est ce que je retrouve à Téléfilm. Il faut faciliter la création de produits originaux, qui rejoignent un grand public. Les auditoires francophones et anglophones doivent avoir accès aux œuvres dans les deux langues officielles, dans toutes les régions du pays. Je m'intéresse tout particulièrement aux jeunes auditoires. Nous devons continuer de leur offrir des films, des émissions de télévision et des produits multimédias qui stimulent leur créativité, leur goût d'apprendre et de se dépasser. ■



Ronald S. Bremner
(Calgary)

« En tant que membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada, je souhaite contribuer, au meilleur de mes capacités, au développement et à la promotion d'une industrie canadienne

du long métrage, de la télévision et du multimédia de calibre international. Il est essentiel qu'une telle entreprise se fonde sur des projets de grande qualité, qui reflètent les différences culturelles et régionales du Canada. De plus, il me semble impératif que l'essor d'une telle industrie soit basée sur des principes solides et des pratiques équitables qui tiennent compte de nos responsabilités financières et d'un climat concurrentiel. ■



Laétitia Cyr
(Moncton)

« Je suis Acadienne et j'ai longtemps travaillé dans le milieu de la radiodiffusion. Je suis très heureuse de faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada et d'y apporter

cette expérience, tout en faisant valoir les besoins des communautés francophones hors Québec. J'aimerais contribuer à une meilleure distribution et mise en marché des longs métrages en dehors du Québec pour que le public y ait davantage accès. De plus, il est évident que l'essor de la production atlantique me tient tout particulièrement à cœur. La promotion des talents atlantiques fait partie de mes priorités. ■



Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)

« Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est un défi stimulant et un privilège. Je suis très heureuse de travailler avec une équipe dynamique et éclairée,

qui fait preuve d'ouverture d'esprit et d'enthousiasme, et qui a véritablement à cœur les intérêts de l'industrie. Je connais bien les groupes multiculturels canadiens – mon travail est aussi une passion – et j'apporte cette perspective au conseil. Je dois dire que j'ai reçu un appui formidable du conseil et de l'équipe de direction de Téléfilm pour faire en sorte que nos écrans reflètent de façon plus équitable la réalité démographique canadienne. Je veux relever d'autres défis, dont la création de productions dans une troisième langue. Je suis heureuse qu'un comité de travail ait été formé pour étudier cette question. ■



Sandra Macdonald
(Montréal)

« En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, je suis membre d'office du conseil d'administration de Téléfilm Canada, de la même façon que le directeur général de Téléfilm

fait partie du conseil d'administration de l'Office national du film du Canada. Cette réciprocité contribue à faire en sorte que l'appui du gouvernement canadien à la production, que ce soit par des producteurs publics ou privés, tienne compte des diverses réalités de l'environnement canadien de la production et de la distribution. ■

Pour Téléfilm Canada et pour l'industrie audiovisuelle canadienne, l'exercice financier qui vient de se terminer a été une année charnière. Nous avons raffiné les politiques concernant la télévision, révisé celles du long métrage et jeté les bases nécessaires au développement d'une industrie du multimédia solide. En conformité avec notre mandat, nous nous sommes constamment préoccupés de la perspective régionale tout autant que de la percée internationale des entreprises canadiennes.

Grâce au Plan d'affaires 1997-2000 de la Société, *Vers le nouveau millénaire*, toute l'équipe de Téléfilm a mis le cap sur les mêmes objectifs, que je pourrais résumer ainsi : faire en sorte que Téléfilm soit un outil de développement de plus en plus performant et s'assurer que l'industrie canadienne aborde le XXI^e siècle avec confiance et optimisme. De fait, les résultats de l'exercice sont extrêmement encourageants. Vous en trouverez maintes preuves dans ce rapport annuel qui est le dernier du siècle.

Partenariat avec l'industrie : des tables de concertation fructueuses

|| Au cours des dernières années, nous avons consolidé notre partenariat avec l'industrie, notamment en étant davantage à l'écoute des professionnels de chaque région. Nous avons décentralisé nos opérations pour que chaque bureau puisse offrir un ensemble de services pertinents à sa clientèle. Des plans d'affaires régionaux ont été définis et sont en bonne voie de réalisation. Les tables de concertation régionales que nous organisons avec l'industrie sont très utiles à cet effet. Nous répéterons cette expérience au cours du prochain exercice. ■

Repositionnement du Fonds canadien de télévision : mission accomplie

En avril 1998, des demandes de financement exceptionnellement élevées ont créé de sérieux problèmes administratifs au Fonds canadien de télévision. Ses administrateurs, dont Téléfilm Canada, ont uni leurs énergies pour assurer un meilleur fonctionnement du Fonds. Avec l'appui du nouveau président du FCT, Richard Stursberg, nous nous sommes mis à l'œuvre avec un seul objectif en tête : redonner au Fonds ses lettres de noblesse. Nous avons révisé les critères d'admissibilité des projets en harmonisant les règles du jeu des deux Programmes complémentaires, soit le Programme de participation au capital, géré par Téléfilm, et le Programme de droits de diffusion, qui relève du FCT. Le tout s'est traduit par un rapprochement administratif des deux Programmes. Nous pouvons écrire aujourd'hui : mission accomplie. Bien sûr, il reste encore quelques angles à arrondir, quelques aspects à polir, mais nous ne sommes pas loin d'une véritable histoire à succès. Tout cela est de bon augure pour le renouvellement du Fonds en l'an 2001.

La relation de Téléfilm Canada avec le FCT a changé plusieurs de nos façons d'agir. Nous avons



François Macerola

perdu une certaine flexibilité, mais nous avons gagné en transparence et en efficacité. Cet exercice a été extrêmement exigeant pour les employés de Téléfilm.

Le nombre de dossiers à traiter a considérablement augmenté et le rythme de prestation des services s'est accéléré. De plus, nous avons appris à travailler dans la sérénité avec deux conseils d'administration, celui de Téléfilm et celui du FCT. Nous avons continué d'insister sur la réalisation de notre mandat comme investisseur culturel – nous avons des objectifs régionaux, une volonté de développement industriel, présentant des initiatives concernant la récupération de nos investissements, et une vision internationale –, tout en nous inscrivant dans un nouvel ensemble centré uniquement sur le financement de produits culturels. La bonne foi, la volonté de collaboration et le professionnalisme de Téléfilm Canada ont été reconnus.

Cinéma : des ambitions qui exigent de nouvelles initiatives

Le dossier du cinéma est devenu prioritaire grâce à la volonté de la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, de mettre en valeur ce mode d'expression unique de notre culture. À Téléfilm Canada, nous avons toujours placé l'essor du cinéma canadien en tête de notre liste de priorités. Déjà, en janvier 1996, j'exprimais mes inquiétudes par rapport au long métrage. Dans une lettre ouverte au quotidien *La Presse*, je décrivais ce dossier comme une bataille difficile, à forces inégales, et j'affirmais la nécessité d'un financement stable et adéquat pour notre cinéma. Je continue de penser, comme je l'écrivais alors, que « la condition première pour que notre cinéma s'impose demeure la production régulière et continue d'œuvres fortes et originales qui nous ressemblent, sont profondément ancrées dans notre réalité et transcendent l'anecdote pour atteindre l'universel ».

Cette année, nous avons participé aux réunions du comité consultatif sur le long métrage. Nous par-

tageons la volonté du comité de voir le gouvernement agir rapidement et efficacement en faveur de cette industrie. De plus, nous avons revu nos politiques d'investissements en production et en distribution pour mieux arrimer nos programmes à la qualité des projets, et assurer une mise en marché plus dynamique.

Soutien aux PME : des actions concrètes

Au Festival de télévision de Banff 1999, nous avons annoncé plusieurs initiatives pour accroître le soutien aux petites et moyennes entreprises de toutes les régions du pays, en télévision et en long métrage. Les sommes pour le développement et le marketing international, de même que le Programme de partage des revenus de production, sont désormais réservées exclusivement aux PME. Les frais de participation des PME aux stands de Téléfilm ont aussi été réduits pour certains marchés, et d'autres mesures seront mises en place bientôt. ■

Nous avons travaillé en collaboration étroite avec les associations professionnelles de l'industrie, avec des producteurs, des distributeurs, des réalisateurs, des scénaristes et des techniciens, qui ont fait preuve d'un enthousiasme et d'une volonté de réussir contagieux.

Nous publierons bientôt la position officielle de Téléfilm Canada sur le cinéma, qui s'intitule « Investir dans la culture – Pistes de réflexion pour une politique du long métrage canadien ». Nous souhaitons que ce document incite à une mise en commun de toutes les énergies du milieu.

Le multimédia : un appui déterminant à l'essor d'une industrie très prometteuse

La création du Fonds pour le multimédia au Festival de télévision de Banff 1998 a été une fort bonne nouvelle pour l'industrie des nouveaux médias. Ce fonds prenait le relais d'un programme expérimental administré par Téléfilm. Nous avons rapidement défini les principes directeurs du Fonds, établi une infrastructure administrative minimale et créé un comité consultatif qui nous aide à développer et à actualiser nos politiques. Ce fonds nous a permis de financer la production, le développement et le marketing d'un nombre record de projets, ce qui démontre qu'il répondait à un besoin immense.

Après plus d'un an d'activité, nous devons maintenant consolider le Fonds. Il nous faut revoir, entre autres, les outils financiers qui étaient privilégiés jusqu'ici. Les prêts remboursables encouragent les requérants à présenter des projets forts et à diversifier leurs partenaires financiers. Nos clients, et tout particulièrement les petites et les moyennes entreprises, nous exhortent toutefois à prendre plus de risques, comme nous l'avons fait pour la télévision et le cinéma, arguant que l'industrie du multimédia est avant tout une industrie culturelle. Le ministère du Patrimoine canadien a donné son accord à une révision des outils financiers du Fonds, qui sera terminée d'ici quelques mois. Le comité consultatif sur le multimédia joue un rôle très actif dans ce processus.

Administration : une nette amélioration de nos services à l'industrie

Le visage de notre administration s'est transformé. Plusieurs secteurs d'activité ont été consolidés, entre autres en production et en distribution. Nous avons aussi solidifié nos activités internationales et nos activités de communication, de façon à pourvoir l'industrie des meilleurs outils de développement et de promotion possibles. Ainsi, les festivals internationaux ont été intégrés à la direction des relations internationales et les festivals canadiens, à la direction des opérations canadiennes. Tous les secteurs et bureaux de Téléfilm travaillent en interrelation étroite, et cette synergie se traduit par une expertise unique et par une efficacité accrue.

Nous avons implanté un système de gestion des risques qui nous permet de traiter plus rapidement un grand nombre de dossiers. Un système de gestion des coûts par activité nous permettra de continuer à rationaliser nos interventions, puisque nous visons toujours à maintenir nos dépenses administratives à moins de 9 % de nos engagements.

Les indicateurs de rendement sont complémentaires de notre plan d'affaires 1997-2000 et du plan quinquennal que nous allons publier bientôt. Nous avons retenu 23 indicateurs qui nous permettront de mesurer l'atteinte des objectifs de la Société et de prendre des décisions éclairées. Étant donné les coûts d'implantation de ces indicateurs et la somme considérable de travail à laquelle font déjà face les employés de la Société, nous avons convenu qu'ils seront mis en place sur quatre exercices, incluant 1998-1999.

Nous visons une augmentation de nos revenus, afin que l'industrie puisse bénéficier de ressources additionnelles dans des secteurs jugés prioritaires. Nous allons aussi revoir certains outils financiers comme le Programme de cautionnement de prêts, et nous allons repenser notre appui au doublage et au sous-titrage. De plus, comme nous l'avons promis, nous allons continuer d'explorer les moyens qui permettraient d'injecter de nouvelles ressources financières au sein du système.

Impossible de parler d'avenir sans aborder la question du tournant informatique de l'an 2000. Téléfilm a été exemplaire à cet égard, et son plan d'urgence pour l'an 2000, qui tient compte de la nécessité d'émettre des chèques, de signer des ententes contractuelles et d'assurer le suivi budgétaire de ses activités, a été maintes fois cité en exemple par les autorités gouvernementales concernées. Une autre démonstration du très grand professionnalisme de notre équipe et de sa volonté de bien servir l'industrie.

La formation : un défi de la prochaine décennie

« Le dossier de la formation est l'un de nos plus importants défis. Il faut permettre à la relève et aux professionnels canadiens d'acquérir les connaissances dont ils ont besoin pour se positionner favorablement dans un environnement mondial qui évolue à toute vitesse. Voilà pourquoi Téléfilm s'associe avec enthousiasme aux principales écoles de formation du pays et appuie un grand nombre de forums et de sessions de perfectionnement. Un programme expérimental avec le service – médias et arts visuels du Banff Centre for the Arts nous offre aussi l'occasion d'investir dans le développement multimédia à haut risque et de bénéficier d'un vaste réseau international de relations et de ressources dans ce domaine. »

Un travail d'équipe

En terminant, je voudrais remercier toute l'équipe de Téléfilm pour son travail extraordinaire en cette année incroyablement exigeante sur le plan des programmes et de l'administration. Un merci tout particulier à Peter Katadotis et à son équipe, qui ont notamment mené à bien l'important dossier du Fonds canadien de télévision. Dans toutes nos remises en question et initiatives, nous avons bénéficié de l'appui généreux et éclairé du président de Téléfilm, Laurier L. LaPierre, O.C., et de l'ensemble du conseil d'administration. Nous leur en sommes très reconnaissants.

À l'industrie du film, de la télévision et du multimédia, j'offre mes plus sincères félicitations pour tous les progrès accomplis et pour tous les succès remportés en 1998-1999.



François Macerola



**Peter Katadotis, directeur
– opérations canadiennes**

« Cet exercice financier a été l'un des plus exigeants et des plus fructueux que nous ayons connus.

Nos équipes de Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax ont mis en œuvre des plans d'affaires

régionaux définis à partir des objectifs de la Société et des besoins spécifiques de leurs clientèles. Elles ont participé à la mise en place des politiques du nouveau Fonds pour le multimédia et à la refonte des principes directeurs du Fonds canadien de télévision, qui sont des outils de développement précieux pour l'industrie. Nos équipes régionales ont aussi contribué à la réflexion nationale sur le dossier prioritaire du long métrage et à la définition de nouvelles politiques concernant les petites et moyennes entreprises. En production, développement, distribution, doublage et marketing, nous avons signé avec l'industrie des contrats de plus de 155 millions de dollars. Avec nos partenaires financiers canadiens et étrangers, nous avons fait en sorte que l'industrie puisse offrir au public un plus grand nombre de produits canadiens de qualité, tant sur les écrans que dans les nouveaux médias. ■



**Danny Chalifour, directeur
– finances et administration**

« Téléfilm Canada entend faire preuve de transparence. Du plan d'affaires au processus de budgétisation et aux indicateurs de rendement, nous visons une imputabilité accrue à l'égard du

gouvernement, de l'industrie et des citoyens canadiens. Dans un contexte financier toujours difficile, la rationalisation de nos dépenses continue aussi d'être à l'ordre du jour. Nous sommes en train de relever d'autres défis administratifs et financiers : augmenter nos revenus pour investir davantage dans l'industrie, réviser certains de nos outils financiers pour mieux répondre aux besoins des entreprises, surtout des petites et moyennes entreprises, maintenir nos frais administratifs sous la barre des 9 % et continuer de moderniser notre système de gestion. ■



**Deborah Drisdell, directrice
– relations internationales**

« Les entreprises canadiennes travaillent de plus en plus dans une perspective internationale et tirent profit de notre expertise dans ce domaine.

Par l'entremise de notre direction,

qui inclut maintenant le bureau des festivals internationaux, Téléfilm facilite le rayonnement des produits canadiens et encourage les partenariats internationaux, en appuyant tout particulièrement les PME. La coproduction s'impose maintenant comme un excellent levier financier et donne des produits de qualité, acclamés dans le monde entier. Cette année, en partie à cause des dates de dépôt des projets au FCT, nous avons accrédité un nombre record de projets de coproduction représentant des devis de plus de 850 millions de dollars, comparativement à 250 millions de dollars il y a trois ans. En tenant compte de notre mandat face au développement international des petites et moyennes entreprises, nos principaux défis sont maintenant les suivants : renforcer le positionnement stratégique de notre industrie en Europe, faciliter la percée de nouveaux marchés, notamment ceux de l'Asie et des pays hispaniques, et offrir un appui ciblé au secteur du multimédia. ■



Suzan Ayscough,
directrice – communications
et affaires publiques

« L'avenir de l'industrie du film, de la télévision et du multimédia passe par la reconnaissance de son poids culturel et économique. Téléfilm s'est réso-

lument engagée dans la troisième voie des communications, Internet, mais nous misons toujours sur l'imprimé. Nous avons publié de nouveaux documents pour répondre aux besoins de nos clients et refléter l'augmentation du volume de production. Le *Guide sur la coproduction* et les catalogues sur les produits multimédias et les documentaires sont très populaires. Nous avons organisé plus d'événements – souvent avec le secteur privé, pour mettre les talents canadiens en valeur. Nous avons transféré l'administration des festivals internationaux à la direction des relations internationales, qui s'en trouve consolidée, et celle du programme *Le Canada à l'affiche* à la direction des opérations, mais nous continuons de travailler avec ces secteurs pour que les produits canadiens aient une plus grande visibilité, ici et à l'étranger. Et nous contribuons à la réalisation de l'objectif de décentralisation de la Société en travaillant davantage avec les bureaux, notamment à l'élaboration de plans de communication qui répondent aux besoins de leurs clientèles. ■



Stella Riggi, directrice – ressources humaines

« Je suis entrée en fonction à Téléfilm à la fin mai 1999, après avoir travaillé pendant onze ans pour une firme nationale de services professionnels. Pour faciliter l'essor de l'industrie canadienne en cette

ère de mondialisation des marchés, Téléfilm entend miser de plus en plus sur le savoir et la performance. En travaillant de près avec tous les bureaux de la Société, je compte donc me consacrer à la création d'un environnement propice au développement personnel et professionnel des employés. Les politiques qui seront mises en œuvre par le service des ressources humaines encourageront notamment la formation, la polyvalence et l'esprit d'équipe. De plus, nous soutiendrons les employés de chacun des bureaux dans leurs efforts pour améliorer sans cesse la qualité des relations avec leurs clients. Tout cela permettra à notre service de contribuer à la réalisation des objectifs de la Société définis dans le plan quinquennal. ■



Guy DeRepentigny,
directeur – politiques,
planification et recherches

« Le processus de consultation avec l'industrie est permanent. C'est vraiment en ce qui a trait à nos fonds et programmes qu'au plan d'affaires de la Société.

Nous siégeons au conseil d'administration du FCT et nous sommes partie prenante des décisions et de la planification. Nous avons participé à l'examen des politiques cinématographiques de la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, et nous siégeons au comité consultatif du Fonds pour le multimédia. Tout cela est un gage de vrai partenariat. Par ailleurs, Téléfilm est de tous les forums qui intéressent l'industrie, qu'il s'agisse des audiences du CRTC, du comité permanent de la culture et des communications ou d'autres tribunes nationales et internationales. Cela assure une vision claire de l'évolution des marchés et permet de mettre en place de bons outils de changement. ■



John Pelletier, conseiller juridique général et secrétaire du conseil d'administration

« Au cours du dernier exercice, Téléfilm Canada a mis à jour et rationalisé ses pratiques en matière de gestion d'entreprise. Ainsi, à l'avenir, les membres du conseil

d'administration de Téléfilm pourront suivre de près les résultats d'un certain nombre d'indicateurs de rendement. Les membres du conseil ont aussi adopté un nouveau règlement administratif d'entreprise qui modernise les règles de pratique et de procédure du conseil d'administration de la Société. L'amélioration constante de ces règles fait partie des objectifs de la Société au cours des prochaines années. En plus de son rôle de conseiller juridique, de secrétaire du conseil d'administration et d'arbitre des conflits d'intérêt internes, le service assume la responsabilité de traiter les demandes relatives à la *Loi sur l'accès à l'information*. Par ailleurs, l'utilisation croissante d'Internet, par les clients de la Société mais aussi par le personnel, nécessitera l'adoption de principes directeurs et des pratiques à jour afin de régir l'utilisation de ce moyen de communication instantané. Ces règlements prévoiront probablement un code de conduite relatif à Internet, à usage interne et de portée plus générale également, qui s'adressera aux employés de Téléfilm Canada. ■



Ralph Holt,
directeur – opérations,
région de l'Atlantique

« L'essor continu du Festival du film de l'Atlantique et la création de l'Atlantic Digital Media Festival illustrent le potentiel de notre région. Dans un monde

où la compétition pour trouver des sources de financement est de plus en plus serrée, les producteurs des quatre provinces ont réussi à créer un large éventail de projets avec l'appui du Programme de participation au capital du FCT et un grand nombre de radiodiffuseurs. *Emily of New Moon* et *The Divine Ryans*, *Foodessence* et *Passeport musique*, la coproduction *Misery Harbour*, la première série d'animation pour enfants, *The True Meaning of Crumbfest*, provenant de l'Île-du-Prince-Édouard, et le cédérom *A Trip to Time with Inspector McTree* démontrent le savoir-faire atlantique. *Beefcake*, du créateur de *The Hanging Garden*, a été présenté avec succès au festival de Sundance. Nous sommes heureux de l'essor continu de la production française en Acadie, et notamment de la création du long métrage *Full Blast*. Les produits dérivés de *Theodore Tugboat* sont une source de revenus significative pour la Société, qui en a été le principal investisseur pendant ses cinq ans de production. Nous avons travaillé avec l'Okalakatiget Society of Nain, au Labrador, pour le développement d'un premier projet autochtone dans notre région, *Hebron Relocation*. Des organismes de financement ont été créés au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve, et nous travaillons maintenant avec des représentants des quatre provinces pour assurer l'essor de l'industrie et lui offrir de meilleurs services. Revoir l'aide au multimédia, sous-utilisée ici, continuer de soutenir la relève, appuyer le développement de projets, faciliter la mise en marché des produits, renforcer nos communications avec l'industrie et développer nos partenariats canadiens et internationaux font partie de nos priorités pour la prochaine année. ■



Joëlle Levie,
directrice – opérations, Québec

« L'industrie québécoise a démontré, une fois de plus, son professionnalisme et sa maturité. Le volume des demandes déposées à Téléfilm, le nombre de succès en salles et à la télé-

vision sont des preuves de sa vitalité et de sa créativité. Dans le Fonds canadien de télévision, les dramatiques, toujours aussi bien accueillies par le public, demeurent une priorité. On a pu voir et apprécier des séries comme *Omertà*, *Réseaux* et *Juliette Pomerleau*, et des téléromans comme *Caserne 24*, *Diva* et *Km/h*. En pleine effervescence, le secteur du documentaire offre des portraits de société comme *Riopelle sans titre 1999*, *collage* et *Des marelles et des petites filles*, et touche des sujets d'actualité internationale comme *Visionnaires* et *Le Temps des barbares*. L'engouement du jeune public pour des séries comme *Macaroni tout garni*, *Cornemuse*, *Bibi et Zoé*, *Lapoisie* et *Jobard* témoigne de la qualité de nos créateurs dans ce domaine. Le cinéma d'ici commence à trouver sa place sur les écrans. Des films comme *Les Boys II* et *C't'à ton tour*, *Laura Cadieux* ont confirmé que la réussite n'est pas uniquement réservée à la concurrence étrangère. Dans le domaine du multimédia, les producteurs ont su tirer profit du nouveau Fonds et faire connaître des produits comme *Mia : un périlleux périple pour sauver Mamie Mimi*, *Zach et la Cité sacrée* et *Insectia/Le Jeu*. Quelques-uns des défis du prochain exercice : établir une collaboration encore plus étroite avec l'industrie, développer de nouveaux partenariats financiers et stratégiques, continuer d'adapter nos politiques à l'évolution du marché national et international, appuyer la relève, répondre aux besoins de perfectionnement de l'industrie et améliorer la mise en marché des produits québécois ici et à l'étranger. ■



Bill House,
directeur – opérations, Ontario

« L'industrie de l'Ontario continue d'innover et d'impressionner avec une grande variété de projets dans les secteurs de la télévision, du cinéma et du multimédia. La série dramatique *Power*

Play a été bien accueillie à CTV et sera diffusée sur le réseau UPN aux États-Unis. *Traders* (Global) a conservé son fidèle auditoire et a de nouveau récolté plusieurs prix Gemini. Le documentaire controversé de Sunny Yi, *Thai Girls*, a été présenté dans la prestigieuse série *Witness* de CBC. Quant à la série sur l'aviation *Flightpath*, elle a capté l'intérêt d'un vaste public sur le réseau Discovery et a été vendue aux États-Unis et en Allemagne. Deux séries pour enfants ont fait leurs débuts à YTV, *Panda Bear Daycare* et *Ruffus the Dog*. Le bureau de Toronto a financé sept longs métrages, dont *The Five Senses* de Jeremy Podeswa, qui a été acclamé à la Quinzaine des réalisateurs, à Cannes. Signalons aussi le lancement des films *Last Night* de Don McKellar, *eXistenZ* de David Cronenberg, gagnant d'un Ours d'argent à Berlin, et *Le Violon Rouge* de François Girard, acclamé par la critique internationale et qui connaît un grand succès en salles. Nous avons accueilli de nouveaux clients en multimédia, avec des projets qui ont suscité beaucoup d'enthousiasme. Dans tous les domaines, nous avons accordé la priorité à des projets de qualité supérieure, créés par des sociétés de toutes tailles. Certains de ces projets étaient en français et en langue autochtone. Du côté de l'industrie, nous avons appuyé des initiatives visant à améliorer l'expertise en production et la connaissance du marché, comme le projet *Master Class* du festival Hot Docs. La fusion d'Alliance et d'Atlantis témoigne avec éloquence de la consolidation et du succès de l'industrie. Nos priorités pour 1999-2000 : appuyer des productions solides et de grande qualité, susceptibles de plaire au public, favoriser les occasions d'affaires sur le marché international, répondre aux besoins des nouveaux joueurs du secteur multimédia, et trouver des façons d'appuyer la croissance et la stabilité des PME. ■



Elizabeth Friesen,
directrice – opérations,
région de l'Ouest

« Les entreprises de production de l'Ouest du pays ont continué de se développer et de diversifier leur activités de façon à relever les défis du marché international,

tant en ce qui concerne le film et la télévision que les nouveaux médias. À la télévision, nous avons appuyé une grande diversité de projets, dont *Cold Squad* et *Da Vinci's Inquest*, regardé par une moyenne de 812 000 spectateurs, *Incredible Story Studio II*, vendu à Disney Channel, de même que *Champions of the Wild* et *A Place Called Chiapas*, lauréats de plusieurs prix. Onze cinéastes ont réalisé un premier film grâce aux programmes *Kick Start* et *Drama Prize*; six longs métrages ont été produits, dont *Rollercoaster* de Scott Smith; *Better Than Chocolate* d'Anne Wheeler a été présenté dans la section Panorama à Berlin et a obtenu le prix spécial du Jury œcuménique. L'Ouest s'est aussi illustré avec 22 projets multimédias. *Glenn Gould: The New Listener* a remporté le prix Emma international (art et culture) tandis que *Einstein's Dreams* a été sélectionné comme *Hot Site* par *USA Today*. Notre association récente avec le Banff Multimedia Centre va stimuler la production et la coproduction multimédias. Par ailleurs, l'Ouest est un leader pour la production autochtone, avec des œuvres comme *Stories From the Seventh Fire*. Deux nouvelles entreprises ont eu accès au Fonds d'aide à la distribution de longs métrages, et nous avons facilité la participation d'entreprises des quatre provinces à des festivals et marchés internationaux, ce qui encourage la coproduction. Nous sommes fiers des résultats du programme *Initiative Asie-Pacifique*, qui ouvre de nouveaux partenariats et débouchés à toute l'industrie canadienne. Nous appuyons aussi une douzaine de festivals et d'événements, ainsi que des forums favorisant le développement professionnel dans tous les genres de production. Nous allons continuer de consacrer beaucoup d'énergie à l'essor de l'industrie et particulièrement à celui des PME. ■

L'allocation parlementaire de Téléfilm Canada a diminué considérablement au cours des dix dernières années, à la suite des mesures du gouvernement fédéral pour assainir les finances publiques et réduire de manière significative le déficit national. Cependant, au cours des dernières années, une série d'accords de contribution signés avec le ministère du Patrimoine canadien a permis à Téléfilm d'augmenter progressivement son appui à l'industrie. L'exercice 1998-1999, qui représentait la dernière année des compressions prévues à Téléfilm, a ainsi été une année record sur le plan des investissements.

Les recettes sur les investissements de Téléfilm ont continué de diminuer, passant de 35 millions de dollars en 1997-1998 à 28,7 millions de dollars en 1998-1999. Ceci reflète la diminution des investissements au début et au milieu des années 1990 et l'abandon progressif du Fonds d'aide aux activités commerciales en production, dont le taux de récupération était particulièrement élevé.

En raison de la nature de l'industrie qu'elle appuie mais aussi des exigences du financement gouvernemental, Téléfilm fonctionne selon deux systèmes financiers distincts. L'un concerne les débours, c'est-à-dire les paiements qui sont prélevés à même le budget de la Société pour l'exercice en cours. L'autre tient compte des engagements de Téléfilm, c'est-à-dire des contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur audiovisuel. Selon l'échéancier de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice.

Débours 1998-1999 : 179,4 millions de dollars

Le budget de Téléfilm pour l'exercice 1998-1999 était de 199,3 millions de dollars. Ce montant comprenait :

- une allocation parlementaire de 78,5 millions de dollars, soit une diminution de 2,6 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent;
- une contribution du ministère du Patrimoine canadien de 64,3 millions de dollars, soit 57,2 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision; 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia; et 1,3 million de dollars destinés à quatre écoles de formation;
- des recettes sur ses investissements de 48,6 millions de dollars, soit les recettes de l'exercice, 28,7 millions de dollars, et des recettes des exercices précédents;
- des remboursements sur ses prêts s'élevant à 7,9 millions de dollars.

Les débours de Téléfilm se sont élevés à 179,4 millions de dollars, dont 146,1 millions de dollars étaient liés à des engagements de l'exercice et 33,3 millions de dollars à des engagements des exercices précédents.

La portion non utilisée du budget de 1998-1999, soit 19,9 millions de dollars, a été reportée au budget de 1999-2000. Cette somme est composée de crédits de l'ancien Fonds de financement intérimaire de la Société, qui ont été réservés pour des initiatives qui

concerneront les petites et moyennes entreprises, d'une partie des revenus encaissés à la fin de l'exercice financier, et de sommes non engagées dans divers programmes.

Engagements de 172,4 millions de dollars

En 1998-1999, les engagements de Téléfilm, c'est-à-dire les contrats signés au cours de l'exercice, y compris les dépenses administratives afférentes, ont été de 172,4 millions de dollars, soit une augmentation de 4,3 % par rapport à l'exercice précédent. Cette augmentation est principalement liée à la création du Fonds pour le multimédia, qui a permis à Téléfilm d'injecter 5,8 millions de dollars de plus dans cette industrie.

De ces engagements, 134 millions de dollars ont été alloués à la production et au développement d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias canadiens, tandis que 22,6 millions de dollars ont été consacrés à des activités de distribution, de doublage, de marketing national et international et de promotion de l'industrie. Les dépenses administratives liées à ces engagements ont par ailleurs été de 15,8 millions de dollars.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives représentent 9,1 % des engagements, comparativement à 8,7 % l'année précédente. Cette légère augmentation est due à la création de nouveaux outils de mesure comme les indicateurs de rendement et le programme d'analyse des coûts par activité, de même qu'à la refonte du Fonds canadien de télévision. L'échéancier extrêmement serré du dépôt et de l'analyse des demandes au FCT pour 1999-2000 a nécessité l'embauche d'employés temporaires de janvier à mars 1999. Téléfilm a également fait en sorte que ses systèmes d'information et ses systèmes technologiques puissent relever le défi du passage à l'an 2000.

Pour les mêmes raisons, les dépenses administratives liées aux débours ont augmenté cette année, représentant 8,8 % des débours totaux de l'exercice, comparativement à 7,8 % en 1997-1998.

À l'occasion de la préparation de son budget 1999-2000, Téléfilm s'est fixé comme objectif de maintenir ses dépenses administratives à moins de 9 % de ses engagements.

N.B.

Les tableaux des Fonds et Programmes présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm pour l'exercice, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société.

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

ENGAGEMENTS

	ENGAGEMENTS POUR DE NOUVEAUX PROJETS	MODIFICATIONS AUX ENGAGEMENTS DES ANNÉES PRÉCÉDENTES*	TOTAL
	En millions de dollars	En millions de dollars	En millions de dollars
FCT – Programme de participation au capital			
Production	100,9	0,4	101,2
Développement	3,4	0,3	3,7
Total	104,3	0,6	104,9
Fonds de financement de longs métrages			
Production	18,8	0,2	19,0
Développement	1,3	0,4	1,7
Total	20,1	0,6	20,7
Programme de partage des revenus de production	2,2	-0,6	1,6
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	0,0	-0,1	-0,1
Fonds pour le multimédia	6,3	0,1	6,4
Coproductions officielles (mini-traités)	1,5	0,1	1,6
Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage	2,2	0,0	2,2
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	11,5	0,0	11,4
Autres formes d'aide			
Fonds régulier – Production et développement	0,4	0,0	0,4
Marketing national	0,9	-0,1	0,8
Marketing international	0,7	0,0	0,7
Participation aux marchés	0,7	0,0	0,7
Participation aux festivals étrangers	0,5	0,0	0,5
Subventions aux festivals canadiens	1,4	0,5	1,9
Développement industriel et professionnel	0,7	0,4	1,1
Développement professionnel – Écoles de formation	0,8	0,3	1,2
Autres formes d'aide	0,6	0,0	0,6
Total	6,7	1,2	7,9
Dépenses administratives	-	-	15,8
Total	154,7	1,9	172,4

* Incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.

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

RÉVISION DE L'ACCORD
DE COPRODUCTION
AVEC L'ALLEMAGNE
LE 18 SEPTEMBRE 1998, À HALIFAX

Josette Couture, directeur adjoint, Coopération internationale, Patrimoine canadien, le Dr. Max Dehmel, Ministerat, Bundesamt für Wirtschaft, Deborah Drisdell, directrice, relations internationales, Téléfilm, Wolfram Tichy, producteur, TiMe Medienvertriebs (Munich) et François Macerola, directeur général de Téléfilm



JOURNÉE SPÉCIALE CANADA
AU MIPCOM, À CANNES,
LE 6 OCTOBRE 1998

Xavier Roy, président de REED MIDEM Organisation, l'honorable Catherine Trautmann, ministre de la Culture et de la Communication en France, Laurier L. LaPierre, O.C.

François Macerola, conférencier pour Le Canada : un partenaire d'envergure internationale, lors de la série de conférences qui s'est tenue au Palais des Festivals



L'honorable Jacques Roy, ambassadeur du Canada en France, François Macerola, directeur général de Téléfilm, Laurier L. LaPierre, O.C., président du Conseil de Téléfilm, et madame Roy

PROJECTION DU FILM LE VIOLON ROUGE,
AU MUSÉE DE LA CIVILISATION À HULL
LE 8 DÉCEMBRE 1998

Elvira Sánchez de Malicki, membre du Conseil de Téléfilm, l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, Deborah Drisdell, directrice, relations internationales de Téléfilm et Niv Fichman, producteur du film



Monique Mercure, comédienne, Jeanine C. Beaubien, membre du Conseil de Téléfilm, Laétitia Cyr, vice-présidente du Conseil de Téléfilm et Dorothée Berryman, comédienne

Laurier L. LaPierre, O.C., président du Conseil de Téléfilm, l'honorable Marcel Massé, président du Conseil du trésor et ministre responsable de l'infrastructure, madame Aline Chrétien et François Girard, réalisateur du film



LANCEMENT DU GUIDE
SUR LA COPRODUCTION
AU STAND DE TÉLÉFILM CANADA
AU MIP-TV 1999, À CANNES

Micheline Raymond, vice-présidente, acquisitions, développement et distribution chez Communications Claude Héroux International, François Macerola, Joanne Forgues, vice-présidente des Productions Prisma inc., Guy Crevier, président et chef de la direction, Motion International, Louise Baillargeon, présidente-directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec



W. Patterson Ferns, président-directeur général du Festival de télévision de Banff et François Macerola



Dorothea Bourret, réceptionniste et Lise Corriveau, agente, marchés internationaux, de Téléfilm

LE STAND DE TÉLÉFILM CANADA
À L'ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO (E3),
À LOS ANGELES EN MAI 1999



Le stand ombrelle de Téléfilm d'une superficie de 2500 pieds carrés accueillait 18 compagnies canadiennes

TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ACADÉMIE
CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION,
SOUS LA PRÉSIDENTE D'HONNEUR
DE FRANÇOIS MACEROLA, LE 3 JUIN 1999



Laëtitia Cyr, vice-présidente du Conseil de Téléfilm, Francis Fox, président, Québec et Est du Canada, Rogers Cantel Inc., François Macerola



Andréanne Bournival, présidente, section Québec, Académie canadienne du cinéma et de la télévision, André Larin, président et directeur général, divertissement et documentaire, Motion International



André Provencher, président, TVA International

Faits saillants



One Heart Broken Into Song

r. Clement Virgo
Picture Plant Ltd.
Située dans la Nouvelle-Écosse des années 30, cette dramatique, dont la distribution est entièrement composée d'acteurs noirs, raconte le périple d'une jeune fille de 18 ans, Lyla, qui s'efforce d'échapper aux terribles conditions de vie d'une petite ville minière. One Heart Broken Into Song sera présenté en première cet automne au Festival de l'Atlantique.

POLITIQUES - TÉLÉVISION ET CINÉMA

Fonds canadien de télévision : une refonte qui favorise l'industrie, les télédiffuseurs et le public

Créé en 1996 par le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie de la télévision par câble, le Fonds canadien de télévision (FCT) est composé de deux programmes complémentaires, le Programme de participation au capital (PPC) administré par Téléfilm Canada et le Programme de droits de diffusion (PDD) administré par le FCT. Après deux années de collaboration, les deux Programmes ont fait face, en avril 1998, à de sérieuses difficultés administratives liées à une augmentation considérable du volume des demandes en production. Le conseil d'administration a pris rapidement des mesures financières pour s'assurer que les projets prioritaires puissent être portés à l'écran. Les mois d'été et d'automne ont été consacrés en bonne partie à une refonte des principes directeurs du Fonds pour 1999-2000 et à un meilleur arrimage des deux Programmes.

Les principes directeurs de 1999-2000 ont été transmis à l'industrie en décembre 1998 et des ateliers d'information ont été organisés dans une dizaine de villes en janvier 1999. Le FCT a présenté un seul jeu de politiques et les mêmes formulaires pour les deux Programmes, indice d'une véritable harmonisation du Fonds.

D'une façon générale, les nouveaux principes directeurs du FCT favorisent une programmation fortement canadienne et culturelle. Ils s'appuient pour la première fois sur quatre exigences fondamentales concernant le contenu canadien, soit l'histoire racontée, les équipes, la propriété des droits et les lieux du tournage et de l'action. Ces exigences reflètent les orientations traditionnelles de Téléfilm.

Les deux Programmes ont des buts communs : appuyer en priorité les dramatiques diffusées aux heures de grande écoute; maximiser leurs dollars avec des droits de diffusion plus élevés et d'autres sources de financement privé; et, aussi, faire en sorte que les prises de décision financières conjointes correspondent aux cycles de production de l'industrie.

En ce qui concerne le PPC, l'accent a été mis sur un partenariat plus transparent avec l'industrie. Le PPC a adopté une grille d'évaluation qui est la même pour toutes les catégories d'émissions. Cette grille indique clairement nos critères d'évaluation des projets et leur importance les uns par rapport aux autres. Ces critères ressemblent à ceux que Téléfilm a toujours utilisés et reflètent des priorités du Plan d'affaires de la Société : la croissance des petites et des moyennes entreprises, les productions des minorités des langues officielles, la production régionale, les perspectives de rendement et les auditoires. Le PPC n'a pas perdu de vue l'importance des coproductions internationales et continuera d'investir dans ce domaine en proportion de ses engagements antérieurs.

Pour 1999-2000, le plafond de la contribution du PPC aux projets a été révisé pour lui permettre de financer le plus grand nombre possible de projets tout en respectant les priorités des télédiffuseurs.

Pour répondre aux inquiétudes de l'industrie quant au besoin des radiodiffuseurs de connaître le plus tôt possible les décisions d'investissement du PPC pour préparer leur grille d'automne, une date unique de dépôt des demandes en télévision pour 1999-2000 a été fixée, soit le 15 février. Les offres de financement du PPC ont été transmises à l'industrie avant la fin avril, le PDD a ensuite étudié les demandes et les décisions finales du FCT ont été connues en mai. Ce processus a été harmonieux. Nous pourrions en voir les résultats dans le prochain rapport annuel de Téléfilm et du Fonds canadien de télévision, à l'automne de l'an 2000.

Caserne 24

r. Jean Bourbonnais,
François Côté
Les Productions Sovimage
Le quotidien des pompiers de Caserne 24, de ces hommes et de ces femmes qui partagent tout, les dangers de leur profession comme leurs épreuves personnelles, a attiré un million de téléspectateurs.

Examen de la politique cinématographique canadienne

L'industrie prend la parole!

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

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

La Voie du succès :

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Remis en mars 1999 à la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, qui l'avait commandé dans le cadre d'un examen général de la politique cinématographique canadienne, le Rapport du comité consultatif sur le long métrage démontrait ses ambitions par un titre percutant, *La Voie du succès*. Le comité était formé de 13 membres, actifs dans les secteurs de la production, de la distribution et de l'exploitation des longs métrages canadiens; issus de toutes les régions canadiennes, ils possédaient aussi une bonne expertise de la scène internationale.





Ce rapport a tiré profit d'une centaine de mémoires et soumissions, de même que de consultations régionales. Il rappelle l'importance culturelle du cinéma canadien, ses nombreux succès ici et ailleurs, et le rôle économique du secteur de la production audiovisuelle, soit 30 000 emplois directs et une injection annuelle de 2,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne. Il fait aussi état de l'environnement peu favorable dans lequel évolue notre cinéma et de la nécessité d'accroître les ressources pour la production et la promotion.

Il fixe les objectifs suivants pour 2004 :

- une hausse du temps d'écran de 2 % à 10 % pour les films canadiens;
- une hausse de la production annuelle de longs métrages canadiens;
- une hausse de la part de recettes des films canadiens aux guichets;
- une hausse de la qualité des films canadiens;
- une hausse du budget moyen des films canadiens;
- une hausse de l'appui du secteur public aux longs métrages canadiens;
- une hausse de l'investissement privé dans les longs métrages canadiens;
- une hausse de la portée et de la qualité des initiatives canadiennes en matière de distribution et de commercialisation.

Le comité recommande la création d'un nouveau fonds pour le financement de longs métrages et suggère que Téléfilm joue un rôle actif à cet égard en raison de « son réseau de bureaux au Canada et à l'étranger, et de son expérience du financement des longs métrages ». Le comité recommande aussi le remaniement du crédit d'impôt pour les services de production, un meilleur partenariat avec les institutions culturelles nationales, dont Radio-Canada/CBC et l'Office national du film du Canada, l'accroissement de la participation des radiodiffuseurs public et privés, le renforcement du secteur canadien de la distribution et la création de nouveaux outils pour stimuler les investissements privés, dont la création d'un fonds de capital de risque pour les petites et moyennes entreprises.

Appui de Téléfilm Canada au comité consultatif sur le long métrage

La Société demande l'injection de nouveaux fonds et propose la création d'une société à caractère commercial et d'un bureau de promotion de l'industrie du cinéma.

Un communiqué de presse émis par Téléfilm en mai 1999 faisait état de propositions de la Société dans le cadre de l'examen général de la politique cinématographique canadienne. « Téléfilm Canada entérine pleinement les conclusions du rapport du comité consultatif sur le long métrage quant à la nécessité d'augmenter les ressources disponibles, d'améliorer la production, la distribution et la promotion des longs métrages et, ce faisant, d'accroître leur temps d'écran et leurs auditoires, tout particulièrement au pays », affirmait François Macerola, directeur général de la Société.

« Nous avons atteint des résultats phénoménaux du côté de la télévision, qui bénéficie d'investissements massifs et d'une réglementation favorisant la propriété et le contenu canadiens. Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision investissent actuellement quelque 35 millions de dollars par année dans la production de longs métrages, et Téléfilm soutient la distribution, le marketing et la promotion nationale et internationale des longs métrages pour une somme additionnelle d'environ 15 millions. Le long métrage a donc beaucoup moins de ressources financières que la télévision. Il faut rééquilibrer le soutien aux deux secteurs d'activité, d'autant plus que le cinéma, contrairement à la télévision, est laissé aux lois du marché, qui est extrêmement concurrentiel. Il faut que nous ayons les moyens de nos ambitions. »

Un appel à la ministre du Patrimoine canadien pour de nouveaux fonds en long métrage

« Téléfilm réitère son appui à l'industrie concernant la demande de 50 millions de dollars additionnels pour permettre à notre cinéma d'atteindre la masse critique nécessaire à son essor. Nous invitons Mme Copps à répondre le plus rapidement possible à cette recommandation. Mme Copps a nettement indiqué une

Le Dernier Souffle

r. Richard Ciupka
Les Films Vision 4
En plus d'avoir été bien reçu dans les marchés internationaux, *Le Dernier Souffle*, avec sa distribution éblouissante et son intrigue fascinante, a tenu l'écran de mars à la fin juin au Québec et a atteint un box-office de plus d'un demi-million de spectateurs.

L'Île de sable

r. Johanne Prigent
Ciné-Action inc.
L'Île de sable relate avec sensibilité et vivacité un épisode difficile de la vie d'une adolescente de 16 ans. À voir sur le grand écran en octobre 1999.



volonté de changement, et elle a fait preuve de beaucoup de vision et de courage en créant le Fonds canadien de télévision et le Fonds pour le multimédia. J'ai donc confiance qu'elle aura de bonnes nouvelles à nous annoncer dès cet automne.



Heater

r. Terrance Odette
Marble Island Pictures

Deux itinérants de Winnipeg tissent des liens d'amitié fragiles fondés sur leur besoin désespéré de faire un peu d'argent grâce à un calorifère volé. Heater est le premier long métrage de Terrance Odette.

Téléfilm Canada propose de nouvelles pistes de solutions

« Nous souhaitons la création, conjointement avec des partenaires des milieux financiers et audiovisuels canadiens, d'une société indépendante à vocation commerciale dont la mission serait d'offrir aux entreprises canadiennes de production et de distribution des services et produits, financiers et autres, mieux adaptés à leurs besoins.

« Nous réfléchissons par ailleurs à la possibilité de créer un bureau de promotion dont le mandat serait de mettre en valeur l'industrie canadienne et ses produits, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Il faudra aussi mettre à contribution l'expérience des exploitants de salles et réexaminer le rôle que la télévision canadienne publique et privée doit assumer face à la production, à la diffusion et à la mise en marché des longs métrages d'ici. Ce rôle doit être plus important, comme nous l'avons clairement indiqué au cours des audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sur l'avenir de la télévision canadienne. »

Créer un modèle canadien

Le véritable défi, selon François Macerola, est de créer un nouveau modèle canadien d'appui au long métrage. « S'il faut de nouvelles ressources, dit-il, il faut aussi être imaginatif et créer un modèle qui nous ressemble et qui soit efficace. Créer notre propre modèle, cela veut dire préserver la personnalité de notre cinéma, ce qui le rend unique. Cette personnalité doit atteindre son plein développement. Cela veut dire une cinématographie diversifiée, qui fait entendre les voix de cinéastes chevronnés et de la relève, et qui s'abreuve à des sources d'inspiration multiples. Tout me porte à croire qu'on pourra y arriver, parce qu'on l'a déjà fait avec succès du côté de la télévision et parce que

l'originalité est un trait caractéristique de l'industrie canadienne. Notre cinéma a déjà une excellente réputation, mais le meilleur est encore à venir. »

**PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT :
des records**

**Un appui à 588 nouveaux projets
Des devis totaux de 550 millions de dollars**

En 1998-1999, Téléfilm Canada a alloué une somme record de 134 millions de dollars au développement et à la production de 588 nouveaux projets pour le cinéma, la télévision et les nouveaux médias. Les investissements en télévision et en cinéma ont augmenté et reflètent la grande vitalité de cette industrie. La création du Fonds pour le multimédia a par ailleurs permis à la Société de contribuer davantage à l'essor de produits à fort contenu canadien.

Cette contribution se répartit comme suit :

- Programme de participation au capital (PPC) du Fonds canadien de télévision : 104,9 millions de dollars ;
- Fonds de financement de longs métrages : 20,7 millions de dollars ;
- Fonds pour le multimédia : 4,9 millions de dollars (ce fonds comprend aussi des sommes pour le marketing) ;
- Programme de partage des revenus de production : 1,6 million de dollars ;
- Mini-traités de coproduction avec la France : 1,6 million de dollars ;
- Fonds régulier : 378 000\$.

La Société a permis la mise en œuvre de 588 projets, dont 276 projets de production et 312 projets de développement. L'exercice précédent avait vu la création de 506 projets.

Ces projets ont représenté une activité de production de plus d'un demi-milliard de dollars, ce qui s'est traduit par quelque 17 000 emplois directs et indirects dans l'ensemble du pays.

Téléfilm s'est associée aux projets qui présentaient le maximum de contenu canadien, le plus d'intérêt sur le plan culturel, le plus de chance d'atteindre de vastes auditoires, et le meilleur potentiel de récupération pour la Société.



Macaroni tout garni

Publision
Avec sa part de marché de 36,8 % et sa moyenne de cote d'écoute de 180 000, cette émission pour enfants de 6 à 8 ans se classe en tête de sa catégorie.

Répartition linguistique

La Société a encouragé de façon équitable la production dans les deux langues officielles, en allouant 34,2 % de ses ressources à la production en français et 65,1 % à la production en anglais. Par ailleurs, en conformité avec le mandat du Programme de participation au capital du FCT, une enveloppe de 1 million de dollars a été consacrée à la production en langues autochtones. Les œuvres appuyées cette année font entendre 16 langues autochtones et comptent une première coproduction internationale avec la France, *Les Filles de Shimun*.

Répartition régionale

Des créateurs de toutes les régions contribuent à l'expression de notre culture par l'entremise du film, de la télévision et du multimédia. Téléfilm a accordé 72 % de ses ressources à des projets de Montréal et de Toronto et 28 % à des projets des provinces de l'Ouest, des provinces de l'Atlantique et de villes du Québec et de l'Ontario autres que Montréal et Toronto. La région de l'Ouest a récolté 19 % de la contribution de Téléfilm, et la région atlantique, 8,3 %.

Depuis trois ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées à la production régionale n'a cessé d'augmenter. Elle était de 26 % en 1996-1997 et de 27 % en 1997-1998.



Développement de projets

Le développement et la scénarisation de projets de qualité sont des priorités pour Téléfilm. En 1998-1999, l'aide au développement s'est élevée à 8,4 millions de dollars, comparativement à 7 millions de dollars l'année précédente. Cette augmentation est liée en partie au nouveau Fonds pour le multimédia.

Il faut noter qu'en raison de la diminution des revenus de la Société, le Fonds d'aide aux activités commerciales en production a été aboli cette année et que les ressources du Programme de partage des revenus de production (PPRP) ont diminué. La liste des entreprises bénéficiant du PPRP est disponible sur notre site Internet.



The City

Sarrazin-Couture Productions Inc.

Cette série torontoise audacieuse parle des événements et des personnages complexes qui forment la trame de toute métropole d'aujourd'hui.

Cet automne, CTV en diffusera la deuxième saison alors que la version française prendra l'affiche au réseau TVA en septembre 2000.

Atteindre les auditoires

Il est important que nos films, émissions de télévision et produits multimédias rejoignent le plus large public possible, ici et à l'étranger.

Marketing national et international

Par l'intermédiaire du Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes, la Société a alloué 1,5 million de dollars à des projets de mise en marché au pays et à l'étranger. Près de 800 000 dollars ont été accordés au marketing national, appuyant des tests de marché, la publicité et la promotion entourant le lancement des longs métrages, de même que d'autres activités ponctuelles. Une somme de 700 000 dollars a été allouée à la promotion de longs métrages canadiens sur la scène internationale : campagnes de promotion, publicité dans les publications spécialisées, et activités de marketing lors de marchés comme le MIPCOM, le NATPE et le MIP-TV.

Mentionnons que le Fonds pour le multimédia comprend un volet pour la mise en marché et que le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages appuie le marketing des longs métrages canadiens au pays.

Doublage

Le doublage des films et des émissions de télévision assure une meilleure circulation des œuvres dans les deux langues officielles. Le public canadien a davantage accès aux œuvres d'ici et ce, dans sa propre langue. Trente-quatre films et émissions de télévision ont été doublés dans l'une ou l'autre des langues officielles, pour un total de 2,2 millions de dollars ; 72 % de cette somme a été accordée pour le doublage en version française et 28 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, la plus grande partie de cette somme, soit 94 %, a été consacrée à des productions destinées à la télévision et 6 % à des productions pour les salles de cinéma.

To Russia with Fries

David Paperny Films

Ce documentaire dresse un portrait fascinant d'un homme de fer, George Cohon, celui qui a établi le premier MacDonald à Moscou, en 1979. To Russia With Fries est sorti sur le réseau CTV en juin dernier.

TÉLÉFILM CANADA :

UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE ENVERS LE CINÉMA CANADIEN

Créée en 1967 sous le nom de Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, Téléfilm est le principal partenaire de cette industrie depuis plus de 30 ans. En 1986, la mise en place du Fonds de financement de longs métrages donnait une nouvelle impulsion à notre cinéma. Et en 1996, le lancement du Fonds canadien de télévision, doté d'une enveloppe de 15 millions de dollars pour le long métrage, allait permettre à Téléfilm d'accroître son appui aux talents cinématographiques canadiens.

C'est ainsi que Téléfilm a contribué à la création de quelque 750 longs métrages, dont plusieurs – entre autres les films de Claude Jutra, David Cronenberg, Jean Pierre Lefebvre, Bill Fruet, Don Shebib, Claude Fournier, Gilles Carle, Phillip Borsos, Mireille Dansereau, Don Owen, André Forcier, Denys Arcand, Anne Wheeler, Francis Mankiewicz, Micheline Lanctôt, Allan King, Michel Brault, Atom Egoyan, Jean-Claude Lauzon, Patricia Rozema, Léa Pool, Bill McGillivray, Lynne Stopkewich, Guy Maddin, Bruce McDonald, Don McKellar, Mina Shum, Robert Lepage, Thom Fitzgerald, Denis Villeneuve et Manon Briand – sont des fleurons de notre cinéma. La Société appuie chaque année des premières œuvres, encourageant ainsi les cinéastes à renom de demain. Proportionnellement à sa population, le Canada est l'un des cinémas nationaux les plus présents dans les festivals et les marchés internationaux.

Téléfilm a développé, au fil des ans, une expertise du financement des films, des marchés et des relations internationales absolument unique qui se traduit par une production de qualité, originale et diversifiée, à contenu canadien élevé, qui suscite l'intérêt des publics d'ici et d'ailleurs.

Longs métrages 1998-1999 : Téléfilm alloue 34,2 millions de dollars à 45 longs métrages

Le long métrage a une place d'honneur à Téléfilm. Au cours de l'exercice, la Société a appuyé la production de 45 longs métrages dont les devis totaux s'élevaient à 177,3 millions de dollars. La contribution financière de Téléfilm – 34,2 millions de dollars – a été allouée principalement par l'entremise du Fonds canadien de télévision et du Fonds de financement de longs métrages, mais aussi du Fonds régulier, du Programme de partage des revenus de production de la Société et de mini-traités avec la France. Au total, la Société a consacré 64 % de ses ressources à des productions en anglais et 36 % à des productions en français.

Huit longs métrages sont des coproductions avec un ou plusieurs des pays suivants : France, Suisse,

Royaume-Uni, Hongrie, Allemagne, Pologne et Norvège. Cinq coproductions sont à majorité canadienne.

La Société a appuyé des projets d'une grande diversité. Comédies, films intimistes, historiques, futuristes et fantastiques, études de mœurs, drames sociaux, *road movies*, films expérimentaux : les longs métrages canadiens prennent racine dans un terreau culturel extrêmement riche. Ils traitent de tous les âges de la vie et de toutes les conditions sociales, et présentent des personnages canadiens de toutes les origines. Inspirés de la vision du monde et de l'imaginaire de créateurs canadiens, ils n'en sont pas moins d'un intérêt et d'une facture universels. Ils rejoignent des auditoires de tous les coins du monde avec des mots, des images, des personnages et des histoires qui sont bien d'ici.

La Société a également contribué à des films de toute envergure. Voici la répartition des devis de production, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire :

- 25 millions de dollars et plus : 3 projets, *eXistenZ*, *Taste of Sunshine* et *La Veuve de Saint-Pierre*;
- 10 – 25 millions de dollars : 1 projet, *15 Moments*;
- 5 – 10 millions de dollars : 2 projets, *Ladies Room*, *Misery Harbour*;
- 2 – 5 millions de dollars : 17 projets;
- 1 – 2 millions de dollars : 3 projets;
- 1 million de dollars et moins : 18 projets.

Les six projets dont les devis étaient supérieurs à 5 millions de dollars étaient tous des coproductions. Par ailleurs, quatre projets avaient des budgets de moins de 100 000 \$; ces films ont été financés par l'intermédiaire du Fonds régulier de Téléfilm qui permet d'encourager des œuvres expérimentales et des premières œuvres, produites surtout en région.

Si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire, le devis moyen des longs métrages appuyés par Téléfilm cette année était de 2,9 millions de dollars.

Téléfilm Canada est également un partenaire important des producteurs canadiens en ce qui concerne le développement et la scénarisation de projets de longs métrages. Cette année, 85 projets ont été conçus et Téléfilm a assumé 39 % des devis. On y trouvera les productions à succès de demain, tant au grand qu'au petit écran!

Pour plus de renseignements, veuillez consulter les chapitres consacrés au Programme de participation au capital du FCT et au Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada.

COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

En 1998-1999, la direction des communications et affaires publiques de Téléfilm a contribué à une plus grande visibilité de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia, au pays comme à l'étranger. Activités d'information et de promotion, publications diverses, organisation d'événements et développement du site Internet ont mis en valeur les talents canadiens.

La direction a contribué au renouveau du Fonds canadien de télévision (FCT), en collaboration avec le conseil d'administration du FCT, le conseil d'administration, la direction et les bureaux régionaux de Téléfilm, et l'équipe du Programme de droits de diffusion (PDD) du FCT, à Toronto. Les communications avec l'industrie et les médias ont été nombreuses. Elles ont permis de transmettre efficacement les orientations du FCT pour 1999-2000 et les changements au mode de fonctionnement des deux Programmes. Téléfilm était guidée par deux objectifs : accroître la transparence de ses activités et améliorer son partenariat avec le PDD pour que l'industrie, les télédiffuseurs et le public tirent un meilleur parti des ressources du FCT.

La direction a appuyé les stratégies de Téléfilm en ce qui concerne la promotion des longs métrages au Canada et à l'étranger. Ainsi, les projections que



la Société organise pour les parlementaires canadiens et les dignitaires étrangers s'avèrent un excellent outil pour la reconnaissance de notre cinéma. Elles contribuent à rapprocher les décideurs gouvernementaux de l'industrie et des créateurs. À la suite du succès de ces projections, dont celle du *Violon Rouge* de François Girard, l'industrie a commencé à organiser ses propres projections à Ottawa, avec le concours de Téléfilm. La Société se réjouit de cette initiative. Nous entendons faire en sorte que ces événements servent la cause de notre cinéma et respectent un équilibre linguistique et régional.

Les marchés et les festivals sont d'excellentes vitrines de la production canadienne. La direction



L'Univers fantastique de Jean Leloup

r. Clodine Galipeau
Amérimage-Spectra inc.
Cette illustration musicale de l'imaginaire de Jean Leloup intègre aux chansons de l'artiste des courts métrages de fiction adaptés de nouvelles écrites par Leloup.

s'associe à la promotion de l'industrie au cours de ces événements, et met en valeur les entreprises et les œuvres qui y participent. Rencontres de presse, pages publicitaires, messages d'appui, articles de fond, entrevues avec la direction de Téléfilm positionnent favorablement la production canadienne dans un environnement concurrentiel. Il faut noter qu'en raison de la consolidation des activités de la Société à l'étranger, l'administration du bureau des festivals internationaux a été transférée à la direction des relations internationales. La direction des communications et affaires publiques continuera d'être responsable des activités de communication internationales.

Téléfilm facilite la mise en œuvre de plans de communication régionaux qui instaurent un partenariat encore plus dynamique avec l'industrie dans tous les coins du pays. Deux consultantes en communication, l'une à Vancouver et l'autre à Halifax, contribuent actuellement à la décentralisation des services de communication de Téléfilm. Par ailleurs, un consultant en communication se joindra à l'équipe de Toronto l'année prochaine.

En 1999-2000, la Société mettra tout particulièrement l'accent sur l'industrie du multimédia, dont le dynamisme est remarquable. L'essor de cette industrie exige une excellente promotion nationale et internationale.

On trouvera, à la fin des Faits saillants, une liste des publications de Téléfilm Canada réalisées par ou avec la collaboration de la direction des communications et affaires publiques.

Une adresse indispensable : www.telefilm.gc.ca

Le site Internet de Téléfilm est une porte ouverte sur l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia. Le nombre d'accès a augmenté du tiers cette année et le nombre d'utilisateurs est aussi en progression; plus de la moitié d'entre eux viennent de la scène internationale.

Le site de Téléfilm traite de l'organisme, des festivals, des affaires internationales, du financement des productions, des productions ainsi que de l'industrie

The Prince and the Grail

r. Robert Hutt
Charing Cross Productions Ltd.
Un riche mélange de séquences contemporaines recréant l'époque médiévale, d'animation ainsi que de décors, d'acteurs et de costumes virtuels donne un cachet incomparable à cette émission qui relate la légende du Graal et avance l'hypothèse qu'il puisse avoir été apporté au Canada par un explorateur écossais du XIV^e siècle. À voir en première à Vision TV en octobre 1999.

canadiennes, et des toutes dernières nouvelles de la Société. On y a accès au site du Fonds canadien de télévision, et notamment aux principes directeurs et aux communiqués du FCT. On y trouve aussi la liste à jour des appels d'inscription aux festivals et celle des films canadiens présentés dans les festivals internationaux. Par l'entremise du Répertoire de l'industrie, on peut avoir accès aux sites d'une centaine de joueurs du milieu audiovisuel canadien. Le site de Téléfilm comprend aussi la plupart des documents listés dans la section Publications de ce rapport annuel.

Les prochaines étapes : multiplier les hyperliens entre le site de Téléfilm et d'autres sites d'intérêt connexe, canadiens et étrangers; intégrer les catalogues à une base de données afin de faciliter les recherches par réalisateur et producteur, entre autres; mettre en place une interface graphique pour que les utilisateurs puissent entrer directement des données sur les formulaires de demande inclus dans le site. Le www.telefilm.gc.ca sera de plus en plus utile et convivial!

Riopelle sans titre 1999, collage

r. Pierre Houle
SDA Productions
(Groupe Coscient)
Lauréat du Prix Téléfilm Canada décerné dans le cadre du Festival de télévision de Banff à la Meilleure production de langue française, Riopelle sans titre 1999, collage rend hommage à ce grand peintre, à cet homme immense.



Festivals canadiens : des tremplins pour la production canadienne

En 1998-1999, Téléfilm Canada a appuyé 29 festivals canadiens par le programme *Le Canada à l'affiche*. Il s'agit des principales manifestations nationales, soit 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 de télévision de Banff; et de 25 festivals, régionaux ou à caractère plus spécialisé, qui mettent en vedette, entre autres, le documentaire, le court métrage, les arts, l'animation, la production jeunesse, la production autochtone, les nouvelles technologies et la production indépendante et expérimentale.

Tous ces festivals sont des tremplins pour la production canadienne. Ils permettent aux Canadiens de toutes les régions d'avoir plus facilement accès à la production canadienne et internationale.

La Société a alloué 1,9 million de dollars à ces événements. Cinq festivals se sont ajoutés au programme cette année, dont quatre sont destinés aux jeunes. *Le Canada à l'affiche* compte maintenant sept

festivals ayant pour mission de promouvoir le cinéma d'ici et d'ailleurs auprès du jeune public. Tous ces événements visent à présenter aux jeunes un cinéma de qualité, afin d'élargir leurs horizons culturels et sociaux. Ces festivals ont lieu à Rimouski, Montréal, Saskatoon, Winnipeg, Toronto et Vancouver.

Par ailleurs, trois festivals offrent une programmation dans la langue officielle minoritaire de la province où ils sont présentés. Ils permettent ainsi au public de voir des films qu'ils n'auraient pas la chance de voir autrement. Il s'agit de Freeze Frame, un festival bilingue présenté à Winnipeg; du Festival international du cinéma francophone en Acadie, présenté à Moncton et à Dieppe; et de Cinémental, présenté à Winnipeg et à Saint-Boniface.

Les festivals canadiens sont un axe de plus en plus important du plan d'affaires des bureaux régionaux de Téléfilm. Le programme *Le Canada à l'affiche* a donc été transféré à la direction des opérations canadiennes en mai 1999. La direction des communications et affaires publiques continuera de travailler avec ce secteur pour assurer la meilleure visibilité possible aux productions canadiennes.

Les prix Téléfilm Canada dans les festivals canadiens

Téléfilm a accordé 17 prix dans le cadre de dix festivals canadiens du film, de la télévision et de la vidéo, pour une somme totale de 169 000 \$. Une bourse de 5 000 \$ a aussi été accordée à un participant de la *Course Destination Monde* présentée pour la dernière fois par Radio-Canada cette année.

Pour souligner le 50^e anniversaire de la *Déclaration universelle des droits de l'homme*, Téléfilm a créé deux prix spéciaux au Festival de télévision de Banff 1998. Le prix pour la Meilleure production télévisuelle canadienne en français ou en anglais traitant des droits de la personne a été remis à *The Sleep Room/ Pavillon de l'oubli* d'Anne Wheeler; et le prix pour la Meilleure production télévisuelle autochtone en français, en anglais ou en langue autochtone traitant des droits



The Sleep Room/ Pavillon de l'oubli

r. Anne Wheeler
CINAR Films inc./Bernard Zukerman Productions Ltd.
Dans le cadre du 50^e anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme, cette série dramatique, fondée sur des faits réels, a reçu au cours du Festival de Banff 1998 le Prix Téléfilm Canada pour la Meilleure production télévisuelle canadienne en français ou en anglais traitant des droits de la personne.

de la personne a été remis à *Native Veterans: A Warrior Story* de Joe Beardy.

Sept des 17 prix Téléfilm Canada sont destinés à la relève canadienne du court, du moyen et du long métrage. Les prix Téléfilm Canada aux festivals de Vancouver et de Halifax ont pour objectif de souligner la qualité de la production de l'Ouest du pays et de la région atlantique. La Société appuie aussi la production autochtone en remettant chaque année deux prix à des œuvres autochtones au Festival de Banff.

Créés en 1996, les prix Téléfilm Canada étaient jusqu'à maintenant des contributions au développement ou à la production de futures œuvres admissibles au financement de la Société. Téléfilm fera une évaluation de cette formule en 1999-2000 afin d'assurer que les prix soient le plus utile possible à l'industrie.

RELATIONS INTERNATIONALES

En tant que société d'État, Téléfilm a le mandat de promouvoir la culture canadienne sur la scène mondiale et de contribuer au développement de partenariats internationaux solides. En 1998-1999, ce mandat était une priorité.

Par l'intermédiaire de la direction des relations internationales, la Société a offert à l'industrie une expertise de pointe et un large éventail de services dans le domaine des coproductions, des marchés et des festivals internationaux. Son bureau de Paris a contribué au renforcement des liens avec la communauté européenne. Par ailleurs, la direction soutient l'industrie dans sa recherche de nouveaux marchés, notamment en Asie et dans les pays ibéro-hispaniques. La direction a travaillé en collaboration avec les bureaux canadiens de Téléfilm pour faire en sorte que toutes les régions aient accès aux instruments de développement internationaux de la Société.

Pour assurer plus de poids et de vision à ses activités, la direction des relations internationales a intégré les festivals internationaux qui relevaient auparavant de la direction des communications.

Le bureau de Paris a fait l'objet d'une consultation auprès de l'industrie et le bilan s'est révélé positif. L'industrie considère qu'il est important d'avoir une antenne en Europe, qui est son principal partenaire. À la suite des recommandations qui lui ont été faites, la Société continuera de participer aux grands débats européens comme ceux qui ont lieu au sein du Forum de Strasbourg et des instances audiovisuelles de Bruxelles.

Au cours de l'exercice, le bureau de Paris a été présent à plusieurs événements européens, dont le Festival d'Annecy, où Téléfilm et TV France International célébraient dix ans de succès franco-canadiens en animation, et le Rendez-vous international des scénaristes, où on retrouvait plusieurs scénaristes canadiens. Le bureau a organisé une immersion à Londres pour 25 professionnels canadiens du documentaire et une expérience similaire est prévue à Paris en novembre prochain.



Emporte-moi

r. Léa Pool
Cité-Amérique Cinéma
Télévision

Le long métrage Emporte-moi, une coproduction entre le Canada, la Suisse et la France, est distribué dans une quinzaine de pays et a participé à de nombreux festivals internationaux dont celui de Berlin où il a remporté le Prix spécial du jury œcuménique.

Coproductions internationales : des instruments pour développer la qualité Cinq nouveaux accords de coproduction

Cinq nouveaux accords de coproduction ont été signés en 1998-1999, soit avec Cuba, la Finlande, la Norvège, les Philippines et Singapour, tandis que les accords avec l'Espagne et l'Allemagne ont été élargis de façon à inclure la télévision et le multimédia.

À ce jour, 46 accords ont été signés avec 54 pays. La coproduction est un outil pour atteindre la qualité, comme on l'a vu récemment avec des œuvres telles *Le Violon Rouge*, *Emporte-moi*, *eXistenZ*, *Insectia* et *The Worst Witch*. Par des commissions mixtes comme celles qui se sont tenues avec l'Allemagne et l'Espagne cette année, et d'autres initiatives, Téléfilm s'assure que les accords demeurent pertinents dans un monde en constante évolution. En plus de la télévision et du cinéma, la moitié des accords incluent maintenant le multimédia. Par ailleurs, la participation financière minimale exigée dans le cas d'un partenaire minoritaire tend maintenant à être de 20 % plutôt que de 30 %, ce qui assure plus de flexibilité sur le plan du financement.

En cette ère de mondialisation, Téléfilm est reconnue pour la pertinence de ses politiques internationales. Avec ses partenaires étrangers, elle ne cesse de développer de nouvelles politiques pour favoriser des alliances internationales. La Société met de plus en plus l'accent sur les accords multilatéraux dont Media II et Eurimages en Europe. Elle encourage aussi la signature d'une entente de coopération multiculturelle entre le Canada et la Communauté européenne, et étudie la possibilité de devenir membre du programme Ibéro-America, qui regroupe le Portugal et 11 pays d'Amérique latine.

Accréditation de 131 projets de coproduction avec des devis de plus de 850 millions de dollars

Le service des coproductions a accrédité 131 projets de coproduction représentant des devis de plus de 850 millions de dollars. Ce bilan exceptionnel est lié en partie aux dates de tombée du FCT pour l'exercice

1999-2000. Les nouvelles normes exigeaient en effet que toutes les demandes d'accréditation anticipées de cet exercice aient été remises avant la fin du mois de janvier 1999. Une partie de ce bilan concerne donc des projets du prochain exercice.

La France et le Royaume-Uni sont au premier rang des pays coproducteurs. De fait, 90 % des coproductions canadiennes sont réalisées avec l'Europe. Parmi les autres pays coproducteurs cette année, mentionnons l'Allemagne, le Japon, le Luxembourg, l'Afrique du Sud, la Norvège, l'Ukraine, la République tchèque, la Suisse et l'Islande. On remarque une nette augmentation du volume de coproduction du côté des émissions pour enfants et des documentaires.

Téléfilm accorde 9,5 millions au développement et à la production de projets de coproductions

En plus de l'accréditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets particulièrement intéressants sur le plan culturel. En 1998-1999, la Société a engagé 9,1 millions de dollars dans la production de 20 projets de coproduction représentant des devis totaux de 167,4 millions de dollars. La Société a aussi alloué près de 400 000 \$ au développement de coproductions, dont huit projets par l'entremise de mini-traités avec la France et un projet avec le Royaume-Uni dans le cadre du *Cinema Plan* pour le développement de coproductions cinématographiques en anglais.

Insectia

r. German Gutierrez

Pixcom

Qu'avons-nous en commun avec les insectes? Bien plus qu'on pourrait le croire comme l'explique cette captivante coproduction franco-canadienne, primée au International Wildlife Film Festival et au Hot Docs, et vendue dans plus de 150 pays.

ombrelle de Téléfilm ne cesse de croître; au cours des trois dernières années, elle est passée de 44 à 56 et à 72 entreprises. La plupart des participants sont de petites et moyennes entreprises provenant de toutes les régions canadiennes. Téléfilm met à leur disposition un vaste réseau de contacts et une expertise unique en relations internationales. Les marchés sont déterminants pour la vente des produits, l'achat de droits de distribution et de diffusion, la création ou la finalisation de coproductions et la recherche de partenaires financiers. Ils permettent une meilleure compréhension des tendances internationales et la mise en place de bonnes stratégies de développement.



Téléfilm a fait un retour au Marché de Berlin, le Festival de Berlin s'avérant une plaque tournante essentielle pour nos longs métrages en Europe et un élément clé du développement de partenariats européens en long métrage. La Société a par ailleurs participé pour la première fois à trois marchés du multimédia, ce nouvel axe de croissance des talents canadiens, afin d'assurer à nos produits une visibilité à la mesure de leur qualité.

Le rôle de Téléfilm dans ces marchés est diversifié : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de rencontres, participation à des conférences ou réunions avec des instances gouvernementales étrangères ou des groupes de coproducteurs.

1 171 inscriptions dans 104 festivals et événements internationaux

Intégré depuis octobre 1998 à la direction des relations internationales, le bureau des festivals internationaux continue d'agir à titre d'agent des produits canadiens dans les festivals étrangers. Chacun des professionnels qui y travaille s'est spécialisé dans un ou des genres spécifiques : films à petit budget, films spécialisés, documentaires, animation, etc. On y développe aussi une expertise dans le secteur du multimédia et de la production autochtone.

En 1998-1999, le bureau a procédé à 1 171 inscriptions dans 104 festivals et événements internationaux. Une hausse importante par rapport aux 972 inscriptions de l'exercice précédent! Les œuvres canadiennes



Amandine Malabul/

The Worst Witch

r. Andrew Morgan,

Stefan Pleszczynski

Galafilm

Le Canada et le Royaume-Uni se sont unis pour coproduire cette charmante et espiègle série jeunesse inspirée de la célèbre collection éponyme de Jill Murphy. Déjà neuf pays, dont les États-Unis (HBO), en ont acheté les droits. Cette émission s'est classée au tout premier rang des émissions pour la jeunesse en Angleterre.

Marchés internationaux : une participation canadienne record

Téléfilm participe maintenant à neuf marchés, comparativement à cinq marchés auparavant :

- trois marchés de télévision, le MIP-TV et le MIPCOM à Cannes, et le NATPE à Los Angeles;
- trois marchés du film, soit ceux du Festival international du film de Berlin, du Festival international du film de Cannes et de l'Independent Feature Film Market de New York;
- trois marchés du multimédia, le MILIA de Cannes, l'E3 à Los Angeles et le MIM à Montréal.

Le Canada est une figure majeure de ces marchés. De fait, la présence de l'industrie dans les stands

ont remporté une trentaine de prix internationaux très convoités.

Le bureau a facilité la sélection en organisant la projection de 441 films, émissions de télévision et vidéos pour des représentants de festivals. Il a aussi contribué au sous-titrage en français, en anglais, en espagnol et en allemand d'une quinzaine de films sélectionnés par des festivals. De plus, il a permis à 39 cinéastes canadiens de participer à la promotion de leurs œuvres lors de festivals majeurs, et a aussi collaboré à l'organisation de plusieurs rétrospectives du cinéma canadien, notamment au Mexique, en France, en Lettonie, en Catalogne, aux États-Unis et à Taiwan.

Initiative Asie-Pacifique

Téléfilm contribue au développement des relations avec les marchés asiatiques grâce à *Initiative Asie-Pacifique*, un programme créé en 1998 et dont la responsabilité a été confiée au bureau de Vancouver. En 1998, une mission en Chine présidée par François Macerola et composée de représentants des provinces a constitué un pas important dans cette direction.

Depuis, les relations avec la Chine se sont intensifiées. Un groupe de travail conjoint des secteurs public et privé a été créé pour assurer la continuité dans le domaine des coproductions, de l'exportation et de l'importation. Une délégation des présidents de studios chinois a fait un séjour à Montréal, Toronto et Vancouver en novembre 1998. Le point saillant de cette mission a été la signature, entre Shanghai Animation Studio et CINAR (Montréal), d'une première coproduction d'animation, *Rumble & Growl*. D'autres projets sont en marche, notamment dans le secteur du documentaire. Par ailleurs, l'entreprise privée chinoise a présenté une vingtaine de films canadiens sur les ondes de la chaîne payante Movie Channel, qui rejoint plus de 20 millions de foyers. Notons également que le Festival de télévision de Banff et Téléfilm ont organisé un Focus sur la Chine à l'occasion du 20^e anniversaire du Festival.



Traces d'étoiles

r. Claude Desrosiers
Les Productions Pixcom inc.
Deux des meilleurs comédiens du Québec, Sylvie Drapeau et Luc Picard, donnent à voir un magnifique duo d'acteurs dans cette bouleversante adaptation de la pièce de théâtre éponyme.

LES PUBLICATIONS DE TÉLÉFILM : **des outils nationaux et internationaux précieux**

Par l'intermédiaire de la direction des communications et affaires publiques, Téléfilm s'est dotée de plusieurs outils d'information et promotionnels. Ces documents sont disponibles sur le site Internet de la Société (www.telefilm.gc.ca) et plusieurs sont publiés sur papier, à la demande des clientèles de l'organisme. Au cours de l'exercice, Téléfilm a aussi contribué à des publications des secteurs privé et public.

Documents d'information sur Téléfilm

Rapport d'activités du FCT

Outre son propre rapport annuel, Téléfilm Canada copublie le *Rapport d'activités* annuel du Fonds canadien de télévision. On y retrouve les faits saillants et l'analyse des données de l'exercice, de même que la liste complète des productions et des projets de développement appuyés par le FCT. On peut obtenir ce document à l'un ou l'autre des bureaux de Téléfilm ou au FCT, 1877 975-0766.

Plan d'affaires 1997-2000 : Vers le nouveau millénaire

Ce plan d'affaires constitue la base de travail actuelle de Téléfilm Canada. Il présente le mandat de la Société, de même que ses objectifs et stratégies. Un plan d'affaires quinquennal est en préparation et un résumé sera rendu public à l'automne 1999.

Liste annuelle des engagements de Téléfilm

Ce document présente la liste des projets par fonds et programmes et par langue. On y retrouve, pour chaque projet, les noms du producteur, du réalisateur et du scénariste, l'entreprise de distribution, la ville d'origine et la participation financière de Téléfilm.

Communiqués de presse

Téléfilm publie une soixantaine de communiqués de presse par année. Ils traitent entre autres des faits saillants de l'exercice, des prix Téléfilm Canada, de la participation canadienne aux festivals et marchés,

Histoire Max

r. Michel Maltais
Les Productions R. Charbonneau
Histoire Max, une production ontarienne, c'est la rencontre de la Nouvelle-France et de l'Acadie, du présent et de l'histoire du Canada de 1606 à 1760, d'une jeune reporter, Max, et de celui qui monte ses reportages, François.

d'événements spéciaux et des engagements trimestriels de la Société. La Société contribue aussi à la publication des communiqués du FCT.

Documents sur l'industrie canadienne

Le Répertoire de l'industrie canadienne du film, de la télévision, de la vidéo et du multimédia

Ce document répertorie les ministères et organismes des gouvernements canadien et provinciaux concernés par le secteur audiovisuel, les organismes culturels, les associations professionnelles, les entreprises de production, de distribution et d'exportation, les laboratoires et services à la production, les télédiffuseurs, les organismes de financement et les festivals canadiens. On y retrouve les coordonnées utiles et les personnes avec qui communiquer.

Téléfilm s'associe à Multimédia Canada 1999

La Société a commandité le premier guide canadien du multimédia, *Multimédia Canada*, qui comprend 3 000 inscriptions dont les sociétés de production, de distribution, d'équipements et de services multimédias, les centres de formation et de recherche, les associations et les professions connexes (avocats, scénaristes et assureurs spécialisés en multimédia). Ce document est publié par Canadashow.com, une filiale de la revue *QuiFaitQuoi*.

Téléfilm et l'OFDC lancent Canadian Production Finance : A Producer's Handbook

Ce guide destiné aux petites et moyennes entreprises traite de tous les aspects financiers d'une production, exemples pratiques à l'appui. Il facilite les contacts avec les organismes de financement, les banques, les avocats et les comptables, entre autres. Écrit par Kathy Avrich-Johnson, il est vendu par la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne.

Documents liés aux relations internationales

Zoom International

Zoom Europe, un bulletin d'information sur le marché européen, a été renommé *Zoom International* et comprend une section régulière sur les marchés de l'Asie. Ce document bilingue est publié par le bureau de Paris, avec la collaboration du bureau de Vancouver, responsable du programme *Initiative Asie-Pacifique* de Téléfilm.

Guides sur l'industrie européenne

Le bureau de Paris publie, et met à jour régulièrement, des guides sur les industries française, allemande, italienne et espagnole.

Annuaire Canada-Asie

Publié par le bureau de Vancouver, l'*Annuaire Canada-Asie* comprend les coordonnées de quelque 150 professionnels canadiens qui connaissent une langue ou une culture asiatique, ou qui ont déjà travaillé avec un partenaire venant d'Asie.

Guide sur la coproduction

Le Canada : un partenaire de choix

Au MIP-TV 1999, Téléfilm a lancé son premier guide sur la coproduction, où l'on retrouve toutes les informations relatives à la coproduction avec le Canada, notamment les principes directeurs de la coproduction, la liste des pays coproducteurs et un profil des sociétés canadiennes de coproduction. L'industrie s'est associée à Téléfilm pour cette publication.

Catalogues des productions appuyées par Téléfilm

Téléfilm publie chaque année des catalogues sur les productions qu'elle finance. Reflétant l'augmentation de la production, quatre catalogues ont été publiés en 1999 : un sur les dramatiques, émissions de variétés et émissions pour enfants ; un sur les documentaires ; un sur les produits multimédias et un sur les longs métrages. Plus de 250 productions y sont répertoriées, avec coordonnées, synopsis, photos et, pour les longs métrages, biographie du réalisateur.

Télévision



Crimes of Honour

r. Shelley Saywell

Bishari Film Productions Inc.

*Crimes of Honour expose une pratique islamique insoutenable**– l'assassinat de sœurs et de filles ayant perdu leur virginité.**L'émission a été diffusée en première par la CBC en janvier**1999. Depuis, elle a été achetée par la Finlande et les États-Unis**où elle sera présentée par HBO cet automne.***PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL**

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	NOMBRE DE PROJETS*	DEVIS TOTAUX** En milliers de dollars	TÉLÉFILM CANADA En milliers de dollars	RÉPARTITION LINGUISTIQUE %
Français				
Production	74	151 495	33 522	
Modifications – production***	–	–	502	
Sous-total	74	151 495	34 024	
Scénarisation et développement	61	3 975	1 468	
Modifications – développement***	–	–	179	
Sous-total	61	3 975	1 648	
Sous-total – français	135	155 470	35 672	34,0
Anglais				
Production	118	279 544	66 404	
Modifications – production***	–	–	-127	
Sous-total	118	279 544	66 277	
Scénarisation et développement	114	5 036	1 872	
Modifications – développement***	–	–	86	
Sous-total	114	5 036	1 958	
Sous-total – anglais	232	284 579	68 235	65,0
Langues autochtones				
Production	11	2 839	934	
Modifications – production***	–	–	–	
Sous-total	11	2 839	934	
Scénarisation et développement	5	140	65	
Modifications – développement***	–	–	–	
Sous-total	5	140	65	
Sous-total – langues autochtones	16	2 979	1 000	1,0
Total	383	443 028	104 907	100,0

* Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.

** Comprend les devis totaux des coproductions.

*** Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.

PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

Fonds canadien de télévision : Près de 210 millions de dollars, 2278 heures d'émissions pour le public canadien

En 1998-1999, les producteurs canadiens de télévision et de longs métrages ont fait merveille. Avec l'appui de près de 210 millions de dollars du Fonds canadien de télévision, ils ont créé plus de 430 nouvelles œuvres représentant 2278 heures de programmation. Ces productions seront présentées par 72 entreprises de télédiffusion publiques, privées, éducatives, spécialisées et payantes au pays, et les Canadiens y auront accès tout au long de l'année, à des heures de grande écoute.

Entre l'idée qui germe et la mise en ondes nationale et internationale du produit fini, il faut souvent des années de travail collectif. Créateurs, producteurs, équipes de production, comédiens et télédiffuseurs visent les hauts standards qui caractérisent la télévision canadienne. La mise en œuvre d'un tel volume de production exige des ressources considérables dont celles, au tout premier chef, du Fonds canadien de télévision.



Un Fonds, deux Programmes, dont le Programme de participation au capital administré par Téléfilm Canada

Depuis 1996, le FCT a joué un rôle fondamental dans l'essor de l'industrie canadienne. Créé par le gouvernement du Canada et l'industrie de la télévision par câble, ce fonds est composé du Programme de droits de diffusion (PDD), qui offre des compléments aux droits de licence, et du Programme de participation au capital (PPC), qui fonctionne sur la base d'investissements, de prêts et d'avances en production et en développement. Téléfilm Canada est fier de jouer un rôle important au sein du Fonds canadien de télévision en tant qu'investisseur culturel et administrateur du PPC.

Les résultats de l'exercice 1998-1999 du FCT sont saisissants : nombre record de projets, contenu canadien élevé, programmation extrêmement diversifiée correspondant aux critères d'un public de plus en plus exigeant, appui à des compagnies de production

de toutes tailles et de toutes les régions du pays, succès importants ici et ailleurs.

Le PPC : un mandat ambitieux

Le budget du PPC est de 107,5 millions de dollars, soit 50 millions de dollars provenant de l'ancien Fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision de la Société et 57,5 millions de dollars accordés par le ministère du Patrimoine canadien.

En 1998-1999, ce budget incluait une enveloppe de 15 millions de dollars destinée aux longs métrages, composée de compléments aux droits de licence et d'investissements, et une enveloppe de 1 million de dollars réservée à la production en langues autochtones. Le PPC contribue aussi au développement et à la scénarisation de nouveaux projets, ce qui garantit le renouveau de la programmation télévisuelle au cours des prochaines années.

Vous trouverez ci-après une description détaillée des principaux résultats de l'exercice.

Un record de 383 projets de production et de développement

En 1998-1999, les engagements de Téléfilm Canada dans le cadre du Programme de participation au capital se sont élevés à tout près de 105 millions de dollars. Leur effet de levier a été considérable puisqu'ils ont permis le développement et la production d'un nombre record de projets, soit 383 comparativement à 321 l'année précédente.

L'ensemble des devis, incluant la participation du PPC et les autres contributions canadiennes et étrangères, a atteint 443 millions de dollars.

Près de 850 heures de production sur les écrans canadiens

Le PPC sert bien les intérêts du public canadien en lui offrant une grande diversité d'émissions et de longs métrages. En 1997-1998, 748 heures de télévision avaient été produites. Cette année, les Canadiens auront accès à tout près de 850 nouvelles heures de production, soit une augmentation de 14%.



Bob Morane

r. Norman J. Leblanc
Cactus Animation inc.
(Groupe Coscient)
Chevalier des temps modernes et justicier incorruptible, le célèbre héros de Henri Vernes revient de nouveau peupler l'imaginaire de milliers de jeunes grâce à cette co-production franco-canadienne.

Les Enfants de chœur

r. Magnus Isacson
Productions érézi
Les Enfants de chœur relate la destinée extraordinaire d'une poignée d'ex-itinérants et de déshérités qui forment aujourd'hui la célèbre Chorale de l'Accueil Bonneau.

L'augmentation du nombre d'heures de production concerne les émissions pour enfants en anglais et en français, de même que les dramatiques et les documentaires en anglais.

Plusieurs projets ont bénéficié de la participation de plus d'un radiodiffuseur, ce qui augmente leur temps d'antenne et leur permet d'être plus accessibles au public canadien. Ainsi, les 850 heures de production correspondent à 1 123 heures de diffusion au pays, comme on peut le voir dans le tableau concernant la présentation des émissions au public canadien.

Financement canadien et international des productions

Le PPC est, en moyenne, le principal investisseur des productions auxquelles il s'associe. Cette année, sa participation s'est élevée à 25 % des devis de production des émissions de télévision et des longs métrages. Comme on peut le voir dans l'analyse de la structure financière, plusieurs projets ont aussi bénéficié du Programme de droits de diffusion et d'autres fonds et programmes de Téléfilm.

Au total, la participation des deux Programmes du FCT et de Téléfilm a représenté 40 % des devis, soit le même pourcentage que pendant l'exercice précédent.

Toutefois, Téléfilm et le FCT encouragent les producteurs à diversifier leurs sources de financement et à établir de nouvelles alliances. Cela assure de meilleures assises financières aux entreprises canadiennes et accroît l'intérêt des marchés financiers, tout en permettant à Téléfilm et au FCT de contribuer chaque année à un très grand éventail de projets.

La contribution des radiodiffuseurs a augmenté, pour s'établir à 19,3 % des devis comparativement



Justice

r. Richard J. Lewis
Alliance Atlantis
Communications Inc.
C'est l'automne 1998 et l'éclatement politique guette de nouveau le Canada et le Québec. En tant que principale représentante légale du Canada, Mimi Druckman, avocate plaidante de 36 ans au service du ministère fédéral de la Justice, se retrouve dans l'œil du cyclone.

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement – nouveaux contrats signés

CATÉGORIES	NOMBRE DE PROJETS*	HEURES DE PRODUCTION	DEVIS TOTAUX	DEVIS**	FCT – PROGRAMME DE PARTICIPATION AUCAPITAL		FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES		TÉLÉFILM CANADA AUTRES FONDS (PPRP ET MINI-TRAITÉS)	
					En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
Français										
Dramatiques	17	115,5	61 428	61 428	16 784	27,3	–	–	78	0,1
Variétés	4	22,0	3 332	3 332	910	27,3	–	–	–	–
Enfants	12	226,0	50 278	32 786	6 136	18,7	–	–	300	0,9
Documentaires	35	66,0	18 951	17 671	5 041	28,5	–	–	58	0,3
Longs métrages	6	10,0	17 507	17 507	4 651	26,6	2 252	12,9	559	3,2
Sous-total	74	439,5	151 495	132 723	33 522	25,3	2 252	1,7	994	0,7
Anglais										
Dramatiques	26	162,3	179 769	179 769	41 660	23,2	–	–	672	0,4
Variétés	–	–	–	0	–	–	–	–	–	–
Enfants	8	49,5	25 795	21 259	5 960	28,0	–	–	–	–
Documentaires	71	162,6	34 849	34 849	9 388	26,9	–	–	137	0,4
Longs métrages	13	23,1	39 131	39 131	9 396	24,0	5 574	14,2	–	–
Sous-total	118	397,5	279 544	275 008	66 404	24,1	5 574	2,0	809	0,3
Langues autochtones	11	12,5	2 839	2 839	935	32,9	0	0,0	0	0,0
Total	203	849,5	433 878	410 569	100 861	24,6	7 826	1,9	1 803	0,4

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

** Ne comprend pas la part étrangère (23 308 252 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

à 17,8 % l'année dernière. Cette hausse a surtout profité aux dramatiques et aux longs métrages.

La contribution des distributeurs et du secteur privé (producteurs-équipes-services, fonds d'aide privés, commanditaires, investisseurs privés) s'est maintenue, représentant au total 20 % des devis.

Les gouvernements provinciaux jouent un rôle important dans l'essor de la production canadienne. Cette année, Terre-Neuve et le Manitoba se sont ajoutées aux provinces qui encourageaient leur production, soit le Québec, l'Ontario, la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, la Saskatchewan et la Colombie-Britannique. Les crédits d'impôt fédéral et provinciaux représentent maintenant 85 % des contributions gouvernementales, comparativement à 80 % l'année précédente.

Enfin, les producteurs canadiens continuent de miser sur des coproducteurs, entreprises de télédiffusion et distributeurs étrangers pour financer leurs œuvres. En incluant la part étrangère des productions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, la participation étrangère totale aux projets du PPC s'est élevée cette année à 37,4 millions de dollars, une augmentation de 28 % par rapport à l'année précédente.

Objectifs linguistiques : projets en français, en anglais et en langues autochtones

Le PPC a consacré 34 % de ses ressources en production et en développement à des projets de langue française, 65 % à des projets de langue anglaise et 1 % à des projets de langues autochtones. Ces pourcentages répondent aux objectifs du Programme.

Le PPC appuie la production dans les deux langues officielles dans tout le pays. Ainsi, le Programme a contribué au développement et à la production de 32 projets de langue anglaise au Québec et de 11 projets de langue française au Nouveau-Brunswick, en Colombie-Britannique, en Ontario et au Manitoba, y consacrant plus de 13 millions de dollars, soit près de 13 % de ses engagements.

Le PPC a encouragé l'essor de la production autochtone grâce à une enveloppe de 1 million de dollars. Il a assoupli ses exigences quant aux droits de diffusion, aux catégories admissibles et aux heures de diffusion. Il a aussi favorisé l'embauche d'apprentis autochtones. Le Programme a financé 16 projets autochtones, dont 11 productions et cinq projets de développement. Sept projets viennent de l'Ouest (deux de la Colombie-Britannique, deux du Manitoba, et un de la Saskatchewan, du Nunavut et du Yukon),

FCT – PROGRAMME DEDROITS DEDIFFUSION		ENTREPRISES DETELEDIFFUSION		SECTEURPRIVE		DISTRIBUTEURS		AUTRESSOURCES GOUVERNEMENTALES		PARTICIPANTS ETRANGERS	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
11 154	18,2	15 692	25,5	2 675	4,4	921	1,5	14 125	23,0	–	–
293	8,8	1 256	37,7	193	5,8	103	3,1	577	17,3	–	–
1 449	4,4	6 909	21,1	1 732	5,3	8 519	26,0	7 741	23,6	–	–
1 916	10,8	3 113	17,6	1 089	6,2	270	1,5	5 645	31,9	538	3,0
–	–	12	0,1	669	3,8	1 756	10,0	5 552	31,7	2 057	11,7
14 811	11,2	26 982	20,3	6 359	4,8	11 569	8,7	33 640	25,3	2 595	2,0
29 128	16,2	38 285	21,3	16 821	9,4	22 045	12,3	25 429	14,1	5 729	3,2
–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
4 347	20,4	3 349	15,8	4 674	22,0	1 648	7,8	1 282	6,0	–	–
5 353	15,4	8 914	25,6	3 779	10,8	565	1,6	5 466	15,7	1 246	3,6
–	–	1 494	3,8	5 605	14,3	6 858	17,5	5 783	14,8	4 421	11,3
38 828	14,1	52 042	18,9	30 880	11,2	31 115	11,3	37 959	13,8	11 397	4,1
619	21,8	225	7,9	331	11,7	0	0,0	632	22,3	98	3,5
54 257	13,2	79 248	19,3	37 569	9,2	42 684	10,4	72 231	17,6	14 090	3,4



Amarok's Song Series

dir. Martin Kreelak
Inuit Broadcasting Corporation
Cette série en inuktitut accompagne une famille inuit pendant cinquante ans, de sa vie nomade dans la toundra à sa coexistence sédentaire avec les Blancs. Elle aborde aussi la question de la création du Nunavut et de ses répercussions sur les traditions inuits.

cinquante du Québec, trois de l'Ontario et un de Terre-Neuve. C'est la première fois que toutes les régions sont représentées dans le bilan annuel du PPC. Ces œuvres mettent à l'honneur 16 langues autochtones (certaines présentent plus d'une langue), soit l'inuktitut, le déné, le cri, l'oji-cri, l'ojobway, le méchif, le dakota, l'innu, l'attikamek, le micmac, l'algonquin, le mohawk, l'abénakui, le kwakwala, le blackfoot et le squamish.

En 1999-2000, l'enveloppe de la production en langues autochtones sera de 2 millions de dollars, soit 1 million pour le PPC et 1 million pour le PDD. Elle sera entièrement administrée par le PPC. Le fait que le PPC administre l'enveloppe du PDD pourrait éventuellement réduire les crédits d'impôt dont bénéficient les producteurs. En guise de compensation, le PPC augmente sa part d'investissement dans les projets admissibles, et cela, jusqu'à 70 % des coûts de production.

Régions : 29 % des ressources en production et en développement

Grâce au FCT, des créateurs de toutes les régions du pays ont la possibilité de s'exprimer par le truchement de la télévision et du cinéma, de faire carrière dans leur région et d'illustrer les problématiques et les rêves de leur communauté. Plusieurs mesures incitatives y contribuent, dont un assouplissement des exigences concernant les droits de diffusion et la récupération. Les bureaux régionaux de Téléfilm à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax travaillent de concert avec les instances gouvernementales et l'industrie de leur région pour encourager la création audiovisuelle.

Le Canada compte quatre grands centres de production, soit Montréal et Toronto, mais aussi – et de

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

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

LIEU	NOMBRE DE PROJETS*	NOMBRE D'HEURES DE PRODUCTION	DEVIS** En milliers de dollars	PARTICIPATION DE TÉLÉFILM CANADA	
				En milliers de dollars	% du devis
Montréal	84	441,5	156 803	37 196	24
Toronto	45	172,3	142 503	34 832	24
Sous-total	129	613,8	299 306	72 028	24
Colombie-Britannique	30	95,3	52 679	12 430	24
Alberta	7	24,0	8 784	2 679	30
Saskatchewan	4	18,0	6 875	1 925	28
Manitoba	6	12,5	2 673	733	27
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	4	13,0	2 095	689	33
Québec (à l'exclusion de Montréal)	5	12,5	5 256	824	16
Nouveau-Brunswick	5	21,7	4 019	1 502	37
Nouvelle-Écosse	9	33,7	25 298	7 183	28
Île-du-Prince-Édouard	1	0,5	750	300	40
Terre-Neuve	3	4,5	2 835	568	20
Sous-total	74	235,7	111 263	28 832	26
Total	203	849,5	410 569	100 860	25

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

** Ne comprend pas la part étrangère (23 308 252 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.



façon remarquable – Vancouver et Halifax. Cette année, des productions proviennent également de Bromont (Qué.), Calgary (Alb.), Caraquet (N.-B.), Charlottetown (Î.-P.-É.), Dartmouth (N.-É.), Edmonton (Alb.), Halfmoon Bay (C.-B.), Hull (Qué.), Matane (Qué.), Moncton (N.-B.), Mont-Rolland (Qué.), New Ross (N.-É.), Ottawa (Ont.), Port Moody (C.-B.), Québec (Qué.), Regina (Sask.), Riverview (N.-B.), Saint-Augustin (Qué.), Sainte-Foy (Qué.), Saltspring Island (C.-B.), Saskatoon (Sask.), St. John's (T.-N.), Victoria (C.-B.), Windsor (N.-É.) et Winnipeg (Man.).

Le PPC a consacré 37 % de ses fonds en développement et en production à des projets de Montréal; 34 % à des projets de Toronto; 18 % à des projets des provinces de l'Ouest; 8 % à des projets des provinces atlantiques; et 3 % à d'autres projets du Québec et de l'Ontario.

L'appui aux projets de la Colombie-Britannique a représenté de nouveau plus de 12 % des engagements du PPC. La participation du Programme aux projets de la Saskatchewan s'est accrue.

Représentation par catégories d'émissions

En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant les longs métrages et la production autochtone), le PPC a consacré 68 % de ses ressources aux drama-

tiques, 17 % aux documentaires, 14 % aux émissions pour enfants, et 1 % aux émissions de variétés.

La contribution financière du PPC aux émissions pour enfants a augmenté de 36 %. Cela reflète la très grande qualité des produits canadiens dans ce domaine. Non violentes, stimulantes, prônant des valeurs universelles qui plaisent à la fois aux enfants et aux parents, les émissions canadiennes pour enfants figurent parmi les plus grands succès d'exportation de l'industrie canadienne.

Radio-Canada/CBC et les autres entreprises de télédiffusion

Selon la demande, de 45 % à 55 % des ressources du PPC doivent être allouées chaque année à des projets dont les droits ont été acquis par Radio-Canada/CBC, l'objectif étant d'atteindre une moyenne de 50 % sur trois ans.

Les résultats de cette année sont les suivants : Radio-Canada/CBC, 47 %; autres télédiffuseurs, 53 %. En trois ans, 50 % des ressources du PPC ont été allouées à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 50 % à des projets destinés aux autres entreprises de radiodiffusion. Le PPC a donc pleinement atteint son objectif.

Nothing Too Good for a Cowboy

Milestone Productions/ Alliance Atlantis Communications Inc. Cette série sur les pionniers canadiens modernes en Colombie-Britannique a été vendue à plus de 40 pays et territoires, y compris l'Australie, la République tchèque, la République dominicaine, l'Italie, le Mexique, la Pologne, la Slovaquie, l'Espagne, la Turquie, l'Amérique du Sud et le Moyen-Orient.

Réseaux

r. Benoit Pilon Émergence (Réseaux) inc. Montrer les coulisses de la télévision à la télévision, tel est le défi que relève avec brio la série dramatique Réseaux qui a su séduire près de un million de téléspectateurs chaque semaine.



RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1996-1998	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
Français	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	109 323	34,0
Anglais	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	210 310	65,4
Langues autochtones	–	–	1 000	1,0	1 000	1,0	2 000	0,6
Total	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	321 633	100,0

Développement et scénarisation : 180 nouveaux projets prometteurs dont le PPC assume 37 % des devis

À la base de tout succès, il y a une bonne idée, un scénario convaincant, une construction soignée du récit, des personnages bien développés. De fait, le scénario est un élément clé du développement d'un projet. Le PPC est un partenaire important de l'industrie à ce niveau, puisque sa contribution correspond en moyenne à 37 % des coûts de développement des projets. Le PPC s'assure d'appuyer la création de projets dans toutes les catégories d'émissions, en français, en anglais et en langues autochtones.

Cette année, le PPC a alloué 3,7 millions de dollars au développement et à la scénarisation, dont 300 000 \$ pour des modifications à des contrats des années précédentes et 3,4 millions de dollars à 180 nouveaux projets provenant de toutes les régions du pays : 65 de Montréal, 45 de Toronto, 30 de la Colombie-Britannique, 17 des Prairies, 13 de la région atlantique, 8 d'autres villes du Québec et de l'Ontario, et 2 des Territoires du Nord-Ouest et du Yukon. Ces projets sont extrêmement prometteurs et permettent à l'industrie et aux télédiffuseurs canadiens de miser résolument sur l'avenir.

Longs métrages : le PPC appuie la production de 19 films

Depuis sa création, le FCT a injecté 45 millions de dollars dans l'industrie du cinéma. Il appuie des projets de grande qualité, contribue à une augmentation du volume de production annuelle et assure une plus grande visibilité aux longs métrages, qui sont programmés à la fois en salles et à la télévision.

En 1998-1999, l'enveloppe du FCT pour le long métrage a été administrée par le PPC. Dix-neuf longs métrages ont été produits grâce à ces ressources. Ces projets pouvaient recevoir des compléments aux droits de licence provenant du PDD ou des investissements du PPC. Huit d'entre eux ont également été financés par le Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm.

Les engagements de l'exercice se sont élevés à 14 millions de dollars, comparativement à 16,4 millions de dollars au cours de l'exercice précédent. Les versements étant liés aux échéanciers de production, le PPC a respecté le budget annuel de 15 millions de dollars alloué aux longs métrages. Les devis totaux de ces projets se sont élevés à 56,6 millions de dollars; le PPC en a assumé 25 %.

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

CATÉGORIES	TOTAL		SECTEUR PUBLIC					TÉLÉVISION ÉDUCATIVE				
	En milliers de dollars	%	CBC/ CBC – RÉGIONS	RDI	RC/ RC – RÉGIONS	TOTAL	%	TÉLÉ- QUÉBEC	TVONTARIO/ TFO	ACCESS, KNOWLEDGE, SCN! ETAUTRES	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	En milliers de dollars	En milliers de dollars	
Français												
Dramatiques	15 692	25,5	–	–	10 585	10 585	17,2	100	275	–	375	0,6
Variétés	1 256	37,7	–	–	938	938	28,1	–	318	–	318	9,5
Enfants	6 909	21,1	–	–	643	643	2,0	2 648	822	–	3 470	10,6
Documentaires	3 113	17,6	40	–	942	982	5,6	734	310	5	1 049	5,9
Longs métrages	12	0,1	–	–	–	0	0,0	–	–	–	0	0,0
Sous-total	26 982	20,3	40	0	13 107	13 147	9,9	3 482	1 725	5	5 212	3,9
Anglais												
Dramatiques	38 285	21,3	21 763	–	–	21 763	12,1	–	–	–	0	0,0
Variétés	0	0,0	–	–	–	0	0,0	–	–	–	0	0,0
Enfants	3 349	15,8	129	–	–	129	0,6	–	205	125	330	1,6
Documentaires	8 914	25,6	2 476	–	122	2 598	7,5	3	284	315	602	1,7
Longs métrages	1 494	3,8	150	–	–	150	0,4	–	–	–	0	0,0
Sous-total	52 042	18,9	24 517	0	122	24 639	9,0	3	489	440	932	0,3
Langues autochtones	225	7,9	15	0	0	15	0,5	0	39	6	45	1,6
Total	79 248	19,3	24 572	0	13 229	37 801	9,2	3 485	2 253	451	6 188	1,5

* Comprend les stations affiliées de CTV qui n'appartiennent pas à BATON, CHUM ou WIC.

Le FCT encourage la relève puisque plusieurs de ces films sont des premiers longs métrages de fiction.

Treize des 19 longs métrages sont en anglais et six sont en français. Huit projets proviennent de Montréal, soit *Between the Moon and Montevideo* d'Attila Bertalan, *Les Boys II* de Louis Saia, *Emporte-moi* de Léa Pool, *Four Days* de Curtis Wehrfritz, *L'Île de sable* de Johanne Prigent, *Ladies Room* de Gabriella Christiani, *Matroni et moi* de Jean-Philippe Duval et *Le Petit Ciel* de Jean-Sébastien Lord. Six films ont été produits à Toronto, soit *Apartment Hunting* de Bill Robertson, *The Five Senses* de Jeremy Podeswa, *The Highwayman* de Keoni Waxman, *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti, *New Waterford Girls* d'Allan Moyle et *Saint Jude* de John L'Écuyer. *Rollercoaster* de Scott Smith, *Touched* de Mort Ransen et *Tail Lights Fade* de Malcolm Ingram viennent de Vancouver. Enfin, *The Divine Ryans* de Stephen Reynolds a été produit à Halifax et *Full Blast* de Rodrigue Jean à Caraquet, au Nouveau-Brunswick.

Plusieurs de ces films se sont déjà distingués, notamment *Les Boys II* de Louis Saia, avec des ventes aux guichets de 6,1 millions de dollars; *Emporte-moi* de Léa Pool, prix du jury œcuménique du Festival international du film de Berlin 1999; et *The Five Senses* de Jeremy Podeswa, sélectionné pour la Quinzaine



Rollercoaster

r. Scott Smith
Giraffe Productions Ltd.
Rollercoaster suit cinq adolescents qui s'introduisent dans un parc d'amusement désaffecté où deux d'entre eux ont l'intention d'en finir avec la vie. Il s'agit du premier long métrage de Scott Smith qui a, entre autres, réalisé des épisodes de Madison et de The Adventures of Shirley Holmes.

des réalisateurs du Festival international du film de Cannes 1999.

Il faut souligner que Téléfilm appuie l'industrie cinématographique canadienne par l'entremise d'autres fonds et programmes. En 1998-1999, la Société a contribué au total à la production de 44 films. On retrouvera un texte sur ce sujet dans la section des Faits saillants de l'exercice.

											SECTEUR PRIVÉ	
STATIONS CONVENTIONNELLES APPARTENANT À :			CTV RÉSEAU (BATON)	CTV AUTRES AFFILIÉS*	CANWEST GLOBAL	INDÉ- PENDANTES	GRUPE TVA	TÉLÉVISION QUATRE SAISONS	TÉLÉVISION PAYANTE	SERVICES SPÉCIALISÉS	TOTAL	%
BATON	CHUM	WIC	(BATON)	AFFILIÉS*	GLOBAL	PENDANTES	TVA	QUATRE SAISONS	PAYANTE	SPÉCIALISÉS	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	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
—	—	—	—	—	—	—	4 182	550	—	—	4 732	7,7
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0,0
—	—	—	—	—	364	—	—	3	260	2 170	2 797	8,5
—	—	19	—	—	—	—	32	80	40	911	1 082	6,1
—	—	—	—	—	—	—	—	—	12	—	12	0,1
0	0	19	0	0	364	0	4 214	633	312	3 081	8 623	6,5
3 230	—	2 600	5 610	—	5 062	—	—	—	—	20	16 522	9,2
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0,0
156	—	—	250	—	—	—	—	—	—	2 484	2 890	13,6
166	20	42	125	—	180	—	80	—	—	5 101	5 714	16,4
—	154	—	—	—	—	—	—	—	1 128	63	1 344	3,4
3 552	174	2 642	5 985	0	5 242	0	80	0	1 128	7 668	26 471	9,6
0	0	12	0	28	20	100	0	0	0	5	165	5,8
3 552	174	2 673	5 985	28	5 626	100	4 294	633	1 440	10 754	35 259	8,6



Les Filles de Shimun

r. Laure Morali

Productions Manitou-Mani Utenam inc.

Les Filles de Shimun raconte la quête de deux sœurs Innu qui remontent, avec leur père, à la source des valeurs et des traditions de leur peuple. Ce documentaire est la première production autochtone réalisée en coproduction internationale, dans ce cas avec la France.

Coproductions internationales

Le PPC a contribué au financement de dix coproductions de films et d'émissions de télévision dont les devis étaient de 23 millions de dollars. Le Programme y a consacré une somme de 2,7 millions de dollars, soit 21 % des devis canadiens.

Cinq coproductions ont été réalisées avec la France, soit *11 septembre 1973 : Le Dernier Combat de Salvador Allende*, *Les Filles de Shimun*, *Insectia*, *Le Petit Ciel* et *Jazz Collection 98*. *Emporte-moi* a été coproduit par la France et la Suisse; *Tied by Blood: A Journey into Genealogy* avec l'Islande; *Scarred by History* avec l'Ukraine; et *Ladies Room* et *The Worst Witch* avec le Royaume-Uni. Ces coproductions sont à majorité canadienne sauf *Jazz Collection 98* et *The Worst Witch*.

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière – Production seulement

CATÉGORIES	TOTAL		ORGANISMES FÉDÉRAUX			CRÉDIT D'IMPÔT DE TERRE-NEUVE	CRÉDIT D'IMPÔT DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE	CRÉDIT D'IMPÔT DU NOUVEAU-BRUNSWICK	CRÉDIT D'IMPÔT DU QUÉBEC
	En milliers de dollars	%	ONF En milliers de dollars	CRÉDIT D'IMPÔT FÉDÉRAL En milliers de dollars	AUTRES En milliers de dollars				
Français									
Dramatiques	14 125	23,0	–	3 934	800	–	–	–	9 140
Variétés	577	17,3	–	200	–	–	–	70	304
Enfants	7 741	23,6	–	2 404	–	–	–	–	5 337
Documentaires	5 645	31,9	957	667	30	–	–	124	2 364
Longs métrages	5 552	31,7	–	320	–	–	–	190	2 897
Sous-total	33 640	25,3	957	7 525	830	0	0	384	20 042
Anglais									
Dramatiques	25 429	14,1	–	11 141	–	–	2 303	–	2 388
Variétés	0	0,0	–	–	–	–	–	–	–
Enfants	1 282	6,0	–	381	–	–	–	–	558
Documentaires	5 466	15,7	415	1 526	428	102	411	–	1 132
Longs métrages	5 783	14,8	5	1 586	60	–	980	–	1 466
Sous-total	37 959	13,8	420	14 634	488	102	3 694	0	5 545
Langues autochtones	632	22,3	225	44	179	0	0	0	135
Total	72 231	17,6	1 602	22 203	1 496	102	3 694	384	25 722

PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

CATÉGORIES	TOTAL		COPRODUCTEURS En milliers de dollars	ENTREPRISES DETÉLÉDIFFUSION En milliers de dollars	DISTRIBUTEURS En milliers de dollars	AUTRES En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%				
Français						
Dramatiques	0	0,0	–	–	–	–
Variétés	0	0,0	–	–	–	–
Enfants	0	0,0	–	–	–	–
Documentaires	538	3,0	538	–	–	–
Longs métrages	2 057	11,7	959	399	–	699
Sous-total	2 595	2,0	1 497	399	0	699
Anglais						
Dramatiques	5 729	3,2	–	1 358	4 371	–
Variétés	0	0,0	–	–	–	–
Enfants	0	0,0	–	–	–	–
Documentaires	1 246	3,6	536	242	406	62
Longs métrages	4 421	11,3	1 726	–	39	2 656
Sous-total	11 397	4,1	2 262	1 601	4 816	2 718
Langues autochtones	98	3,5	98	0	0	0
Total	14 090	3,4	3 857	2 000	4 816	3 418

CRÉDIT D'IMPÔT DE L'ONTARIO	CRÉDIT D'IMPÔT DU MANITOBA	CRÉDIT D'IMPÔT DE LA SASKATCHEWAN	CRÉDIT D'IMPÔT DE LA COLOMBIE- BRITANNIQUE	SODEC	FILM NB	SASKFILM	ORGANISMES PROVINCIAUX		
							BRITISH COLUMBIA FILM	NOVA SCOTIA FILM	AUTRES
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
–	–	–	–	251	–	–	–	–	–
4	–	–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
–	–	–	–	1 019	–	–	–	–	484
–	–	–	–	1 752	–	–	–	–	393
4	0	0	0	3 022	0	0	0	0	877
6 847	210	856	–	–	–	–	40	495	1 149
–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
98	–	–	–	–	–	–	–	–	245
502	–	26	31	310	–	37	27	258	263
445	–	–	–	305	–	–	–	335	600
7 891	210	882	31	615	0	37	67	1 088	2 257
0	0	0	0	0	0	0	0	0	49
7 895	210	882	31	3 637	0	37	67	1 088	3 183

SECTEUR PRIVÉ

CATÉGORIES	TOTAL		PRODUCTEURS/ ÉQUIPES/ SERVICES En milliers de dollars	FONDS D'AIDE PRIVÉS En milliers de dollars	COMMANDITAIRES En milliers de dollars	AUTRES En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%				
Français						
Dramatiques	2 675	4,4	1 664	—	630	380
Variétés	193	5,8	193	—	—	—
Enfants	1 732	5,3	911	—	40	781
Documentaires	1 089	6,2	894	—	196	—
Longs métrages	669	3,8	619	50	—	—
Sous-total	6 359	4,8	4 281	50	866	1 161
Anglais						
Dramatiques	16 821	9,4	14 146	2 675	—	—
Variétés	0	0,0	—	—	—	—
Enfants	4 674	22,0	3 060	1 614	—	—
Documentaires	3 779	10,8	2 970	605	199	5
Longs métrages	5 605	14,3	3 240	1 200	—	1 165
Sous-total	30 880	11,2	23 417	6 094	199	1 170
Langues autochtones	331	11,7	308	19	4	0
Total	37 569	9,2	28 006	6 163	1 069	2 331

PARTICIPATION TOTALE DES ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION CANADIENNES

incluant les investissements et achats de droits

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION	DRAMATIQUES En milliers de dollars	VARIÉTÉS En milliers de dollars	ENFANTS En milliers de dollars	DOCUMENTAIRES En milliers de dollars	LONGS MÉTRAGES* En milliers de dollars	TOTAL En milliers de dollars
Secteur privé et télévision éducative						
Télévision conventionnelle						
Baton	3 230	—	156	166	—	3 552
Canwest Global	5 062	—	364	200	—	5 626
CHUM	—	—	—	20	154	174
CTV – réseau (Baton)/autres affiliées	5 638	—	250	125	—	6 013
Indépendantes	12	—	28	60	—	100
Groupe TVA	4 182	—	—	112	—	4 294
Télévision Quatre Saisons	550	—	3	80	—	633
WIC	2 600	—	5	68	—	2 673
Télévision éducative						
Access	—	—	—	22	—	22
Knowledge	—	—	—	167	—	167
SCN	—	—	125	138	—	263
Télé-Québec	100	—	2 648	737	—	3 485
TV Ontario/TFO	275	318	1 027	633	—	2 253
Télévision payante						
Super Écran (Premier Choix)	—	—	260	40	12	312
Superchannel	—	—	—	—	30	30
The Movie Network	—	—	—	—	1 098	1 098
Services spécialisés						
Bravo!	—	—	—	336	—	336
Canal D	—	—	—	604	—	604
Canal Famille	—	—	1 858	78	—	1 936
Canal Vie	—	—	—	54	—	54
Discovery Channel (The)	—	—	—	1 670	—	1 670
History Television	—	—	—	980	—	980
Life Network (The)	—	—	—	645	—	645
Musique Plus	—	—	—	—	—	0
Showcase Television	—	—	—	—	—	0
Space	—	—	—	49	—	49
Teletoon	—	—	395	—	—	395
TV5	—	—	—	159	—	159
Vision TV	25	—	73	936	63	1 096
WTN	—	—	—	469	—	469
YTV	—	—	2 329	35	—	2 364
Sous-total	21 674	318	9 520	8 579	1 356	41 447
Secteur public						
CBC	21 763	—	144	2 516	150	24 572
RDI – le réseau de l'information	—	—	—	—	—	0
Radio-Canada	10 585	938	643	1 064	—	13 229
Sous-total	32 347	938	786	3 580	150	37 801
Total	54 021	1 256	10 307	12 159	1 506	79 248

* Les droits payés par les diffuseurs pour les longs métrages étant en général inclus dans les avances de distribution, ils ne figurent donc pas tous dans le tableau.

PRÉSENTATION DES ÉMISSIONS AU PUBLIC CANADIEN

ENTREPRISE/DE TÉLÉDIFFUSION				NOMBRE	NOMBRE
	EN LANGUES AUTOCHTONES	EN FRANÇAIS	EN ANGLAIS	DE PROJETS TOTAL	D'HEURES EN PREMIÈRE DIFFUSION
Secteur privé et télévision éducative					
Télévision conventionnelle					
Baton	–	–	8	8	28,5
Canwest Global	1	1	6	8	55,5
CHUM	–	–	3	3	4,7
CTV – réseau (Baton)/autres affiliées	1	–	7	8	32,3
Indépendantes	12	–	–	12	13,5
Groupe TVA	–	4	1	5	40,0
Télévision Quatre Saisons	–	3	–	3	16,5
WIC	2	2	5	9	22,3
Télévision éducative					
Access	–	–	4	4	11,5
Knowledge	1	1	16	18	40,0
SCN	1	1	23	25	8,2
Télé-Québec	–	11	1	12	87,0
TV Ontario/TFO	2	10	9	21	110,5
Télévision payante					
The Movie Network	–	–	4	4	8,2
Superchannel	–	–	1	1	1,7
Super Écran (Premier Choix)	–	3	–	3	28,5
Services spécialisés					
Bravo!	–	2	5	7	13,0
Canal D	–	5	2	7	31,0
Canal Famille	–	4	1	5	71,5
Canal Vie	–	–	2	2	4,5
Discovery Channel (The)	–	1	5	6	33,5
History Television	–	2	5	7	26,0
Life Network (The)	–	–	2	2	19,5
Musique Plus	–	–	–	0	0,0
Showcase Television	–	–	–	0	0,0
Space	–	–	2	2	2,0
Teletoon	–	1	1	2	26,5
TV5	–	9	–	9	9,5
Vision TV	1	3	23	27	53,5
WTN	–	–	5	5	19,0
YTV	–	–	5	5	42,5
Sous-total	21	63	146	230	860,9
Secteur public					
CBC réseau et stations régionales	1	1	53	55	130,1
RDI – le réseau de l'information	–	–	1	1	6,5
Radio-Canada	–	33	4	37	125,5
Sous-total	1	34	58	93	262,1
Total	22	97	204	323	1 123,0

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 1998-1999, les 203 projets financés correspondent à 323 projets diffusés et les 849,5 heures de production représentent 1 123,0 heures de diffusion.

Cinéma



Les Boys II
r. Louis Saia
Melenny Productions inc.
Victoire éclatante de cette comédie relatant avec humour les hauts et les bas de Stan et son équipe de hockeyeurs amateurs qui se rendent en France participer à un tournoi international : Les Boys II a cumulé des ventes au guichet de plus de 6 millions de dollars.

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	NOMBRE DE PROJETS*	DEVIS TOTAUX** En milliers de dollars	TÉLÉFILM CANADA En milliers de dollars	RÉPARTITION LINGUISTIQUE %
Français				
Production	7	40 689	6 658	
Modifications – production***	–	–	-18	
Sous-total	7	40 689	6 640	
Scénarisation et développement	26	1 099	416	
Modifications – développement***	–	–	83	
Sous-total	26	1 099	499	
Sous-total – français	33	41 788	7 139	34,5
Anglais				
Production	14	75 281	12 143	
Modifications – production***	–	–	211	
Sous-total	14	75 281	12 354	
Scénarisation et développement	59	2 187	874	
Modifications – développement***	–	–	317	
Sous-total	59	2 187	1 191	
Sous-total – anglais	73	77 468	13 545	65,5
Total	106	119 256	20 684	100,0

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

** Comprend les devis totaux des coproductions.

*** Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des exercices précédents.

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

L'exercice 1998-1999 a été très fructueux pour le Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada. L'industrie du cinéma a été particulièrement active dans toutes les régions du pays, et a proposé un grand nombre de projets de qualité à contenu canadien élevé.

106 projets de développement et de production : des devis totaux de 119,3 millions de dollars

En 1998-1999, Téléfilm Canada a injecté 20,7 millions de dollars dans l'industrie du cinéma par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, comparativement à 16,4 millions de dollars l'année précédente.

La contribution de Téléfilm a été le levier de 106 projets de production et de développement représentant des devis totaux de 119,3 millions de dollars, si on inclut la part étrangère (25,2 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Le devis moyen des projets était nettement supérieur à celui des exercices précédents, tant en français qu'en anglais, et cela, en raison de quatre coproductions internationales dont les devis s'échelonnaient entre 10 et plus de 30 millions de dollars.

85 projets de développement et de scénarisation : des paris sur le cinéma de demain

Pour entretenir l'intérêt du public, il faut régulièrement de nouveaux films sur les écrans. La scénarisation et le développement de projets jouent un rôle capital en permettant à l'industrie de miser sur le futur. Le Fonds de financement de longs métrages est un précieux partenaire des producteurs, des réalisateurs, des scénaristes et des distributeurs à cet égard.

Cette année, la diversité des sources d'inspiration s'est révélée exceptionnelle et promet une programmation remarquable sur les écrans canadiens. Toutes les régions du pays y ont contribué. Le Fonds a appuyé 35 projets de Montréal et 13 de Toronto, y consacrant 60 % de ses ressources. Vingt-deux projets sont issus de la Colombie-Britannique, quatre des provinces des Prairies, neuf des provinces atlantiques et deux de régions du Québec autres que Montréal, pour un total de 40 % des ressources en développement.

La Société a assumé 39 % des devis de développement, qui s'élevaient à 3,3 millions de dollars.

Production : 21 longs métrages dont la Société assume 21 % des devis

Le Fonds de financement de longs métrages a consacré 18,8 millions de dollars à la production de 21 projets, soit le même nombre que l'année précédente. Cependant, les devis totaux des projets de l'exercice ont été de 90,7 millions de dollars, comparativement à 42 millions de dollars en 1997-1998.

Le devis moyen des projets en français est passé de 1,6 à 3,1 millions de dollars, cinq des sept projets de l'exercice ayant des devis dépassant 3 millions de dollars. Au cours de l'année précédente, Téléfilm avait soutenu davantage de projets à petit budget.



La Veuve de Saint-Pierre

r. Patrice Leconte
Cinémaginaire

Cette coproduction franco-canadienne raconte l'histoire d'un meurtrier qui, en attendant que la « veuve » – la guillotine – soit expédiée jusqu'à son île perdue, se réhabilite avec l'aide d'une bienfaitrice et devient un homme indispensable et apprécié.

Du côté anglophone, le devis moyen des projets est passé de 2,3 millions de dollars à près de 5 millions de dollars, en raison de coproductions internationales à budget très élevé, soit *15 Moments* de Denys Arcand et *eXistenZ* de David Cronenberg.

Par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, Téléfilm Canada a assumé 21 % des devis de production, comparativement à 34 % l'année précédente. Cela s'explique par le fait que la contribution de Téléfilm aux longs métrages, soumise à des limites, ne représentait qu'un faible pourcentage du devis de certaines coproductions. Si on fait exception de *15 Moments*, *eXistenZ* et de *La Veuve de Saint-Pierre*, la contribution de Téléfilm représente 35 % des devis de l'exercice.

Plusieurs projets de l'exercice ont reçu l'aide d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un montant de 4,2 millions de dollars ou 5 % des devis. Mentionnons, entre autres, que huit projets appuyés par le Fonds de financement de longs métrages ont aussi reçu le soutien du Programme de participation au capital du FCT, administré par Téléfilm. Il s'agit de *Bluffers End*, *Les Boys II*, *The Five Senses*, *L'île de sable*, *New Waterford Girls*, *Saint Jude*, *Touched* et *Tail Lights Fade*.

Appui important du secteur privé et de partenaires internationaux

Il est essentiel que les producteurs canadiens puissent miser sur un grand nombre de partenaires financiers pour la réalisation de longs métrages de qualité. L'avenir de notre cinéma est tributaire de sources de financement publiques et privées, mais aussi canadiennes et internationales.

En 1998-1999, la plupart des partenaires des producteurs canadiens ont accru leur participation, ce qui constitue un appui non équivoque à des projets prometteurs sur les plans culturel et commercial. L'augmentation la plus remarquable est celle du secteur privé (producteurs, équipes, services, fonds d'aide privés), qui est passée de 2,9 millions

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement – nouveaux contrats signés

	NOMBRE DE PROJETS*	DEVIS TOTAUX		DEVIS**		FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES		FCT – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL		TÉLÉFILM CANADA AUTRES FONDS (MINI-TRAITÉS ET PPRP)	
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%		
Français	7	40 689	21 439	6 658	31,1	1 498	7,0	239	1,1		
Anglais	14	75 281	69 309	12 143	17,5	2 142	3,1	300	0,4		
Total	21	115 970	90 748	18 801	20,7	3 641	4,0	539	0,6		

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

** Ne comprend pas la part étrangère (25 222 178 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

**Misery Harbour**

r. Nils Gaup
Red Ochre Productions
Ltd./Motlys A.S.

Cette histoire d'amour et de vengeance, coproduite par le Canada et la Norvège, se déroule à Terre-Neuve dans les années 30. Le film a été présenté en première mondiale en Norvège, en août dernier, et sa sortie au Canada aura lieu cet automne. Goldwyn assure sa distribution en dehors du Canada et de la Scandinavie.

de dollars à plus de 25 millions de dollars, représentant 28 % des devis. Cette augmentation est due en grande partie à *eXistenZ*, l'investissement des producteurs au devis de cette coproduction représentant 72 % de la contribution totale du secteur privé à l'ensemble des projets de l'exercice.

Les ressources gouvernementales autres que celles de Téléfilm ont presque doublé, grâce, entre

autres, aux nouveaux crédits d'impôt de plusieurs provinces. Au cours de l'exercice, Téléfilm a été fier de pouvoir s'associer aux gouvernements du Québec, de l'Ontario, de la Nouvelle-Écosse, de Terre-Neuve et du Manitoba pour encourager la création de projets de grande qualité. Il faut noter que les crédits d'impôt fédéral et provinciaux représentent 75 % de la contribution des sources gouvernementales.

Les entreprises de télédiffusion ont aussi accru leur participation, qui représente 3,1 % des devis, comparativement à 0,4 % l'année précédente. Cette augmentation est surtout liée à la télévision payante, qui s'affirme comme une partenaire de plus en plus importante de notre cinéma. Cinq longs métrages ont bénéficié de son appui cette année.

Enfin, la stature internationale du cinéma canadien s'est traduite par une participation record de la contribution étrangère, soit 42,3 millions de dollars si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Cinq coproductions ont été financées, soit *15 Moments*, *La Veuve de Saint-Pierre* et *Bluffers End* avec la France; *Misery Harbour* avec la Norvège; et *eXistenZ* avec le Royaume-Uni. Ces coproductions étaient à majorité canadienne, à l'exception de *Misery Harbour* et *La Veuve de Saint-Pierre*.

DISTRIBUTEURS

Participation financière – Production seulement

	En milliers de dollars	TOTAL %
Français	2 330	10,9
Anglais	6 581	9,5
Total	8 911	9,8

DISTRIBUTEURS		SECTEUR PRIVÉ		AUTRES RESSOURCES 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	%
2 330	10,9	931	4,3	6 508	30,4	75	0,3	3 200	14,9
6 581	9,5	24 106	34,8	7 296	10,5	2 757	4,0	13 983	20,2
8 911	9,8	25 037	27,6	13 804	15,2	2 832	3,1	17 183	18,9

La contribution de Téléfilm à ces projets représente 5,5 millions de dollars, c'est-à-dire 12,8 % de leur devis canadien.

Répartition linguistique et régionale

En 1998-1999, Téléfilm a accordé 34,5 % des engagements du Fonds à des projets en français et 65,5 % à des projets en anglais. Il s'agit d'une nette augmentation du côté anglophone, la contribution de la Société à des projets de langue anglaise ayant été de 60,5 % en 1997-1998. Les nouveaux crédits d'impôt de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et des provinces atlantiques, de même que des initiatives récentes de Téléfilm pour stimuler la production dans l'Ouest et dans l'Est du pays, contribuent à une augmentation de la production en anglais.

Fait à noter, la participation de Téléfilm à des projets régionaux ne cesse d'augmenter depuis quelques années. Elle représentait 10 % des engagements du Fonds en 1995-1996, 17 % en 1996-1997, 24 % en 1997-1998, pour atteindre 27 % en 1998-1999. Cela traduit la grande vitalité de l'industrie dans tout le pays. Les créateurs illustrent les expériences et les valeurs de leur communauté et enrichissent notre cinématographie de leurs voix originales.

Mentionnons que la région atlantique continue de miser avec succès sur des partenariats internationaux. Ainsi, *Misery Harbour*, produit et entièrement tourné à Terre-Neuve, a marqué le coup d'envoi du nouvel accord de coproduction avec la Norvège, et a pu compter sur la participation d'autres pays scandinaves.

New Waterford Girls

r. Allan Moyle
Sienna Films Inc./Imagex Ltd.
Ce long métrage du réalisateur de *Pump up the Volume* (1988) raconte l'histoire d'une jeune fille de 15 ans, Mooney Pottie, qui rêve de s'évader de Cape Breton vers New York. La sortie canadienne de ce film aura lieu en octobre 1999.



SECTEUR PRIVÉ

Participation financière – Production seulement

	TOTAL		PRODUCTEURS/ ÉQUIPES/ SERVICES En milliers de dollars	FONDS D'AIDE PRIVÉS En milliers de dollars	INVESTISSEURS PRIVÉS En milliers de dollars	COMMANDITAIRES En milliers de dollars	AUTRES En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%					
Français	931	4,3	806	100	—	25	—
Anglais	24 106	34,8	21 906	2 200	—	—	—
Total	25 037	27,6	22 712	2 300	0	25	0

PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

	TOTAL		COPRODUCTEURS En milliers de dollars	DISTRIBUTEURS En milliers de dollars	TÉLÉDIFFUSEURS En milliers de dollars	AUTRES En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%				
Français	3 200	14,9	3 200	–	–	–
Anglais	13 983	20,2	8 814	2 357	–	2 812
Total	17 183	18,9	12 014	2 357	0	2 812

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

	TOTAL		ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION En milliers de dollars	TÉLÉVISION PAYANTE En milliers de dollars
	En milliers de dollars	%		
Français	75	0,3	75	–
Anglais	2 757	4,0	373	2 384
Total	2 832	3,1	448	2 384

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
Français	9 720	44,5	7 447	48,0	11 334	54,0
Anglais	12 116	55,5	8 065	52,0	9 666	46,0
Total	21 836	100,0	15 512	100,0	21 000	100,0

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

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

LIEU	NOMBRE DE PROJETS*	DEVIS** En milliers de dollars	PARTICIPATION DE TÉLÉFILM CANADA	
			En milliers de dollars	% du devis
Montréal	10	35 756	9 338	26
Toronto	5	41 317	4 470	11
Sous-total	15	77 073	13 808	18
Colombie-Britannique	3	10 527	3 449	33
Alberta	1	1 300	637	49
Saskatchewan	–	–	0	0
Manitoba	1	350	172	49
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	–	–	0	0
Québec (à l'exclusion de Montréal)	–	–	0	0
Nouveau-Brunswick	–	–	0	0
Nouvelle-Écosse	–	–	0	0
Île-du-Prince-Édouard	–	–	0	0
Terre-Neuve	1	1 498	735	49
Sous-total	6	13 675	4 993	37
Total	21	90 748	18 801	21

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

** Ne comprend pas la part étrangère (25 222 178 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1993-1999	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
7 560	34,8	6 464	39,5	7 139	34,5	49 664	42,4
14 152	65,2	9 921	60,5	13 545	65,5	67 465	57,6
21 712	100,0	16 385	100,0	20 684	100,0	117 129	100,0



Full Blast

dir. Rodrigue Jean
Transmar Films
Avant même sa sortie officielle accompagnée d'une grande tournée de promotion au Nouveau-Brunswick, sa province d'origine, Full Blast était déjà inscrit aux festivals de Toronto, de Vancouver, de l'Atlantique, du nouveau cinéma de Montréal et du cinéma francophone en Acadie de Moncton.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages soutient principalement les compagnies de distribution expérimentées qui sont des partenaires de premier plan des producteurs canadiens. Dans le cadre du Fonds auxiliaire, la Société appuie également de nouvelles compagnies ou des compagnies dont le volume d'activité est moindre, de façon à faciliter leur développement et leur contribution à l'essor du cinéma canadien.

L'aide de la Société prend la forme d'une marge de crédit basée sur la performance des compagnies, c'est-à-dire sur les sommes qu'elles retournent à la Société. Cette politique encourage les distributeurs à faire des acquisitions pertinentes et à mettre sur pied des campagnes de mise en marché dynamiques et efficaces.

Au cours des dernières années, le monde canadien de la distribution s'est à la fois consolidé, par des fusions d'entreprises et des repositionnements stratégiques, et diversifié, par l'apparition de nouveaux joueurs dans l'Ouest du pays et à Montréal. Ce dynamisme est d'un grand profit pour l'industrie cinématographique canadienne. La synergie entre les producteurs et les distributeurs est cruciale pour la définition de publics cibles et de stratégies promotionnelles adéquates.

En 1998-1999, le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages a engagé 11,4 millions de dollars. Les débours de l'exercice se sont élevés à 11,9 millions de dollars, soit 6,9 millions de dollars pour l'achat de droits de diffusion de films canadiens; 2,5 millions de dollars pour des activités de marketing; et 2,5 millions de dollars pour des paiements sur des contrats des années précédentes et des prêts corporatifs.

Au total, le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution de 34 longs métrages canadiens, et contribué à 24 projets de marketing.

Au cours de l'exercice 1998-1999, Téléfilm a créé des comités pour réviser ses politiques dans le secteur du long métrage, dont celles qui concernent la distribution. L'examen de la politique du long métrage mis en œuvre par le ministère du Patrimoine canadien a aussi indiqué des pistes pour améliorer le soutien gouvernemental à la distribution. Tout changement aux politiques devra s'appuyer sur l'expertise unique des distributeurs canadiens, les encourager à jouer un rôle plus déterminant dans le succès des films et assurer une utilisation juste et efficace des ressources disponibles.

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière – Production seulement

	TOTAL		ORGANISMES FÉDÉRAUX		
	En milliers de dollars	%	ONF En milliers de dollars	CONSEIL DES ARTS DU CANADA En milliers de dollars	CRÉDIT D'IMPÔT En milliers de dollars
Français	6 508	30,4	18	27	862
Anglais	7 296	10,5	5	60	3 165
Total	13 804	15,2	23	87	4 027

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Compagnies bénéficiaires

	FONDS PRINCIPAL En milliers de dollars	FONDS AUXILIAIRE En milliers de dollars	TOTAL En milliers de dollars
Crédits disponibles	10 944	835	11 780
Fonds spécial	0	0	0
Total	10 944	835	11 780
Utilisation des crédits			
Allegro Films Distribution	-8	-	-8
Alliance Atlantis Releasing	2 875	-	2 875
Behaviour Distribution	1 884	-	1 884
Cinema Esperanca International inc.	-	2	2
Compagnie France Film	756	179	936
Film Tonic International inc.	706	217	922
Films Lions Gate	2 357	-	2 357
Motion International inc.	1 177	-	1 177
Odeon Films	715	-	715
Prima Film Vidéo ltée	609	23	631
Red Sky Entertainment	-	400	400
Total	11 072	820	11 893

CRÉDIT D'IMPÔT DU QUÉBEC	CRÉDIT D'IMPÔT DE L'ONTARIO	CRÉDIT D'IMPÔT DE LA NOUVELLE- ÉCOSSE	CRÉDIT D'IMPÔT DU NOUVEAU- BRUNSWICK	CRÉDIT D'IMPÔT DE TERRE-NEUVE	SODEC	SDICO (OFDC)	BRITISH COLUMBIA FILM	ORGANISMES PROVINCIAUX	
								NOVA SCOTIA FILM	AUTRES
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
4 038	-	-	-	-	1 562	-	-	-	-
1 551	269	480	-	40	830	-	-	135	761
5 589	269	480	0	40	2 392	0	0	135	761

Multimédia



Mia : un périlleux périple pour sauver Mamie Mimi

Kutoka Interactive

Distribué dans près de 20 pays et produit en sept langues, le cédérom Mia a raflé plusieurs prix prestigieux : l'Octas du multimédia toutes catégories de la Fédération de l'informatique du Québec, le premier prix dans sa catégorie au salon Retail Vision de San Francisco et le prix d'argent du multimédia au Summit Awards des États-Unis.

FONDS POUR LE MULTIMÉDIA

Répartition des projets par composante – incluant les modifications aux projets des années précédentes

	NOMBRE DE PROJETS	DEVIS En milliers de dollars	PARTICIPATION DE TÉLÉFILM CANADA	
			En milliers de dollars	% des devis
Développement				
Français	3	231	70	30,4
Anglais	28	3 294	1 430	43,4
Sous-total – développement	31	3 525	1 500	42,5
Production				
Français	10	4 860	1 301	26,8
Anglais	16	6 312	2 148	34,0
Sous-total – production	26	11 172	3 449	30,9
Marketing				
Français	6	1 286	599	46,6
Anglais	8	3 005	812	27,0
Sous-total – marketing	14	4 290	1 410	32,9
Total	71	18 988	6 359	33,5

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement du développement, de la production et du marketing (incluant les modifications aux projets des années précédentes)

LIEU	NOMBRE DE PROJETS	BUDGET TOTAL En milliers de dollars	PARTICIPATION DE TÉLÉFILM CANADA	
			En milliers de dollars	% du devis
Montréal	28	8 819	2 708	30,7
Toronto	14	2 788	957	34,3
Sous-total	42	11 608	3 665	31,6
Colombie-Britannique	12	4 191	1 578	37,7
Alberta	3	957	295	30,8
Saskatchewan	4	690	250	36,2
Manitoba	–	–	0	0,0
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	2	347	171	49,3
Québec (à l'exclusion de Montréal)	4	735	278	37,9
Nouveau-Brunswick	1	28	14	50,1
Nouvelle-Ecosse	3	432	107	24,9
Île-du-Prince-Édouard	–	–	0	0,0
Terre-Neuve	–	–	0	0,0
Sous-total	29	7 380	2 694	36,5
Total	71	18 988	6 359	33,5

Un essor continu

En juin 1998, au Festival de télévision de Banff, la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, annonçait la création d'un Fonds pour le multimédia de 30 millions de dollars, répartis sur cinq ans et en confiait la responsabilité à Téléfilm Canada. Le mois suivant, la Société publiait les principes directeurs de ce nouveau Fonds et les demandes pour des projets innovateurs, à la fine pointe de la technologie, affluèrent.

Le Fonds pour le multimédia appuie le développement, la production et le marketing des projets. L'aide est accordée sous forme d'avances et de prêts non garantis, et priorité est donnée aux demandes des petites et moyennes entreprises. Téléfilm nourrit de grandes ambitions à l'égard du secteur du multimédia, à l'instar de ses aspirations de longue date pour la télévision et le long métrage. Pour faciliter la réalisation de ses objectifs, Téléfilm travaille avec un comité consultatif composé de représentants de l'industrie à l'échelle nationale, ainsi que de représentants de la Société et du gouvernement.



Encouragée par des marchés nationaux et internationaux en pleine croissance, par des talents remarquables et par l'appui essentiel du Fonds, l'industrie canadienne du multimédia a connu un essor considérable cette année. Les concepteurs et éditeurs ont tiré profit des infrastructures canadiennes en matière de télécommunications pour explorer de nouvelles possibilités quant aux produits, aux services et au commerce. Ils ont créé de nouveaux contenus et des outils innovateurs dans les secteurs du divertissement, de l'éducation et dans le domaine institutionnel. Et ils ont fait du Canada le cinquième pays producteur de produits multimédias au monde, après les États-Unis, l'Allemagne, la France et la Grande-Bretagne.

En 1998-1999, les engagements de Téléfilm sont passés de 1,5 million de dollars à 6,4 millions de dollars. Au total, 71 projets ont été financés : 26 en production, 31 en développement et 14 en marketing. La contribution de Téléfilm a représenté 33,5 % de leurs devis, qui étaient de 19 millions de dollars. Il faut signaler que le nombre de projets en production et en développement a plus que doublé – 57 par rapport à 23 en 1997-1998.

Au cours de l'exercice, 69 % des fonds ont été consacrés à des projets en anglais et 31 % à des projets en français.

Appuyés par l'aide financière, promotionnelle et logistique de Téléfilm, les productions canadiennes ont été très en vue dans les marchés internationaux comme le MIM à Montréal, le E3 à Los Angeles et le MILIA à Cannes. Les producteurs multimédias et les organismes de formation dans le domaine des nouveaux médias, travaillant dans les deux langues officielles, ont développé de nouveaux contacts et partenariats pour les produits et les services canadiens, au pays et à l'étranger.

Les produits multimédias canadiens sont très variés quant à la forme, au contenu, à la technologie adoptée et aux publics cibles. Plusieurs œuvres de cette année s'inspirent d'expériences canadiennes : *Les Premières Nations du Canada*, par exemple, ou *Glenn Gould: The New Listener*. D'autres, comme *Masks: Faces of the Pacific*, produit en Colombie-Britannique, reflètent leur région d'origine. Situés dans l'espace cybernétique, des contrées imaginaires ou dans une foule de réalités virtuelles, ces produits multimédias incluent des sites Internet interactifs (*Kaos*, la série *Nicolai*), des cédéroms éducatifs (*Finding the Balance*, *Mia : un périlleux périple pour sauver Mamie Mimi*), des œuvres de référence (*Cédérom Riopelle*) et des jeux (*Zach et la Cité sacrée*, *Einstein's Dreams*).

En général, les entreprises multimédias canadiennes sont concentrées dans les grands centres urbains. La plupart sont des entreprises de petite ou de moyenne taille, mais on compte des joueurs majeurs dans chaque région. Le développement de l'industrie demeure inégal, cependant, en raison de l'appui fort différent d'une province à l'autre. Cette année, la répartition régionale est la suivante : Montréal (42,6 % des engagements), Toronto (15,1 %), provinces de l'Ouest (33,4 %), provinces atlantiques (1,9 %) et d'autres villes du Québec et de l'Ontario (7,1 %).

Le Fonds pour le multimédia appuie les projets du développement au marketing, avec un accent sur le marketing. Selon l'accord de contribution signé avec le ministère du Patrimoine canadien, les activités liées à la distribution et à la mise en marché peuvent avoir accès à quelque 40 % des ressources du Fonds.

En 1997-1998, 13 % de la contribution était allouée à cette phase; la contribution est passée à 22 % en 1998-1999, et on peut s'attendre à ce qu'elle soit encore plus élevée au fur et à mesure que le volume des produits augmentera, que l'industrie prendra de la maturité et fera une percée internationale.

Cédérom Riopelle

r. Sophie Malouin
Tram Design Multimédia
Cette source ludique et interactive sur la vie et l'œuvre de Riopelle réunit 400 œuvres de peinture, plus de 100 œuvres de ses contemporains, une heure d'archives vidéo et sonores et un millier de documents iconographiques.

Buddy Brush and the Painted Playhouse

ITP Entertainment
Les enfants de 2 à 5 ans peuvent explorer leurs dons artistiques avec ce cédérom unique en son genre. Les Pays-Bas, la Belgique, la France, l'Italie, l'Espagne et Taiwan en ont acheté les droits. Par ailleurs, le cédérom sera distribué par le biais du catalogue Edutainment auquel plus de 1,7 million de parents et d'éducateurs nord-américains sont abonnés.



UN REGARD VERS L'AVENIR

Ce rapport annuel illustre l'efficacité accrue de la Société, ses ajustements aux besoins de l'industrie et les initiatives bien ciblées qu'elle a mises en œuvre. Téléfilm Canada est prête à relever les défis du XXI^e siècle, ceux-là mêmes qui attendent une industrie dynamique et en constante évolution.

En tant qu'investisseur culturel, Téléfilm continuera d'appuyer des projets télévisuels, cinématographiques et multimédias qui s'inscrivent dans une tradition de très grande qualité. Tout en consolidant son mandat, la Société participera aussi, avec ses diverses clientèles, au développement d'un certain nombre de dossiers importants.

- **Renouvellement du Fonds canadien de télévision.**

Ce Fonds constitue un grand succès des secteurs public et privé. Il s'avère un instrument clé de l'essor de la télévision canadienne, et l'ensemble du milieu canadien audiovisuel tient à son renouvellement.

- **Nouvelles politiques pour le long métrage.**

Téléfilm sera un partenaire important du gouvernement et de l'industrie en ce qui concerne la définition de nouvelles politiques pour le cinéma canadien. Ces politiques assureront une meilleure place à notre cinéma sur la scène nationale et internationale. La Société continuera de recommander l'injection de nouveaux fonds en long métrage.

- **Soutien accru au multimédia.** En plein essor, le secteur du multimédia offre des produits originaux et diversifiés qui méritent une plus grande visibilité. Téléfilm entend promouvoir davantage cette industrie sur la scène nationale et internationale.

- **Formation et relèvement.** Téléfilm s'associera plus que jamais aux grandes priorités du gouvernement fédéral en ce qui concerne la jeunesse, la formation et la relèvement. Il faut que des voix nouvelles en provenance de toutes les régions du pays puissent se faire entendre.

- **Petites et moyennes entreprises.**

Tout en continuant de s'associer aux projets des grandes entreprises canadiennes, Téléfilm appuiera davantage les petites et moyennes entreprises. Nous souhaitons que celles-ci puissent se doter des infrastructures nécessaires à leur expansion.

- **Vision internationale.** Le développement de partenariats internationaux fait partie intégrante du mandat de Téléfilm et demeure une priorité. La Société encouragera notamment une meilleure synergie entre tous les partenaires internationaux des producteurs canadiens.

- **Augmentation des revenus.** Les revenus couvrent les frais administratifs de Téléfilm et permettent d'investir davantage en production. Il faut souligner que chaque dollar récupéré se traduit par environ trois dollars en production. En d'autres termes, la récupération triple les activités de production. La Société entend aussi chercher de nouvelles sources de financement.

- **Défis administratifs.** Téléfilm poursuivra la décentralisation de ses services. Elle mettra en œuvre les indicateurs de rendement et le programme de comptabilisation des coûts par activité, tout en misant sur le développement professionnel de ses employés pour mieux servir l'industrie. La Société entend par ailleurs maintenir ses frais administratifs à moins de 9 % de ses engagements.

États financiers

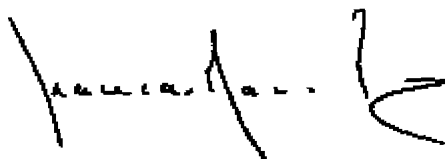
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque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

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une garantie raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les éléments de l'actif 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 garantie 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, aux politiques de la Société, aux protocoles d'entente et aux ententes de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien.

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, qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité de vérification 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 ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien.



Le directeur général
François Macerola



Le directeur, finances et administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
Le 28 mai 1999

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 1999 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. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. 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 présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 1999 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis, compte tenu de l'application rétroactive du changement apporté à la méthode de comptabilisation du financement gouvernemental pour les immobilisations amortissables tel qu'expliqué à la note 3 des états financiers, 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 égards importants, conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour le vérificateur général du Canada :



Sheila Fraser, FCA
Sous-vérificatrice générale

Ottawa, Canada
Le 28 mai 1999

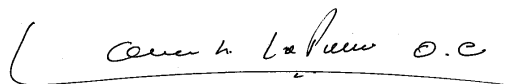
BILAN

31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars Redressé (note 3)
Actif		
Actif à court terme		
Prêts (note 4)	1 075	2 889
À recevoir du Canada (note 5)	27 777	38 112
Débiteurs	5 242	3 913
Frais payés d'avance	681	628
	34 775	45 542
Prêts (note 4)	5 340	3 489
Investissements	109	34
Immobilisations (note 6)	1 816	2 232
	42 040	51 297

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :


Laurier L. LaPierre, O.C.
Président

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars Redressé (note 3)
Passif et avoir du Canada		
Passif à court terme		
Créditeurs et frais courus	8 145	11 729
Passif à long terme		
Provision pour prestations de cessation d'emploi	773	757
Avantages incitatifs reportés sur bail	83	110
Aide en capital reportée (note 7)	1 816	2 232
	2 672	3 099
Avoir du Canada	31 223	36 469
Engagements (note 11)		
Éventualités (note 13)		
	42 040	51 297

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :



François Macerola
Directeur général

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

Exercice terminé le 31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

	INVESTISSEMENTS	RÉCUPÉRATIONSUR INVESTISSEMENTS	1999 MONTANT NET	1998 MONTANT NET
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars Redressé (note 3)
Dépenses de support				
Production et développement				
Fonds canadien de télévision (note 9)	109 149	(12 120)	97 029	100 895
Fonds de financement de longs métrages	20 062	(2 806)	17 256	11 412
Coproductions officielles	1 619	12	1 631	1 166
Multimédia	1 476	(373)	1 103	566
Programme de partage des revenus de production	1 821	(836)	985	2 635
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	1 191	(1 087)	104	6 028
Autres	370	(41)	329	550
	135 688	(17 251)	118 437	123 252
Distribution et marketing				
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	10 897	(5 068)	5 829	5 422
Marketing national et international	1 631	(242)	1 389	1 351
	12 528	(5 310)	7 218	6 773
Doublage et sous-titrage				
	2 516	(1 665)	851	853
Activités complémentaires				
Subventions aux festivals canadiens	1 879	—	1 879	1 520
Développement industriel et professionnel	1 536	—	1 536	1 452
Développement préprofessionnel	1 300	—	1 300	1 325
Participation aux marchés étrangers	724	—	724	532
Participation aux festivals étrangers	520	—	520	572
Publicité, promotion et publications	457	—	457	432
Autres	183	—	183	282
	6 599	—	6 599	6 115
	157 331	(24 226)	133 105	136 993
Dépenses de fonctionnement (note 10)			15 770	14 354
Coût de l'exploitation pour l'exercice			148 875	151 347
Revenus				
Intérêts sur prêts			(161)	(715)
Autres intérêts			(264)	(208)
Frais de gestion			(33)	(37)
			(458)	(960)
Coût net de l'exploitation pour l'exercice avant financement gouvernemental			148 417	150 387
Financement gouvernemental				
Crédit parlementaire pour l'exploitation			78 301	80 723
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8)			64 291	76 800
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 7)			579	685
			143 171	158 208
Bénéfice net (perte nette) d'exploitation			(5 246)	7 821
Avoir du Canada au début			36 469	28 648
Avoir du Canada à la fin			31 223	36 469

Voir les notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars Redressé (note 3)
Activités d'exploitation		
Bénéfice net (perte nette)	(5 246)	7 821
Ajustements pour		
Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux	31	(249)
Radiations de prêts non provisionnés	39	—
Amortissement des immobilisations	529	650
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	44	20
Augmentation de la provision pour cessation d'emploi	16	60
Diminution des avantages incitatifs reportés sur bail	(27)	(28)
Amortissement de l'aide en capital reportée	(579)	(685)
	(5 193)	7 589
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Augmentation des débiteurs	(1 329)	(97)
Augmentation des frais payés d'avance	(53)	(252)
Diminution des comptes fournisseurs et frais courus	(3 584)	(8 636)
	(10 159)	(1 396)
Activités de financement		
Crédit parlementaire – aide en capital	163	423
Activités d'investissement		
Prêts	(5 568)	(5 268)
Remboursements de prêts	5 461	10 198
Investissements	(75)	(34)
Remboursements d'investissements	—	265
Acquisition d'immobilisations	(163)	(423)
Produit sur l'aliénation d'immobilisations	6	15
	(339)	4 753
Augmentation (diminution) des liquidités	(10 335)	3 780
À recevoir du Canada au début (note 5)	38 112	34 332
À recevoir du Canada à la fin (note 5)	27 777	38 112

Voir les notes afférentes aux états financiers.

1. STATUT ET ACTIVITÉS

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

En septembre 1996, 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 vu confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vu confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds pour le multimédia.

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

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) Sources de financement de la Société

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

b) Liquidité et montant à recevoir du Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à recevoir du Canada est composé des recettes cumulatives non utilisées et des débours effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant.

c) Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts.

Les investissements sont comptabilisés comme suit :

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement individuellement 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 qui sont 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 qui sont reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui excède le montant de l'investissement est comptabilisée comme revenu.

d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions canadiennes, de longs métrages et de nouveaux médias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour perte sur les prêts douteux. La provision pour pertes est établie en examinant chaque prêt individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur.

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. Quand un prêt est jugé douteux, la valeur comptable du prêt est réduite à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

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 individuellement.

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) Prestations de cessation d'emploi

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces prestations est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés.

i) Régime de retraite

Les employés admissibles participent au régime de retraite administré par le gouvernement du Canada. Les employés et la Société partagent également le coût du régime. Cette contribution représente la responsabilité totale de la Société. Les contributions pour les services courants et pour les services antérieurs admissibles sont imputées aux résultats de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la Fonction publique.

j) Incertitude relative à la mesure

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

3. MODIFICATION DE CONVENTION COMPTABLE

Auparavant, les crédits parlementaires reçus du gouvernement du Canada et les contributions du ministère du Patrimoine canadien étaient comptabilisés à l'avoir du Canada. Afin de respecter les nouvelles recommandations du Conseil sur la comptabilité et la vérification dans le secteur public de l'Institut canadien des comptables agréés, la Société enregistre maintenant les crédits parlementaires utilisés pour l'acquisition d'immobilisations comme aide en capital reportée au bilan et les amortit selon la même base que les immobilisations auxquelles ils se rapportent. Le solde du crédit parlementaire reçu et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisés à l'état des résultats et de l'avoir du Canada. Cette modification de convention comptable, qui a été appliquée rétroactivement, a eu pour effet de réduire l'avoir du Canada de 1 816 000 \$ (2 232 000 \$ en 1998) et d'augmenter l'aide en capital reportée d'autant, ainsi que d'augmenter le bénéfice net d'exploitation de 416 000 \$ (262 000 \$ en 1998).

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES

Les prêts d'une valeur comptable de 5 020 537 \$ 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 12 paiements mensuels égaux et consécutifs débutant 12 à 24 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 :

	1999		1998	
	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	6 260	(9)	6 251	6 378
Prêts douteux	680	(516)	164	—
	6 940	(525)	6 415	6 378
Moins portion à court terme	1 600	(525)	1 075	2 889
	5 340	—	5 340	3 489

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES (SUITE)

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars
Solde au début	1 004	2 079
Radiations	—	(166)
Recouvrements	(510)	(660)
Provision	31	(249)
Solde à la fin	525	1 004

5. À RECEVOIR DU CANADA

Le solde à recevoir du Canada figurant dans l'état des flux de trésorerie comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars
Recettes cumulatives non utilisées	19 926	26 524
Débours effectués après la fin d'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant	7 851	11 588
	27 777	38 112

6. IMMOBILISATIONS

	PRIX COÛTANT En milliers de dollars	AMORTISSEMENT CUMULÉ En milliers de dollars	1999 VALEUR NETTE En milliers de dollars	1998 VALEUR NETTE En milliers de dollars
Installations informatiques	3 688	2 904	784	936
Logiciels	3 218	2 722	496	620
Améliorations locatives	1 364	1 050	314	409
Mobilier et équipement	2 064	1 842	222	267
	10 334	8 518	1 816	2 232

7. AIDE EN CAPITAL REPORTÉE

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars
Solde au début	2 232	2 494
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	163	423
Amortissement de l'aide en capital reportée	(579)	(685)
Solde à la fin	1 816	2 232

8. CONTRIBUTIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

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

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	57 241	75 500
Multimédia	5 750	—
Développement préprofessionnel	1 300	1 300
	64 291	76 800

9. FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

	SOCIÉTÉ En milliers de dollars	MINISTÈRE En milliers de dollars	1999 TOTAL En milliers de dollars	1998 TOTAL En milliers de dollars
Investissements				
Émissions canadiennes	52 073	41 009	93 082	94 582
Longs métrages	–	16 067	16 067	17 049
	52 073	57 076	109 149	111 631
Récupération sur investissements	(10 157)	(1 963)	(12 120)	(10 736)
	41 916	55 113	97 029	100 895

10. DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

	1999 En milliers de dollars	1998 En milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	8 480	8 161
Location, taxes, chauffage et électricité	2 150	2 033
Honoraires professionnels	1 700	1 048
Frais de bureau	1 114	1 006
Voyages	788	764
Publicité et publications	605	323
Amortissement	529	650
Télécommunications	227	230
Frais de relocalisation	108	62
Frais de représentation	69	77
	15 770	14 354

11. ENGAGEMENTS

a) Projets

Au 31 mars 1999, 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	11 642	9 676	21 318
Autres programmes	8 109	969	9 078
	19 751	10 645	30 396

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des débours de 823 522 \$. En vertu du programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 1999 des fonds totalisant 1 812 117 \$ 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
2000	2 266
2001	2 284
2002	2 168
2003	2 148
2004	550
2005-2008	77
	9 493

12. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

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

13. 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 1999 totalisent 2 660 961 \$ (1998 – 2 106 740 \$). 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.

14. JUSTE VALEUR COMPTABLE DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS

La valeur comptable des investissements, des débiteurs, des créditeurs et frais courus et des engagements sur les projets 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 :

	1999		1998	
	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	1 075	952	2 889	2 694
Prêts à long terme	5 340	4 524	3 489	3 104

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.

15. INCERTITUDE DÉCOULANT DU PASSAGE À L'AN 2000

Le passage à l'an 2000 pose un problème parce que de nombreux systèmes informatiques utilisent deux chiffres plutôt que quatre pour identifier l'année. Les systèmes sensibles aux dates peuvent confondre l'an 2000 avec l'année 1900 ou une autre date, ce qui entraîne des erreurs lorsque des informations faisant intervenir des dates de l'an 2000 sont traitées. En outre, des problèmes semblables peuvent se manifester dans des systèmes qui utilisent certaines dates de l'année 1999 pour représenter autre chose qu'une date. Les répercussions du problème du passage à l'an 2000 pourront se faire sentir le 1^{er} janvier de l'an 2000, ou encore avant ou après cette date, et, si l'on n'y remédie pas, les conséquences sur l'exploitation et l'information financière peuvent aller d'erreurs mineures à une défaillance importante des systèmes qui pourrait nuire à la capacité de l'entité d'exercer normalement ses activités. Il n'est pas possible d'être certain que tous les aspects du problème du passage à l'an 2000 qui ont une incidence sur l'entité, y compris ceux qui ont trait aux efforts déployés par les clients, les fournisseurs ou d'autres tiers, seront entièrement résolus.

16. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres comparatifs de 1998 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 1999.