



Office national du film

Budget des dépenses
2002-2003

Partie III – Rapport sur les plans et les priorités

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement. Le Budget des dépenses qui est déposé à la Chambre des communes par la présidente du Conseil du Trésor, comporte trois parties :

Partie I – Le Plan de dépenses du gouvernement présente un aperçu des dépenses fédérales et résume les rapports entre les principaux éléments du Budget principal des dépenses et le Plan de dépenses (qui figure dans le budget).

Partie II – Le Budget principal des dépenses étaye directement la *Loi de crédits*. Le Budget principal des dépenses énonce les autorisations de dépenser (crédits) et les sommes à inclure dans les projets de loi de crédits que le Parlement doit adopter afin que le gouvernement puisse mettre en applications ses plans de dépenses. Les Parties I et II du Budget des dépenses sont déposées simultanément le 1er mars ou avant.

Partie III – Le Plan de dépenses du ministère est divisé en deux documents :

- 1) **Les rapports sur les plans et les priorités (RPP)** sont des plans de dépenses établis par chaque ministère et organisme (à l'exception des sociétés d'État). Ces rapports présentent des renseignements plus détaillés au niveau des secteurs d'activité et portent également sur les objectifs, les initiatives et les résultats prévus; il y est fait également mention des besoins connexes en ressources pour une période de trois ans. Les RPP contiennent également des données sur les besoins en ressources humaines, les grands projets d'immobilisations, les subventions et contributions, et les coûts nets des programmes. Ils sont déposés au Parlement par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables des ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Ces documents sont déposés au printemps, pour renvoi aux comités qui font ensuite rapport à la Chambre des communes conformément au paragraphe 81(4) du Règlement.
- 2) **Les rapports ministériels sur le rendement (RMR)** rendent compte des réalisations de chaque ministère et organisme en fonction des attentes prévues en matière de rendement qui sont indiquées dans leur RPP. Ces rapports sur le rendement, qui portent sur la dernière année financière achevée, sont déposés au Parlement en automne par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables pour les ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par
le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2002

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la
poste auprès des Éditions du gouvernement du Canada (TPSGC)
Ottawa (Canada) K1A 0S9

Téléphone : 1-800-635-7943
Site Internet : <http://publications.tpsgc.gc.ca>

No. de catalogue BT31-2/2003-III-5

ISBN 0-660-61770-6

**Office national
du film**

**Budget des dépenses
2002-2003**

**Rapport sur les plans
et les priorités**

Office national du film

**Budget des dépenses
2002-2003**

**Rapport sur les plans
et les priorités**

Approuvé

Ministre du Patrimoine canadien

TABLE DES MATIÈRES

SECTION I : MESSAGES

1.1.	MESSAGE DE LA MINISTRE.....	1
1.2.	DÉCLARATION DE LA DIRECTION	2
1.3.	MESSAGE DU COMMISSAIRE	3
1.4	RAISON D'ÊTRE DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM.....	4

SECTION II : RÉSULTATS STRATÉGIQUES

2.1.	DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES QUI SE DISTINGUENT ET QUI, PAR LEUR PERTINENCE, AIDENT LES CANADIENS ET CANADIENNES À COMPRENDRE LE CANADA ET LE MONDE.....	5
2.1.1.	PLANS ET PRIORITÉS.....	5
2.1.2.	DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISSES	6
2.1.3.	TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES	7
2.1.4.	ÉVALUATION DU RENDEMENT	8
2.2.	DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES ACCESSIBLES, ET UNE IMAGE DE MARQUE RECONNUE PAR LES PUBLICS CANADIEN ET INTERNATIONAL	9
2.2.1.	PLANS ET PRIORITÉS.....	9
2.2.2.	DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISSES	10
2.2.3.	TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES	11
2.2.4.	ÉVALUATION DU RENDEMENT	12
2.3.	ORGANISATION GÉRÉE DE MANIÈRE EFFICIENTE PROPRE À SUSCITER LA CRÉATIVITÉ ET LE PERFECTIONNEMENT DES CONNAISSANCES.....	13
2.3.1.	PLANS ET PRIORITÉS.....	13
2.3.2.	DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISSES	15
2.3.3.	TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES	16
2.3.4.	ÉVALUATION DU RENDEMENT	17
2.4.	CONCLUSION	18

SECTION III : ORGANISATION

3.1.	ORGANISATION	19
3.1.1.	RÉSULTATS STRATÉGIQUES ET SECTEURS D'ACTIVITÉ.....	19
3.1.2.	RESPONSABILISATION	20

ANNEXES

TABLEAUX.....	21
AUTRES RENSEIGNEMENTS	25

SECTION I : MESSAGES

1.1. Message de la Ministre

Les nombreuses cultures qui ont contribué à façonner la société canadienne constituent une des grandes richesses de notre pays. Le Ministère, les organismes et les sociétés d'État qui composent le portefeuille du Patrimoine canadien oeuvrent à renforcer la cohésion sociale au Canada, à faire ainsi de notre diversité notre force et à maintenir des liens entre nous qui soient le reflet de nos valeurs.



Nous sommes résolument engagés à jouer un rôle vital dans la vie quotidienne de tous les Canadiens et les Canadiennes. Pour remplir sa mission, le portefeuille du Patrimoine canadien favorise, par ses plans et ses priorités, l'accès au contenu culturel canadien. En cette ère de mondialisation, nous aidons à mettre la culture canadienne à l'avant-scène et nous offrons, tant aux Canadiens et aux Canadiennes qu'à l'étranger, la possibilité de mieux connaître et comprendre le Canada et les gens qui l'habitent. Nous protégeons également le patrimoine naturel et culturel du Canada au profit des générations actuelles et futures, et en facilitons l'accès au moyen des nouvelles technologies.

Au cours des prochaines années, l'ONF produira et distribuera des oeuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes qui sauront stimuler le dialogue entre les Canadiens et les Canadiennes de tous les milieux. Plus que jamais, l'ONF sera une institution incontournable du paysage culturel canadien qui reflétera les différentes facettes de notre diversité culturelle. Pour ce faire, l'Office renforcera les liens avec la population canadienne en rendant ses productions plus accessibles.

Il en tient à nous tous, individuellement et collectivement, de promouvoir notre diversité, nos valeurs et les liens qui nous unissent, ces caractéristiques de l'identité canadienne.

Sheila Copps

1.2. DÉCLARATION DE LA DIRECTION

Je sou mets, en vue de son dépôt au Parlement, le rapport sur les plans et les priorités de 2002-2003 de l'Office national du film du Canada.

À ma connaissance, les renseignements contenus dans ce rapport :

- décrivent fidèlement les plans et les priorités de l'organisation;
- sont conformes aux principes de présentation énoncés dans les *Lignes directrices pour la préparation du Rapport sur les plans et les priorités 2002-2003*;
- sont complets et exacts;
- sont fondés sur de bons systèmes d'information et de gestion ministériels.

Je suis satisfaite des méthodes et des procédures d'assurance de la qualité qui ont été utilisées pour produire le RPP.

Les ministres du Conseil du Trésor ont approuvé la Structure de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR) sur laquelle s'appuie le présent document et qui sert de fondement à la reddition de comptes sur les résultats obtenus au moyen des ressources et des pouvoirs fournis.

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration

Date : Le 11 février 2002

1.3 MESSAGE DU COMMISSAIRE

L'ONF est un organisme unique en son genre. Depuis sa création, en 1939, il a établi une tradition d'excellence cinématographique reconnue tant au Canada que dans le reste du monde. Sa collection de près de 10 000 titres en fait le plus important dépositaire de films canadiens.

Au fil des ans, l'ONF a remporté plus de 4 000 prix à l'échelle nationale et internationale, dont 65 mises en nomination à Hollywood et 10 Oscars ® – neuf pour des films et un pour l'ensemble de ses réalisations à titre de producteur et de distributeur –, cinq Palmes d'or à Cannes et un Ours d'or à Berlin.

Dès ses débuts, l'ONF a été au cœur du développement de l'industrie cinématographique canadienne; il a joué un rôle clé en étant un incubateur de nouveaux talents et un lieu d'expérimentation. À son apogée, ses artistes et artisans ont été louangés pour avoir inventé un nouveau langage cinématographique. Au cours des trois dernières décennies, nous avons pu assister à l'émergence d'une industrie privée du cinéma, de la radiodiffusion et des nouveaux médias.

Aujourd'hui dans sa septième décennie d'existence, l'ONF, fort d'un passé impressionnant, pourra avoir un avenir prometteur s'il s'adapte à l'environnement actuel. L'avènement d'une solide industrie audiovisuelle, l'impact des exercices de revue de programmes du gouvernement au milieu des années 90, la révolution technologique de même qu'une explosion de nouveaux médias obligent l'ONF à évoluer et à modifier sa trajectoire.

Au sein d'une nouvelle économie mixte publique-privée, dans ce nouveau paysage audiovisuel du XXI^e siècle, l'ONF peut-il jouer un rôle essentiel? Nous le croyons fermement, et nous avons défini comment y parvenir dans un nouveau plan stratégique.

L'ONF peut contribuer à redéfinir le Canada auprès du public canadien et du monde. Dans le cadre des bouleversements sociétaux actuels, l'ONF s'inscrit comme une institution essentielle au tissu social canadien. L'ONF a l'occasion et la responsabilité de se distinguer comme organisme indispensable à la cohésion sociale. Tandis que nous nous aventurons dans l'univers de la mondialisation, l'ONF doit devenir une voix qui articule pour le Canada et le public canadien leurs aspirations et leurs rêves.

Pour réussir dans cette tâche, nous devons ensemble, tant à l'interne qu'à l'externe, affirmer la nécessité de l'ONF – un organisme unique ayant un mandat unique, aussi indispensable aujourd'hui que lors de sa fondation, un organisme qui veut faire partie des solutions pour notre avenir collectif.

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

1.4. RAISON D'ÊTRE DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

VISION

De renommée internationale, l'ONF est reconnu comme étant indispensable à tous les Canadiens et Canadiennes en tant que producteur et distributeur public canadien d'œuvres audiovisuelles innovatrices et pertinentes sur le plan social.

MISSION

La mission de l'ONF consiste à produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes qui reflètent la diversité culturelle et qui présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien.

Les avantages de l'ONF consistent en des œuvres audiovisuelles qui informent, éduquent et divertissent les Canadiens. Ces œuvres aident les Canadiens à saisir les enjeux pertinents sur le plan social et à se rapprocher de leurs concitoyens, ce qui a pour effet de stimuler la cohésion du tissu social canadien. Les œuvres audiovisuelles produites et distribuées par l'ONF servent également d'outils pour enseigner aux jeunes Canadiens l'histoire de leur pays et les problèmes complexes auxquels ils sont confrontés. De fait, les œuvres de l'ONF s'adressent à un auditoire varié englobant communautés autochtones, communautés culturelles, personnes âgées et bien d'autres. En outre, les œuvres de l'ONF font connaître le Canada au public étranger et contribuent ainsi à son rayonnement dans le monde.

L'ONF s'efforce d'expérimenter et d'innover pour faire progresser la cinématographie canadienne dans tous les aspects de la production et de la distribution des œuvres audiovisuelles.

SECTION II : RÉSULTATS STRATÉGIQUES

La mission de l'ONF est de produire et distribuer des œuvres distinctives, audacieuses et pertinentes qui reflètent la diversité culturelle et présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien. Les avantages durables à long terme de l'ONF pour le public canadien découlent des résultats stratégiques suivants :

- Des œuvres audiovisuelles qui se distinguent et qui, par leur pertinence, aident les Canadiens et Canadiennes à comprendre le Canada et le monde;
- Des œuvres audiovisuelles accessibles, et une image de marque reconnue par les publics canadien et international;
- Une organisation gérée de manière efficiente propre à susciter la créativité et le perfectionnement des connaissances.

2.1. DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES QUI SE DISTINGUENT ET QUI, PAR LEUR PERTINENCE, AIDENT LES CANADIENS ET CANADIENNES À COMPRENDRE LE CANADA ET LE MONDE

2.1.1. PLANS ET PRIORITÉS

Le rendement de l'ONF eu égard à la production d'œuvres audiovisuelles pertinentes pour le public canadien de tous âges et de tous horizons est un résultat stratégique à long terme visé par l'ONF.

La priorité générale est de réaliser un programme globalement plus pertinent. Les mesures et les stratégies que l'ONF mettra en œuvre sont les suivantes :

- Aborder les grands enjeux sociaux – unique, nécessaire et pertinent;
- Viser des publics clés, surtout les jeunes et le secteur de l'éducation;
- Innover dans la forme narrative audiovisuelle;
- Faire évoluer la déontologie du documentaire, et favoriser les compétences médiatiques;
- Adopter une vision créatrice : la force du récit;
- Travailler avec des cinéastes de toutes les régions du Canada;
- Aider les cinéastes de la relève;
- Promouvoir les cinéastes autochtones et les cinéastes membres des communautés culturelles;
- Favoriser la cohésion sociale par l'analyse, le débat et le dialogue;
- Accroître nos auditoires.

Le processus de programmation doit s'appuyer sur ces priorités tout au long de l'année. Sous la gouverne des directeurs généraux du Programme français et du Programme anglais, ce processus sera amélioré pour qu'il soit plus transparent, plus ouvert à de nouvelles voix et plus accessible.

Nous visons à mettre en œuvre certaines de ces mesures et stratégies en 2002, et d'autres au cours des trois prochaines années. Le contexte dans lequel nous adopterons ces nouvelles stratégies vise à assurer que le processus de programmation de l'ONF puisse véritablement produire des films qui favorisent les débats de société, des films qui innovent, des films qui instruisent.

2.1.2. DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISES

Pour respecter sa priorité générale, un des problèmes avec lequel l'ONF est aux prises réside dans ses ressources limitées. Pour relever le défi à ce moment-ci, l'ONF entend chercher de nouveaux partenariats afin de maximiser ses ressources artistiques et financières. Cela peut vouloir dire de forger de nouveaux liens avec des diffuseurs et des maisons de production, des organismes communautaires et des sociétés privées. Un des risques repose sur le fait qu'il nous faut nous assurer que ces partenariats respectent bien les valeurs fondamentales de l'ONF.

Un autre défi important est le choix des nouvelles technologies à utiliser dans la production et la distribution des productions, ainsi que le choix du moment où les introduire. Ainsi, les nouveaux médias sont jeunes par définition et ils n'ont toujours pas de modèle fonctionnel sur lequel s'appuyer. Il s'agit d'un défi universel et, l'année dernière, l'ONF a tenté de créer un environnement Internet propice à la création nouveaux médias. Une nouvelle unité relevant des chefs de programme et travaillant en étroite collaboration avec l'unité Internet créera des œuvres nouveaux médias et servira de catalyseur pour la réalisation d'autres oeuvres. Pour juger des questions intéressant les publics canadiens de tous les âges, nous devons donner un caractère plus formalisé à notre processus de programmation.

La population canadienne est aux prises avec des problèmes complexes, et l'ONF est résolu à faire en sorte que les principaux enjeux qui agitent actuellement notre société – éducation, cohésion sociale, diversité culturelle et droits autochtones – soient abordés. L'ONF peut jouer un rôle essentiel dans de tels domaines.

Accroître le nombre d'œuvres réalisées par des cinéastes de la relève et des cinéastes d'origines diverses, d'œuvres d'un genre nouveau tels des films de fiction innovateurs, et augmenter les partenariats feront en sorte que notre processus de programmation tiendra davantage compte des différences culturelles, qu'il sera plus ouvert et mieux branché sur les questions plus susceptibles d'intéresser le public canadien.

L'adoption de lignes directrices en matière de programmation aidera également à satisfaire à la priorité générale qui est en dernier ressort de produire des œuvres audiovisuelles dans lesquelles le public canadien se reconnaît. La place accordée à l'intervention régulière de sources externes dans le processus de programmation fera en sorte que les films seront en phase avec les préoccupations des Canadiens et Canadiennes.

2.1.3. TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES

Pour atteindre ce résultat stratégique, l'ONF prévoit des dépenses d'environ 41 millions de dollars. À remarquer que les coûts inhérents à la mise en œuvre des mesures susmentionnées (priorité donnée à la pertinence accrue de la programmation) sont compris dans cette somme.

Dépenses réelles et prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004	Dépenses prévues 2004-2005
	42 983	40 930	40 931	40 931

2.1.4. ÉVALUATION DU RENDEMENT

Pour évaluer dans quelle mesure il aura réalisé sa priorité consistant à rendre son programme plus pertinent, l'ONF compte établir un mécanisme d'évaluation du rendement de son programme général, mettre en œuvre la nouvelle politique d'évaluation du gouvernement fédéral et concrétiser la fonction de contrôleur moderne. Il s'appuiera sur ces initiatives pour évaluer l'atteinte des résultats recherchés par la mise en place de son programme.

- La sensibilisation d'auditoires canadiens et étrangers à des réalités et à des histoires canadiennes, de même qu'à des perspectives canadiennes sur de grands enjeux sociétaux.
- La contribution de l'ONF à l'avancement de l'art et de la technologie, particulièrement dans les domaines du documentaire et de l'animation.
- L'expérimentation et le développement de nouveaux modèles de création et d'expression dans les domaines des nouveaux médias dont les médias interactifs.
- La reconnaissance internationale d'une cinématographie distinctive et de qualité.
- La contribution de l'ONF à l'ouverture de marchés de production et de distribution pour l'ensemble de l'industrie cinématographique canadienne.
- Le développement de cinéastes autochtones, de la diversité et de la relève.

À noter que nous effectuons en permanence des études d'audience et que nous surveillerons nos progrès pour améliorer nos outils actuels ou pour en trouver de nouveaux nous permettant d'obtenir des renseignements plus fiables sur l'atteinte et la satisfaction des auditoires.

La reconnaissance de l'excellence des films de l'ONF par ses pairs de l'industrie canadienne et étrangère est aussi une mesure objective du caractère concurrentiel et innovateur, de la qualité et de la pertinence de nos productions. L'ONF surveille de près cet indicateur de rendement.

L'ONF compte aussi revoir son processus de programmation pour y intégrer des mécanismes d'évaluation, tant quantitatifs que qualitatifs, lui permettant de juger du succès de son programme d'une manière plus continue.

2.2. DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES ACCESSIBLES, ET UNE IMAGE DE MARQUE RECONNUE PAR LES PUBLICS CANADIEN ET INTERNATIONAL

2.2.1. PLANS ET PRIORITÉS

La priorité est de consolider notre image de marque et, ainsi, de maximiser nos recettes et d'assurer la présence de l'ONF dans la vie des Canadiens et Canadiennes. Pour donner suite à cette priorité, l'ONF lancera de nouvelles initiatives et procédera à quelques changements structurels.

Par exemple, nous regrouperons et réorienterons les compétences et capacités en matière de distribution commerciale nationale et internationale. Nous créerons aussi une unité d'affaires commerciales (qui sera au service tant de la distribution que de la production) qui sera chargée d'établir des pratiques exemplaires, de négocier des ententes de coproduction et des préventes ainsi que de superviser la gestion des droits.

L'ONF établira aussi des mécanismes favorisant l'accès, les relations plus étroites et le dialogue sur ses productions. Nous continuerons de chercher à obtenir des licences de chaînes spécialisées, tant de langue française que de langue anglaise, poursuivrons notre partenariat avec le Documentary Channel tout en continuant de produire des films pour d'autres réseaux. Une autre avenue consiste à aménager des vitrines au Canada, où nous pourrions aussi offrir sur demande notre collection et d'autres collections compatibles. Nouveaux ou anciens, les auditoires auront également accès en ligne à la vaste collection de films de l'ONF par notre catalogue numérisé et interrogeable.

L'ONF fera preuve de cohérence dans ses activités de communications, de marketing et de distribution. À l'interne, toutes les relations publiques, communications, la conservation, la publicité, les festivals et les publications, imprimées ou en ligne, seront regroupés dans un seul service. L'ONF créera de nouvelles alliances pour augmenter sa visibilité sur les réseaux de télévision. Des efforts spéciaux seront déployés pour que notre production et notre patrimoine audiovisuel soient accessibles et pertinents pour les jeunes publics.

Pour accroître la pertinence de nos productions et de notre travail auprès de la population canadienne, nous créerons un conseil consultatif représentatif qui conseillera le commissaire du gouvernement à la cinématographie, qui favorisera un cinéma socialement engagé. Le rapprochement avec les communautés d'intérêt prendra la forme de projections publiques, classes de maître, rétrospectives, expositions dans les musées, créneaux de télévision et divers autres moyens.

De plus, nous créerons un vaste programme d'adhésion qui nous permettra de renouer les liens avec les citoyens et citoyennes de façon durable. Une façon importante de maintenir des relations suivies avec la population est l'établissement de mécanismes de collaboration plus étroits avec les autres organismes du portefeuille de Patrimoine canadien tels la Société Radio-Canada, les Archives nationales et la Fondation canadienne des relations raciales.

2.2.2. DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISSES

L'ONF jouit d'un prestige relativement grand auprès des Canadiens et Canadiennes malgré l'extrême fragmentation des chaînes de télévision et la concurrence qu'elles se font en matière de divertissement. En effet, près de un Canadien sur quatre est capable de citer l'ONF lorsqu'on lui demande d'identifier un organisme qui produit et distribue des documentaires et des courts métrages d'animation. Trente-trois pour cent des Canadiens reconnaissent le logo de l'ONF, et 72 pour cent appuient sa mission.

Jusqu'à présent, pour tenter de maintenir une présence dans le milieu de la télévision en expansion, l'image de marque de l'ONF n'a pas été aussi visible qu'elle aurait dû. En fait, un grand nombre de nos films sont diffusés à la télévision, mais ne sont pas facilement reconnaissables comme tels. Nous avons préféré faire la promotion de nos films séparément plutôt que de gérer notre image de marque globale. Il y a un lien direct à établir entre la reconnaissance de la marque de l'ONF et les avantages à long terme de son programme général pour la population canadienne. Plus il y a de Canadiens et Canadiennes qui reconnaissent l'ONF, plus il y a de chances qu'ils regardent des films qui approfondiront leur compréhension et leur connaissance des diverses questions pertinentes.

C'est dans ce contexte que l'ONF a placé en tête de ses priorités la consolidation de son image de marque et a élaboré des initiatives et des stratégies en ce sens.

Le rythme auquel évoluent les progrès technologiques pose un défi permanent eu égard aux meilleurs canaux de distribution à utiliser pour donner accès à nos productions. Celles-ci continueront d'être accessibles par Internet, CinéRoute, les bibliothèques, les projections en salles, la télévision et autres.

À ce point tournant, il est crucial pour l'ONF de s'enraciner profondément dans la société canadienne et dans les cercles cinématographiques du monde entier. Pour ce faire, il faut ouvrir de nouvelles portes, trouver de nouvelles façons de rendre nos productions accessibles. Les partenariats joueront un rôle important à cet égard.

Les nouvelles vitrines de l'ONF offriront un éventail complet d'activités et de programmes qui relieront le public à son patrimoine et à ses productions passées et futures. À cette fin, nous créerons de nouveaux postes de conservateurs qui feront office de réviseurs de contenu Internet pour les sections de l'ONF, conserveront et archiveront la collection et programmeront des rétrospectives. C'est ainsi que nous pourrions nouer des liens plus étroits avec les festivals et les musées du monde et accéder à un nouveau niveau d'analyse et d'examen des œuvres audiovisuelles canadiennes réalisées à des fins sociales.

Pour garantir l'avenir de l'ONF, il faudra s'assurer d'augmenter ses recettes. L'Office détient l'un des plus riches catalogues audiovisuels au monde et une cinémathèque de plans d'archives bien établie. Il peut également augmenter considérablement ses recettes en multipliant les licences de diffusion, en réalisant de nouvelles compilations pour des marchés précis, en nouant de meilleures alliances avec le système d'éducation et par d'autres moyens encore. Une étude de marché sera effectuée pour comprendre les lacunes actuelles et les besoins futurs des systèmes scolaires en matière de documents audiovisuels.

2.2.3. TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES

L'ONF prévoit consacrer environ 14 millions de dollars à ce résultat stratégique. Il convient de noter que les coûts associés à la mise en œuvre des mesures susmentionnées sont compris dans cette somme.

Dépenses réelles et dépenses prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004	Dépenses prévues 2004-2005
	15 800	13 800	13 800	13 800

2.2.4. ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'ONF évaluera les progrès réalisés quant à l'atteinte de ce résultat stratégique en vérifiant les points suivants :

- augmentation des recettes produites sur les divers marchés;
- ventes d'œuvres audiovisuelles de l'ONF;
- interrogations du catalogue multimédia;
- satisfaction de la clientèle révélée par divers sondages;
- reconnaissance de la marque de l'ONF révélée par des sondages;
- nombre de nouveaux créneaux de télévision présentant des productions de l'ONF;
- auditoires atteints;
- nombre de services spécialisés utilisant nos films.

Cette liste d'indicateurs n'est pas exhaustive, et l'ONF pourrait créer d'autres indicateurs pertinents au besoin.

L'un des défis liés à la reconnaissance de la marque réside dans la capacité de mesurer la perception des Canadiens et des Canadiennes. L'ONF entend faire la promotion de ses nouveaux films de manière à ce qu'ils soient facilement et clairement compris : des films qui favorisent les débats de société et le dialogue, des films qui innovent, des films qui instruisent. En prenant cette approche, l'ONF consolidera toute communication liée à sa mission et à sa vision, ce qui contribuera à affirmer la marque de l'ONF.

L'ONF cherchera à lier son image à son patrimoine, à son rôle de producteur d'œuvres pertinentes sur le plan social, à son soutien aux cinéastes de la relève, à la promotion de cinéastes appartenant à diverses cultures et enfin à ses œuvres audiovisuelles originales synonymes d'innovation, d'audace et de créativité.

L'ONF entend utiliser d'autres outils, tels les sondages, pour suivre les progrès réalisés quant à l'affirmation de la marque de l'Office et à la concrétisation de la priorité globale relative à ce résultat stratégique.

2.3. ORGANISATION GÉRÉE DE MANIÈRE EFFICIENTE PROPRE À SUSCITER LA CRÉATIVITÉ ET LE PERFECTIONNEMENT DES CONNAISSANCES

2.3.1. PLANS ET PRIORITÉS

Pour atteindre ce résultat stratégique, l'ONF propose de mettre en œuvre des changements structurels et de prendre diverses initiatives en matière de gestion de ses programmes, de ses activités et de ses ressources.

Production

- Mettre en œuvre des changements structurels visant le Programme français et le Programme anglais de manière à mieux refléter la réalité canadienne d'un bout à l'autre du pays;
- Créer une unité de coproduction internationale ayant pour objectif de forger des alliances internationales fructueuses;
- Constituer une nouvelle unité des nouveaux médias chargée de créer des œuvres nouveaux médias et de servir de catalyseur pour la réalisation d'autres œuvres;
- Recréer la relation artiste-artisan dans le processus de création, en rendant les services techniques davantage axés sur la clientèle, en introduisant des frais standards comparables à ceux du privé et en s'adaptant aux nouvelles technologies et aux nouvelles façons de travailler le son et l'image.

Distribution

- Pour maximiser les recettes, regrouper les compétences et les capacités en matière de distribution commerciale nationale et internationale;
- Pour consolider la marque de l'ONF, regrouper en un seul service les activités liées aux relations publiques, aux communications, à la conservation, à la publicité, aux festivals et aux publications;
- Pour renouer les liens avec la population canadienne, établir des mécanismes favorisant l'accès, les relations plus étroites et le dialogue sur les productions de l'ONF.

Information

- Poursuivre l'intégration des diverses bases de données (Synchrone) en vue de fournir un système d'information sur le savoir qui soit efficace dans le contexte de la planification stratégique et des communications;
- Poursuivre le développement du Système électronique de gestion des droits d'auteurs en vue de gérer les droits, les contrats et les licences visant 10 000 productions;
- Poursuivre la numérisation de la collection pour la rendre accessible sur CinéRoute, un service national de cinéma sur demande actuellement offert aux universités et aux collèges ainsi qu'à tous les clients branchés au réseau CA*net 3;
- Mettre en œuvre l'initiative sur la fonction de contrôleur moderne, la nouvelle politique d'évaluation et la politique révisée sur la vérification interne.

Partenariats

- Chercher des partenariats créatifs et financiers pour entreprendre des activités diversifiées et viser de nouveaux horizons;
- Former des alliances stratégiques qui appuient les priorités de l'ONF sur tous les fronts;
- Collaborer avec les autres organismes du portefeuille de Patrimoine canadien en vue de l'élaboration de politiques intégrées, notamment par les mécanismes suivants : grappe sur la politique de l'audiovisuel du portefeuille de Patrimoine canadien, grappe sur la politique des arts du portefeuille de Patrimoine canadien et grappe sur la politique du développement des réseaux;
- De concert avec la Société Radio-Canada, trouver de nouveaux modes de collaboration en matière d'administration, de gestion de contenu et de programmation.

Ressources humaines

- Lancer un programme de mentorat et des classes de maître pour donner un cadre professionnel aux artistes et artisans du cinéma;
- Restructurer et améliorer les programmes d'aide aux cinéastes de la relève (Filmmaker Assistance Program (FAP) et Aide au cinéma indépendant canadien (ACIC)) dans tout le pays;
- S'assurer d'atteindre les objectifs visés pour les groupes désignés dans toutes les initiatives de restructuration de l'organisation.

Ressources financières

- Maximiser les recettes de toutes provenances en restructurant et en réorientant les capacités en matière de distribution commerciale, en créant une unité d'affaires commerciales et en cherchant des partenariats;
- Entreprendre une étude visant à trouver de nouvelles sources de recettes pour l'ONF.

2.3.2. DÉFIS, RISQUES, JUSTIFICATION ET LEÇONS APPRISES

L'un des traits les plus marquants du milieu dans lequel l'ONF travaillera est le degré auquel les anciennes façons de produire et de distribuer les films sont mises à l'épreuve par les innovations technologiques qui bouleversent les rapports entre les créateurs de contenu et leurs utilisateurs.

Le défi est d'évaluer l'avenir de la technologie et de mettre l'accent sur son utilisation plutôt que de se laisser guider par ses promesses et son rythme d'évolution.

Le projet de gestion globale de l'actif qu'est CinéRoute est un exemple d'approche progressive en matière d'évolution technologique.

Dans le contexte des compressions budgétaires des dernières années, l'ONF a sabré dans son infrastructure, qui est devenue minimale. Les services techniques avaient toujours fait partie intégrale du processus de création. La façon de faire de l'ONF, par laquelle artistes et artisans collaboraient de la conception à la postproduction en vue de faire avancer leur art, était encore une tradition maison bien après 1990. La fermeture du laboratoire et du plateau de tournage a fait en sorte que les services techniques de l'ONF se sont transformés en un fournisseur d'équipement et d'installations.

L'objectif est de rebâtir la relation qui a déjà existé en vue de favoriser l'essor d'un nouveau langage cinématographique et d'avoir un appui technique d'avant-garde tout en maintenant l'équilibre financier approprié par le recouvrement des coûts. Les services techniques seront voués à l'excellence et à des services à la clientèle de qualité. Ils seront à la fine pointe de la technologie et sauront rapidement s'adapter aux nouveaux supports et aux nouvelles façons de travailler le son et l'image.

2.3.3. TOTAL DES DÉPENSES PRÉVUES

L'ONF prévoit consacrer environ 6 millions de dollars à ce résultat stratégique. Il convient de noter que les coûts associés à la mise en œuvre des mesures susmentionnées sont compris dans cette somme.

Dépenses réelles et dépenses prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004	Dépenses prévues 2004-2005
	6 300	6 428	6 300	6 300

2.3.4. ÉVALUATION DU RENDEMENT

L'ONF évaluera les progrès réalisés dans la mise en œuvre des changements structurels et les résultats atteints dans la gestion de ses programmes, de ses activités et de ses ressources. Il surveillera en permanence la mise en œuvre de ces changements et évaluera l'efficacité et la productivité qui en découleront.

De plus, par ses fonctions d'évaluation et de vérification, l'ONF mesurera notamment les éléments suivants :

- Nombre et envergure des partenariats;
- Augmentation des recettes de sources variées;
- Atteinte des objectifs prévus au plan d'équité en matière d'emploi;
- Nombre de coproductions internationales et incidence sur les recettes;
- Nombre de productions nouveaux médias élaborées et distribuées;
- Atteinte des objectifs en matière de recouvrement des coûts par les services techniques;
- Réussite de percées technologiques;
- Satisfaction suscitée par les services à la clientèle;
- Amélioration qualitative et quantitative de l'information traitée par nos systèmes d'information et incidence sur l'efficacité;
- Niveau de productivité.

Grâce à ces indicateurs et d'autres encore mis au point au besoin, l'ONF sera en mesure d'évaluer les résultats atteints en matière de gestion efficace propre à susciter la créativité.

2.4. CONCLUSION

À l'aube du XXI^e siècle, le Canada doit revoir le rôle de ses institutions culturelles et leur contribution dans le contexte de la mondialisation, de la redéfinition de notre culture et de notre économie.

Nous croyons que l'ONF est l'un des instruments primordiaux dont le Canada a besoin pour articuler sa place dans l'enjeu culturel des prochaines décennies. Il faut nous assurer que nos artistes chevronnés comme ceux de la relève puissent être vus et entendus. En 1939, l'ONF a vu le jour afin de communiquer avec la population canadienne et d'obtenir son appui à l'effort de guerre. En 2002, le Canada et l'ONF ont largement la même mission que leurs fondateurs : refléter la réalité des citoyens et obtenir leur appui en temps de changements et de bouleversements majeurs.

Sommes-nous à la hauteur? Nous devons au moins essayer de l'être!

L'avenir est riche de promesses dans le domaine de l'audiovisuel et l'ONF y a sa place en qualité de producteur public. À ce moment-ci de notre histoire collective, les productions qui font la renommée de l'ONF sont plus importantes que jamais. Notre pays a besoin de cohésion sociale, de dialogue et de discussion sur les grands enjeux de société. L'ONF offrira au Canada et au monde entier des œuvres audiovisuelles qui reflètent le pluralisme et permettent l'affirmation de nouveaux talents.

En mettant en action ce plan, nous pouvons faire acte de création avec une conscience sociale, à l'ère de la mondialisation. De ce fait, l'ONF sera à nouveau reconnu comme essentiel, exceptionnel et accessible.

SECTION III : ORGANISATION

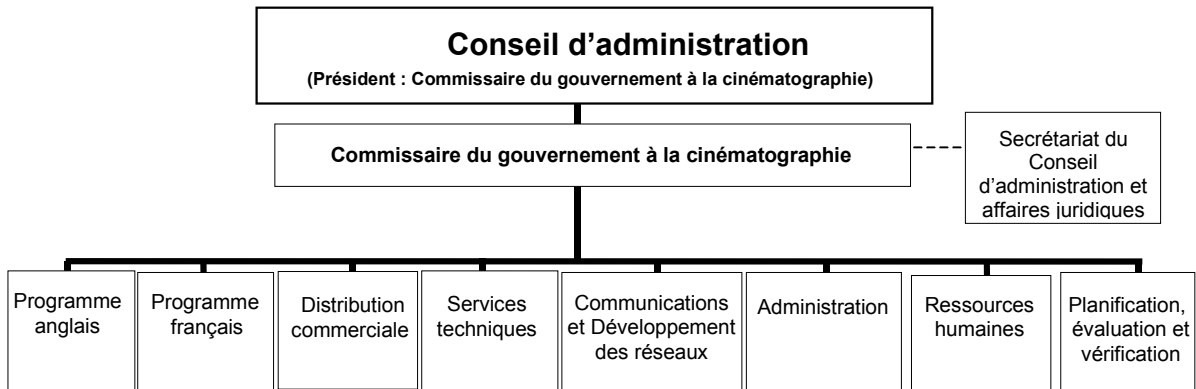
3.1. ORGANISATION

3.1.1. RÉSULTATS STRATÉGIQUES ET SECTEUR D'ACTIVITÉ

UN SECTEUR D'ACTIVITE/ 3 SECTEURS DE SERVICES	RESULTAT STRATEGIQUE N° 1	RESULTAT STRATEGIQUE N° 2	RESULTAT STRATEGIQUE N° 3	ALLOCATION DES RESSOURCES (EN MILLIERS) 2002-2003
Production d'œuvres audiovisuelles distinctives et pertinentes	Oeuvres audiovisuelles distinctives et pertinentes			40 930 \$
Optimisation des auditoires et des réseaux de distribution		Marque accessible et reconnue		13 800 \$
Gestion efficiente et responsable des ressources			Organisation gérée de manière efficiente propre à susciter la créativité et le perfectionnement des connaissances	6 428 \$
TOTAL				61 158 \$

3.1.2. RESPONSABILISATION

Structure organisationnelle



Nota : L'ONF rend compte au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien.

Un secteur d'activité

61 158 000 \$

ETP : 510

ANNEXES

TABLEAUX

TABLEAU 1 : DÉPENSES PRÉVUES DE L'ONF

TABLEAU 2 : SOMMAIRE DES PAIEMENTS DE TRANSFERT

TABLEAU 3 : SOURCE DES RECETTES DISPONIBLES ET DES RECETTES NON DISPONIBLES

TABLEAU 4 : COÛT NET DU PROGRAMME POUR L'ANNÉE BUDGÉTAIRE

TABLEAU 5 : FONDS RENOUELABLE - UTILISATION PRÉVUE DES AUTORISATIONS

TABLEAU 6 : FONDS RENOUELABLE - ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

TABLEAU 1 : DÉPENSES PRÉVUES DE L'ONF

Tableau 1 : Dépenses prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004	Dépenses prévues 2004-2005
Budgétaire du Budget principal des dépenses**	68 096	70 058	69 931	69 931
Moins : Recettes disponibles	7 500	8 900	8 900	8 900
Total du Budget principal des dépenses	60 596	61 158	61 031	61 031
Rajustements	4 487			
Dépenses prévues nettes*	65 083	61 158	61 031	61 031
Plus : Coût des services reçus à titre gracieux	11	29	28	28
Coût net du programme	65 094	61 187	61 059	61 059
Équivalents temps plein	510	510	510	510

* Ce montant reflète les prévisions les plus justes du total des dépenses nettes prévues à la fin de l'exercice courant.

** Inclut le crédit législatif de 375 000 \$.

TABLEAU 2 : PAIEMENTS DE TRANSFERT

Tableau 2 : Paiements de transfert

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004	Dépenses prévues 2004-2005
Subventions				
Subventions pour aider à payer le coût de certains événements cinématographiques d'importance, qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international, selon l'avis du Conseil d'administration	12	10	10	10
Contributions				
Pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour promouvoir la cinématographie canadienne	307	240	240	240
Total	319	250	250	250

TABLEAU 3 : RECETTES DISPONIBLES

Tableau 3 : Recettes disponibles

(en milliers de dollars)	Prévisions de recettes 2001-2002	Recettes prévues 2002-2003	Recettes prévues 2003-2004	Recettes prévues 2004-2005
Production de films	1 000	1 500	1 500	1 500
Vente de copies	2 000	2 500	2 500	2 500
Location, redevances et divers	4 500	4 900	4 900	4 900
Total des recettes disponibles	7 500	8 900	8 900	8 900

TABLEAU 4 : COÛT NET DU PROGRAMME POUR L'ANNÉE BUDGÉTAIRE

Tableau 4 : Coût net du programme pour l'année budgétaire

(en milliers de dollars)	
Dépenses prévues	70 058
<i>Plus : Services reçus à titre gracieux</i>	
Protection des accidents de travail assurée par Développement des ressources humaines Canada	29
<i>Moins : Recettes disponibles</i>	8 900
Coût net du programme pour 2002-2003 (Total des dépenses prévues)	61 187

TABLEAU 5 : FONDS RENOUVELABLE – UTILISATION PRÉVUE DES AUTORISATIONS

Tableau 5 : Fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations

(en milliers de dollars)	Prévisions 2001-2002	Prévues 2002-2003	Prévues 2003-2004	Prévues 2004-2005
Actif				
Encaisse	200	200	200	200
Comptes créditeurs	3 875	4 250	4 250	4 250
Stocks	500	500	500	500
Frais payés d'avance	1 000	1 000	1 000	1 000
Équipement (valeur nette)	9 000	8 500	8 000	7 500
	14 575	14 450	13 950	13 450
Passif				
Comptes débiteurs	2 000	2 000	2 000	2 000
Avoir du Canada	12 575	12 450	11 950	11 450

TABLEAU 6 : FONDS RENOUVELABLE – ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Tableau 6 : Fonds renouvelable – État de l'évolution de la situation financière

Crédits (en milliers de dollars)	
Autorisations au 1 ^{er} avril 2002 *	15 000
Prélèvements :	
Solde prévu au 1 ^{er} avril 2002	12 575
Total des prévisions (besoins de trésorerie nets)	
Opérations	60 783
Crédit accordé dans le présent Budget des dépenses	(60 783)
Variation du fonds de roulement	375
Diminution de la valeur nette des immobilisations	(500)
Solde prévu au 31 mars 2003	12 450
Autorisations non utilisées au 31 mars 2002	2 550

* Par suite d'une nouvelle évaluation des besoins opérationnels de ce fonds, la réduction de son autorisation totale de prélèvement entre en vigueur le 31 mars 2002.

AUTRES RENSEIGNEMENTS

Ce document se trouve à l'adresse Internet suivante :
http://www.onf.ca/plans_et_priorites.

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C. 1985, ch. N-8
(la dernière modification est entrée en vigueur le 1^{er} novembre 1995)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada :

- CinéRobothèque – Montréal
- Centre des appels (1 800 267-7710)
- Site Internet (www.onf.ca)

Distribution à l'étranger :

- Londres
- New York
- Paris

Centres de production anglaise :

- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française :

- Moncton
- Montréal
- Ottawa

LISTE DE PERSONNES-RESSOURCES POUR LE RPP

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration
(514) 283-9050
m.charbonneau@onf.ca

Claude Parent
Directeur, Planification, évaluation et vérification
(514) 283-9251
c.parent@onf.ca