

# **Office national du film du Canada**

**2006-2007**

**Rapport sur les plans et les priorités**

---

Beverley J. Oda  
Ministre du Patrimoine canadien  
et de la condition féminine



## Table des matières

<b>SECTION I – SURVOL .....</b>	<b>5</b>
1.1 Message de la ministre .....	6
1.2 Message du commissaire .....	7
1.3 Déclaration de la direction .....	9
1.4 Survol de l’ONF.....	10
Renseignements sommaires .....	10
Ressources financières .....	11
Ressources humaines .....	11
Alignement avec les priorités du gouvernement.....	11
Priorités de l’ONF en relation avec l’architecture des activités de programme .....	12
Plans et priorités de l’ONF .....	16
<b>SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR OBJECTIF STRATÉGIQUE .....</b>	<b>21</b>
2.1 Analyse détaillée des activités de programme .....	22
2.2 Activités de programme : production d’œuvres audiovisuelles.....	22
Priorités .....	23
Plan.....	24
2.3 Analyse par activité de programme : distribution d’œuvres audiovisuelles .....	30
Priorités .....	31
Plans .....	31

2.4 Analyse par activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux .....	33
Priorités .....	34
Plans .....	35
2.5 Analyse par activité de programme : services de recherche et de conseil .....	38
Priorités .....	39
Plans .....	40
2.6 Analyse par activité de programme : fonds renouvelable.....	42
Ressources financières .....	42
Ressources humaines .....	42
<b>SECTION III – INFORMATION ADDITIONNELLE.....</b>	<b>43</b>
3.1 Renseignements sur l’organisation.....	44
Structure organisationnelle .....	44
3.2 Gestion et administration de l’ONF .....	44
Priorités .....	44
Plan.....	44
3.3 Tableaux.....	46
Tableau 1 : Dépenses prévues du ministère et équivalents temps plein .....	47
Tableau 2 : Activités de programme .....	48
Tableau 3 : Postes votés et législatifs indiqués dans le Budget principal.....	49
Tableau 7 : Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles par activité de programme .....	50

Tableau 8 : Fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations .....	51
Tableau 14 : Renseignements sur les programmes de paiements de transfert.....	52
<b>SECTION IV – AUTRES SUJETS D’INTÉRÊT .....</b>	<b>53</b>



## **SECTION I – SURVOL**

Ministre du Patrimoine canadien  
et de la Condition féminine



Minister of Canadian Heritage  
and Status of Women

Ottawa, Canada K1A 0M5



**L**es rapides progrès de la technologie remettent en question nos façons de faire traditionnelles et posent de nouveaux défis. Toutefois, ils nous donnent également un accès sans précédent à notre culture et à notre patrimoine. Le portefeuille du Patrimoine canadien, qui encourage l'innovation, l'égalité, la dualité linguistique et la diversité culturelle, contribuera à relever les défis du XXI<sup>e</sup> siècle et à bâtir un pays où tous les Canadiens peuvent vivre des expériences culturelles diversifiées et les partager entre eux et avec le monde entier.

**E**n tant que membre du portefeuille du Patrimoine canadien, l'Office national du film du Canada (ONF) joue un rôle essentiel dans la vie culturelle des Canadiens.

**L'**ONF encourage la participation des citoyens grâce à ses productions et à ses diverses activités, lesquelles reflètent l'esprit de notre temps. Fenêtre ouverte sur le talent et la créativité cinématographique, l'ONF produit et distribue des œuvres audiovisuelles créées par les Canadiens et pour les Canadiens, à une époque où les échanges culturels se multiplient et où les technologies émergentes modifient notre quotidien.

**L**e *Rapport sur les plans et les priorités* pour 2006-2007 présente la vision et les objectifs annuels de l'Office national du film du Canada. Il démontre le rôle important que l'ONF joue avec les autres membres du portefeuille du Patrimoine canadien afin de promouvoir la culture, le patrimoine et la participation de tous les citoyens.

Beverley J. Oda

Canada



## 1.2 Message du commissaire

Après quatre ans en tant que commissaire à la cinématographie du gouvernement canadien à l'ONF, je constate le chemin énorme parcouru dans la mise en œuvre de notre Plan stratégique 2002-2006. L'ONF a su relever les nombreux défis auxquels il faisait face pour devenir un joueur essentiel et incontournable de l'industrie cinématographique et télévisuelle au Canada. Il l'a fait en maintenant les plus hauts standards de transparence, de bonne gouvernance et d'imputabilité. Les Canadiens et Canadiennes ne s'attendent à rien de moins.

Nos succès sont éclatants et nous en sommes très fiers. Toutefois, il nous reste encore des défis à relever et des objectifs à atteindre. À la croisée des chemins, il est temps pour l'ONF d'amorcer une réflexion de fond sur son prochain plan stratégique et de proposer une nouvelle vision de ses activités aux Canadiens et aux Canadiennes. Les réflexions initiées jusqu'à maintenant par mon équipe et moi, appuyé en cela par notre conseil d'administration, confirment la nécessité pour l'ONF d'imaginer son futur autour de trois pôles d'activités essentiels.

D'abord, nous souhaitons confirmer notre excellence dans la production et la distribution de documentaires et de films d'animation. Depuis toujours, l'ONF produit des films engagés, aux sujets qui préoccupent la population et qui favorisent la réflexion. L'Office entend tabler sur cet acquis important et s'assurera d'en faire la promotion.

Ensuite, l'ONF possède des installations accessibles à tous, où que l'on se trouve au Canada, avec des antennes à Halifax, Moncton, Québec, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Edmonton et Vancouver. Ces dernières permettent de rejoindre les Canadiens et les Canadiennes dans les grands centres urbains pour leur offrir un patrimoine cinématographique unique qui atteste d'un passé grandiose, mais décidément tourné vers l'avenir. Relié à toutes les communautés du pays par des réseaux haute-vitesse extrêmement performants, l'ONF appartiendra à chaque Canadien et Canadienne, qu'il soit d'Inuvik ou de Pointe Pelée, de St-John's ou de Victoria. À titre d'exemple, les possibilités offertes par le format numérique ont suscité un intérêt marqué dans le domaine des salles de projection. Le e-cinéma connaît une croissance importante dans plusieurs pays, notamment le Royaume Uni ou le Brésil. Il offre un accès à la cinématographie dans des lieux non traditionnels, notamment en régions éloignées; il assure un moyen pratique et éprouvé d'accroître la représentation des films spécialisés non hollywoodiens; il offre des copies de visionnage à des coûts nettement inférieurs à ceux qui ont cours dans l'industrie à l'heure actuelle. Le e-cinéma pourrait offrir des possibilités extraordinaires pour l'industrie canadienne du cinéma. L'ONF se positionne, et continuera à le faire, afin de favoriser l'émergence de ce nouveau mode de diffusion au pays, pour le bénéfice de tous les Canadiens et Canadiennes.

Enfin, l'ONF, en collaboration avec des partenaires privés, redeviendra un incubateur d'innovation technologique et cinématographique. Fidèle à sa tradition, il a toujours été une organisation pionnière qui explore les frontières de la cinématographie. Il importe qu'il poursuive ce rôle et qu'il repousse les limites de l'application numérique au cinéma. Nous avons déjà entrepris d'explorer les nouveaux formats numériques ainsi que les nouveaux supports qui les accueillent. Nous avons produit de très courts métrages destinés aux téléphones cellulaires. Par ailleurs, la production en format numérique, particulièrement en haute définition, est désormais une exigence régulière des diffuseurs nationaux et internationaux. Si nos films doivent

trouver leur auditoire et contribuer à nos réflexions sociales, il s'avère nécessaire d'amorcer et de poursuivre notre transition vers ce mode de production. Nous le faisons déjà, notamment avec *War Hospital*, *Mission Arctique* et récemment en participant à *Mission Antarctique*. Impérative pour le futur de l'industrie et pour celui de l'ONF, cette transition vers le numérique nécessite des investissements très importants. Il est crucial que les intervenants de l'industrie du cinéma et de la télévision aient les moyens de prendre ce virage. L'ONF doit se réapproprier cet espace technologique et créatif, car, ne l'oublions pas, l'ONF est à l'origine du cinéma vérité et de la technologie IMAX. Autant d'exemples qui témoignent remarquablement des qualifications techniques et filmiques de l'ONF et qui pointent vers un futur innovateur.

Cette vision s'appuie sur des partenariats solides avec l'industrie. Nous avons conclu des ententes de collaboration avec les deux principales associations de producteurs au Canada (le CFTPA et l'APFTQ). Nos activités contribuent à la bonne santé de nos partenaires, qu'ils soient du milieu de la production ou de la diffusion, d'ici ou d'ailleurs, ou que nous agissions en tant que producteur ou distributeur. En 2004-2005 et en 2005-2006, plus de 30 % des films de l'ONF sont composés de coproductions (57 l'année dernière); et par ces activités de coproduction et de distribution l'ONF a pu redonner 755 000 \$ à ses partenaires. Dans plusieurs cas, il est essentiel de mentionner que sans la participation de l'Office, ces coproductions n'auraient pas vu le jour. Nos plans et priorités pour l'année 2006-2007 chercheront à renforcer cette volonté d'entretenir des liens fructueux avec les différents intervenants de l'industrie du cinéma et de la télévision au Canada et dans le monde.

En conclusion, laissez-moi réitérer l'importance d'un organisme comme l'Office national du film du Canada dans un monde globalisé où les frontières culturelles tendent à disparaître. La société canadienne se transforme et se complexifie; l'ONF devient encore plus essentiel à la culture de l'engagement civique et à la compréhension des enjeux sociaux de notre temps. L'ONF contribue à une voix canadienne forte et reconnue dans son domaine d'expertise. Je crois que notre nouvelle vision bénéficiera à tous les Canadiens et les Canadiennes.

A handwritten signature in black ink, reading 'Jacques Bensimon'. The signature is fluid and cursive, with a large, sweeping flourish at the end.

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

### 1.3 Déclaration de la direction

Je soumetts, en vue de son dépôt au Parlement, le *Rapport sur les plans et les priorités* (RPP) de 2006-2007 de l'Office national du film du Canada.

Le document a été préparé en fonction des principes de reddition de comptes contenus dans le *Guide de préparation de la Partie III du Budget des dépenses 2006-2007 : Rapports sur les plans et les priorités et Rapports ministériels sur le rendement*.

- Il est conforme aux exigences précises de déclaration apparaissant dans les lignes directrices du SCT.
- Il repose sur l'architecture des activités de programme approuvée par le ministère apparaissant dans la SGRR.
- Il présente une information cohérente, complète, équilibrée et fiable.
- Il fournit une base pour la reddition de comptes à l'égard des résultats obtenus avec les ressources et les autorisations qui lui sont confiées.
- Il rend compte de la situation financière en fonction des chiffres des dépenses prévues approuvées provenant du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada dans le RPP.



---

Maryse Charbonneau  
Directrice, Administration

## 1.4 Survol de l'ONF

### Renseignements sommaires

**Mandat** – L'Office national du film du Canada a pour mandat de «*susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et de promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des producteurs et productrices de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner ».*

**Mission** – La mission de l'ONF, conformément au Plan stratégique 2002-2006, 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.*

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui détient une imposante collection de films, un laboratoire de conservation, ainsi que des installations de postproduction et de recherche et développement à son bureau central, à Montréal. Le service des relations gouvernementales exerce ses activités à partir d'Ottawa, tandis que les directions Marketing et Communications, Distribution, Relations d'affaires et Services juridiques, Planification, évaluation et vérification, Ressources humaines et Administration sont majoritairement situées à Montréal.

L'ONF est un centre de création d'œuvres audiovisuelles unique en son genre. Ses œuvres sont produites dans les deux langues officielles. L'Office national du film du Canada possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, un bureau de production à Québec et deux centres de consultation, dont un à Montréal et l'autre à Toronto.

### Avantages pour la population canadienne et pour le monde

Depuis sa création, l'ONF favorise l'échange d'idées et le dialogue entre les Canadiens et les Canadiennes par l'entremise d'une production cinématographique créative, audacieuse et pertinente. Il offre un point de vue authentiquement national qui véhicule nos valeurs fondamentales dans un environnement mondial sans frontières. En contribuant à la réflexion sur les grands enjeux qui nous touchent ici et ailleurs, l'ONF encourage la participation citoyenne sous toutes ses formes. Il présente la diversité culturelle du pays permettant aux jeunes talents de communautés ethniques diverses de prendre la parole et de faire entendre leur voix aux Canadiens et Canadiennes et aux citoyens du monde. De plus, l'ONF participe à l'acquisition continue de savoir en proposant des contenus engagés et en faisant preuve d'une constante créativité technique. Comme il l'a fait par le passé, l'ONF se veut un pionnier et un leader dans l'application des nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel. L'ONF offre ces avantages en rendant sa collection la plus accessible possible, soit en ligne, dans les écoles

canadiennes, ou dans ses médiathèques. Enfin, il est un partenaire recherché dans l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision pour sa compétence et son professionnalisme. Il contribue ainsi au mieux-être de cette industrie.

### Ressources financières

2006-2007	2007-2008	2008-2009
64 839	65 024	65 024

### Ressources humaines

2006-2007	2007-2008	2008-2009
500	500	500

### Alignement avec les priorités du gouvernement

Lors de la lecture du discours du Trône le 4 avril 2006, le gouvernement faisait part de ses priorités pour le Canada. L'ONF supporte et s'engage à contribuer à l'avancement de ces priorités à travers ses diverses activités. Dans le tableau suivant, nous mettons en relief les priorités du discours du Trône auxquelles s'alignent les priorités de l'ONF énoncées dans le tableau présenté à la page 12.

<b>Priorités du gouvernement (Discours du Trône, avril 2006)</b>
Bâtir un Canada plus fort « Canada puise sa force dans la diversité exceptionnelle de sa population et de ses régions. » « ...notre pays est aujourd'hui à l'avant-garde dans les domaines des sciences, des affaires, des arts et du sport. »
Un Canada qui sert les intérêts de tous les canadiens « ...bâtir une fédération meilleure, dans laquelle les gouvernements uniront leurs efforts pour aider les Canadiens à réaliser leur potentiel. »
Le Canada – fort, uni, indépendant et libre « ...il établira des relations multilatérales et bilatérales plus solides, notamment avec les États-Unis... » « ...le gouvernement est résolu à promouvoir et à défendre à l'étranger les valeurs qui sont fondamentales pour le Canada : liberté, démocratie, primauté du droit et droits de la personne. »
Rebâtir l'imputabilité au sein du gouvernement

## Priorités de l'ONF en relation avec l'architecture des activités de programme

Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues			Indicateurs	Résultats prévus
			2006-2007	2007-2008	2008-2009		
<b>Production d'œuvres audiovisuelles</b>	<p>Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.</p> <p>Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente des productions courts métrages.</p> <p>Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers.</p> <p>Favoriser les partenariats par les coproductions.</p> <p>Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie.</p> <p>Maintenir le développement de coproductions internationales.</p>	Obligatoire	47 103	47 216	47 216	<p>Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;</p> <p>Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet);</p> <p>Reconnaissance sous forme de prix (décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger);</p> <p>Plusieurs applications innovatrices;</p> <p>Participation de la population canadienne;</p> <p>Diversité à l'écran et en coulisses; progression du nombre de coproductions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 85% de la programmation de l'ONF touchera des enjeux sociaux;</li> <li>▪ La programmation se caractérisera par la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;</li> <li>▪ Les projets produits seront innovateurs par leur contenu, leur forme et leur diffusion; ils feront place à l'expérimentation; le maintien du nombre de coproductions nationales et internationales;</li> <li>▪ Le développement et le perfectionnement continus de nouveaux talents.</li> </ul>

Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues			Indicateurs	Résultats prévus
			2006-2007	2007-2008	2008-2009		
<b>Distribution d'œuvres audiovisuelles</b>	<p>Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.</p> <p>Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.</p>	Obligatoire	2 370	2 393	2 393	<p>Évaluation trimestrielle des ventes, préventes et revenus de l'ONF;</p> <p>Attention particulière, chaque trimestre au nombre d'acquisitions de productions audiovisuelles réalisées et à leurs retombées;</p> <p>Suivi des progrès faits en vue de développer de nouveaux outils Internet pour nos clients du marché consommateur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus pour l'ensemble de nos marchés et territoires;</li> <li>▪ Acquérir un plus grand nombre de productions complémentaires au catalogue de l'ONF;</li> <li>▪ Renforcer l'image de marque de la distribution de l'ONF.</li> </ul>

Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues			Indicateurs	Résultats prévus
			2006-2007	2007-2008	2008-2009		
<b>Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux</b>	<p>Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents.</p> <p>Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada.</p> <p>Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les réseaux d'apprentissage.</p> <p>Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.</p>	Obligatoire	11 726	11 761	11 761	<p>Évaluation de l'utilisation des titres de l'ONF auprès de ses différents partenaires, notamment le nombre de prêts de films par des bibliothèques partenaires;</p> <p>Analyser les mesures d'auditoire pour les productions de l'ONF;</p> <p>Évaluer par des études de cas l'impact social de nos productions;</p> <p>Évaluer le programme d'adhésion;</p> <p>Mesurer les assistances aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Améliorer l'accès à la collection de l'ONF par l'entremise de ses différentes activités et outils, notamment, ses médiathèques et ses autres ressources; continuer la numérisation de la collection de l'ONF;</li> <li>▪ Favoriser la participation citoyenne par des projections publiques ou d'autres moyens jugés appropriés;</li> <li>▪ Améliorer la qualité de la présence de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;</li> <li>▪ Augmenter la reconnaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions; augmenter la reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproductions; maintenir une image de marque réputée et prisée;</li> <li>▪ Assurer une présence soutenue des productions de l'ONF dans les divers réseaux communautaires et éducatifs au Canada;</li> <li>▪ Augmenter la couverture de presse et la visibilité de l'ONF dans les médias.</li> </ul>



Activités	Priorités	Type de priorité	Dépenses prévues			Indicateurs	Résultats prévus
			2006-2007	2007-2008	2008-2009		
<b>Services de recherche et de conseil</b>	<p>Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file, avec ses partenaires et dans le milieu cinématographique canadien.</p> <p>Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets.</p> <p>Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes</p>	Obligatoire	3 640	3 654	3 654	<p>Le développement et la mise en œuvre d'un plan de recherche annuel;</p> <p>Le nombre de collaboration et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et de développement;</p> <p>L'évaluation de l'importance de ces recherches;</p> <p>La diffusion et l'utilisation des résultats de ses recherches;</p> <p>Le nombre et le type de collaboration avec le secteur public et ses répercussions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un effort appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie en audiovisuel.</li> <li>▪ Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie.</li> </ul>
	<b>TOTAL</b>		64 839	65 024	65 024		

## Plans et priorités de l'ONF

### Environnement d'affaires

Ce survol souhaite mettre en contexte les plans et priorités que cherche à adopter l'ONF pour l'année 2006-2007. Les plans et priorités mis en place pour la prochaine année émanent directement du Plan stratégique 2002-2006. Depuis maintenant quatre ans, l'ensemble des activités de l'ONF vise à le repositionner en tant que partenaire essentiel dans un environnement cinématographique national et international en constant changement. Il a entrepris des changements importants pour assurer une gestion efficace, efficiente et qui favorise l'imputabilité dans l'administration des fonds publics. À la suite de la révision de son plan stratégique en 2004, l'ONF maintient une direction claire qui doit lui permettre de demeurer pertinent dans l'univers plus vaste de la production et la distribution cinématographique et télévisuelle au Canada, mais également sur le plan technologique.

L'ONF rend des comptes au ministère du Patrimoine canadien, chargé d'administrer la Loi sur le cinéma qui régit cet organisme public de production et de distribution. L'ONF est financé principalement par des crédits parlementaires, par les revenus tirés de la vente de ses produits et par ses redevances.

### Évolution du contexte documentaire

Au Canada comme ailleurs dans le monde, la production documentaire, son financement et sa distribution sont l'objet de pressions importantes, et ce, malgré le regain de popularité dont jouit ce genre cinématographique, particulièrement en salle. À ce titre, selon *Profil 2005*<sup>1</sup>, le genre documentaire représente 14 % des productions canadiennes portant visa (247 millions de dollars) et il est en baisse de 8 % sur l'année précédente.

Les documentaires d'opinion abordent des enjeux de société essentiels. Malheureusement, ils se réalisent de plus en plus grâce à l'aide financière publique seulement. Les producteurs recourent en plus grande proportion à cette aide et la moyenne de celle-ci oscille autour de 35 %<sup>2</sup>.

Devant les difficultés de financer de tels projets, les producteurs privés les délaissent ou s'associent à l'Office national du film du Canada afin qu'une voix authentique, pertinente et audacieuse s'exprime au-delà des exigences du rendement. Dans un environnement d'affaires semblable, l'ONF joue un rôle stabilisateur important. Rappelons d'ailleurs la seconde réponse du gouvernement du Canada au rapport du comité permanent du Patrimoine canadien, dans laquelle on peut lire : « L'ONF est un organisme clé pour la production et la distribution de films et autres œuvres audiovisuelles, qui reflètent la réalité culturelle et sociale du Canada<sup>3</sup>. » L'ONF met à la disposition de l'industrie un savoir-faire unique qui allie créativité et innovation technologique. Au fil des dernières années, en tant que partenaire, l'ONF a contribué, et continue

---

<sup>1</sup> Groupe Nordicité, *Profil 2005 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, Ottawa, février 2005, p.19.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 20. Nous excluons la part des télédiffuseurs publics. Lorsqu'elle est incluse, le financement public direct et indirect représente 45 % du budget de production des documentaires en 2003-2004.

<sup>3</sup> Patrimoine canadien, *Renforcer notre souveraineté culturelle – fixer les priorités du système canadien de radiodiffusion*, Ottawa, 2005, p. 18.

de le faire, à la coproduction de plusieurs centaines de films documentaires ou d'animation. En plus de son rôle de coproducteur, l'ONF distribue les œuvres audiovisuelles de maisons de production privées pour leur bénéfice, mais également pour celui de l'institution. L'an dernier, plus de 755 000 \$ ont été retournés à nos partenaires de distribution.

Comme le souligne le dernier rapport du comité permanent du Patrimoine canadien sur l'industrie cinématographique, de nouvelles avenues se dessinent pour le documentaire, particulièrement «les documentaires longs métrages [qui] ont obtenu beaucoup de succès à l'échelle tant nationale qu'internationale; ils sont depuis longtemps l'un des atouts de l'industrie cinématographique canadienne.<sup>4</sup> Toutefois, les sources de financement pour ce type de documentaires s'avèrent limitées, ce qui rend leur production difficile.

L'ONF fait des documentaires d'opinion une de ses priorités, car la population veut voir des films qui l'aident à mieux comprendre les enjeux présentés sous divers points de vue. Il doit le faire dans les formats susceptibles d'atteindre ses auditoires.

## **Défis et risques pour l'ONF dans cet environnement d'affaires**

### **Un environnement technologique en mutation**

La révolution numérique qui secoue l'univers de la production audiovisuelle est porteuse d'opportunités extraordinaires pour les producteurs et les distributeurs de documentaire et de films d'animation. La très haute qualité du matériel numérique, à des coûts raisonnables, permet aux jeunes et moins jeunes créateurs d'investir le champ documentaire et d'offrir un point de vue neuf et novateur. La diffusion en salle profite également de la révolution numérique, notamment par l'arrivée du e-cinéma. Ce nouveau mode de diffusion offre un contrepoids nécessaire à l'hégémonie audiovisuelle américaine en permettant à une plus grande diversité de films de prendre l'écran, non seulement dans les centres urbains, mais dans les communautés éloignées. Enfin, les formats numériques offrent une nouvelle flexibilité de distribution qui permet d'offrir aux Canadiens et Canadiennes des films dans le format de leur choix, que ce soit DVD, Mpeg 4, Quick time ou d'autres.

Ces nouvelles opportunités comportent également des risques importants d'obsolescence. En effet, il importe pour l'ONF d'adapter rapidement ces nouvelles technologies sous peine de voir ses capacités de production, de distribution et d'accessibilité devenir de moins en moins pertinentes pour ses partenaires et pour les Canadiens et les Canadiennes en général. L'ONF a déjà initié la transition de ses activités vers une utilisation plus grande des nouvelles technologies. Toutefois, les besoins en capital sont substantiels et l'ONF pourrait devoir faire des choix difficiles sans un financement adéquat en relation aux nouvelles réalités technologiques.

### **Se faire voir et entendre de nos publics dans le format de leur choix : un défi constant**

Malgré cette fragmentation et la compétition à laquelle l'Office national du film du Canada doit faire face, les documentaires continuent d'attirer les téléspectateurs; certains, exceptionnels, ont

---

<sup>4</sup> Rapport du comité permanent sur le patrimoine canadien, *Scénario, Grand écran et auditoire une nouvelle politique du film pour le 21<sup>e</sup> siècle*, Ottawa, Novembre 2005, p. 88.

été vus par plus d'un million de personnes<sup>5</sup>. Une statistique semblable démontre bien que l'ONF doit continuer à produire ce genre de films qui trouvent un écho auprès de la population canadienne. La couverture non dupliquée des productions de l'ONF diffusées sur les chaînes canadiennes en 2004-2005 a été supérieure à 8,5 millions de téléspectateurs, soit une légère diminution par rapport à l'année précédente. Dans un environnement d'affaires où la concurrence est forte, nos productions et nos coproductions ont su se tailler une place au cœur de l'univers télévisuel du Canada.

Afin de remplir son mandat et de favoriser une plus grande accessibilité, il importe également à l'Office national du film du Canada d'offrir à ses publics des productions dans un format qui leur convient. À la fois une source de possibilités infinies et de défis logistiques importants, la numérisation du contenu de notre collection et de nos nouvelles productions a été une priorité pour l'ONF durant l'année 2005-2006. Par ailleurs, si l'Office national du film du Canada s'engage résolument sur la voie de la production numérique, il n'en demeure pas moins que la conversion du système de télédiffusion canadien dans ce format demeure un défi. Non seulement l'univers télévisuel doit entreprendre le virage numérique vers la haute définition, mais il en va également de même des réseaux de cinéma en salle. L'arrivée du e-cinéma nécessitera des investissements importants dans les infrastructures de visionnage, mais il offrira des possibilités extraordinaires sur le plan de l'accès à une cinématographie variée et pertinente.

Afin d'atténuer les risques d'offrir des formats en perte de vitesse auprès des Canadiens et des Canadiennes, nous avons déjà numérisé plus de 25 % de notre collection en fichiers numériques. Ces derniers nous permettent d'offrir une variété importante de formats que ce soit Mpeg 2, Quick time, Realplayer, Windows, ou Flash. Nous entendons bien sûr continuer la numérisation de notre collection, avec le support, notamment, du Fonds Mémoire du gouvernement canadien.

### **Maximiser les revenus dans une industrie en pleine mutation**

L'ONF détient l'un des plus riches catalogues audiovisuels au monde et une cinémathèque de plans d'archives. Il peut accroître ses revenus en multipliant les licences de diffusion, en réalisant de nouvelles compilations pour des marchés précis, en offrant des produits sur mesure pour le système d'éducation, et par d'autres moyens encore. Il agit toutefois au sein d'une industrie en pleine mutation. Par exemple, de plus en plus, les télédiffuseurs demandent bien davantage que des droits de télédiffusion; ils souhaitent obtenir les droits sur les nouvelles plateformes émergentes. Dans ce contexte, nous devons réfléchir aux meilleurs moyens, en tant que producteur de contenu, d'optimiser nos sources de revenus.

Par ailleurs, les activités de l'ONF démontrent qu'il est possible de diversifier les sources actuelles de revenus, en exploitant l'ensemble des marchés disponibles pour une production et non seulement les droits de diffusion télévisuels. Cette diversification permet d'offrir une production à un auditoire plus large et également de varier les sources de revenus, tout en les inscrivant sur une période plus longue. Ainsi, une production peut générer des revenus au-delà de la première fenêtre de diffusion télévisuelle. Pour la prochaine année, nous allons accentuer la production de films pour les marchés émergents (téléphones cellulaires, baladeurs vidéo).

---

<sup>5</sup> Groupe Nordicité ltée, *Getting Real/Toute la vérité : profil économique de l'industrie canadienne du documentaire*, mars 2003, p. 1.

## **Question de droits**

En raison de son mandat, l'ONF ne peut seulement acquérir des droits à court terme pour une utilisation restreinte comme dans le cas de licences à des fins de télédiffusion. Il doit aussi s'assurer de posséder les droits sur des films à valeur cinématographique et historique importante afin que la population canadienne puisse en jouir. Il s'agit là d'une responsabilité qui incombe à l'ONF, en sa qualité de producteur public. L'augmentation du coût d'achat des droits se répercute directement sur le coût des productions, mais également sur ceux nécessaires pour garder sa collection. Cela représente un défi croissant pour l'ONF.

Afin de diminuer l'impact de cette réalité sur ses ressources financières, l'ONF s'est doté d'une stratégie d'achat minimum de droits. Par ailleurs, il a également bénéficié de l'aide du Fonds Mémoire pour le renouvellement de droits sur certains titres patrimoniaux. Il n'en demeure pas moins que des ressources financières supplémentaires pourraient être nécessaires afin de maintenir l'accessibilité du patrimoine filmique de l'ONF pour les Canadiens et les Canadiennes.

## **Partenaire et collaborateur sur tous les plans : synergie, créativité et optimisation**

Dans le paysage du documentaire à l'échelle mondiale, l'ONF continue à forger des partenariats stratégiques avec des maisons de production et de distribution du secteur privé canadien et avec des diffuseurs publics afin de coproduire, diffuser et distribuer nos films. À l'échelle internationale, l'ONF s'est assuré de former des alliances en vue de maximiser les synergies potentielles et d'accroître les ventes et les revenus. Tout récemment, nous avons conclu une entente de partenariat avec Discovery Communications.

Nos collaborations en production nous ont fait participer à 57 coproductions en 2004-2005. Des projets tels que la coproduction oscarisée *Ryan*, le long métrage documentaire en haute définition *Le prix de la paix* ou, enfin, *Duhamel, Adrenaline Rush*, sont autant d'exemples de coproductions qui nous ont permis de mettre en commun nos ressources financières, notre expertise technique et notre savoir-faire créatif.

Nos partenariats avec des collaborateurs étrangers se sont poursuivis en 2004-2005. Nous avons accentué notre collaboration avec plusieurs diffuseurs, notamment NHK, au Japon, et France 2. Le World Documentary Fund, en collaboration avec la BBC et le UK Film Council, se poursuit avec la coproduction de *Diameter of the Bomb*. Ponctuellement, d'autres projets s'ajouteront lorsque des occasions intéressantes se présenteront.

L'ONF participe également à plusieurs festivals, non seulement en soumettant des films, mais également en collaborant à la réussite de ces événements. Ainsi, l'ONF a été un fer de lance du premier Sommet sur les politiques régissant le documentaire, lors de Hot Docs, à Toronto, en mai 2004, mais également en 2005. Ce sommet annuel permet aux intervenants de l'industrie de discuter, d'échanger et d'élaborer des solutions aux difficultés particulières au genre documentaire. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada a lancé, en mai 2005, en collaboration avec le Festival de Cannes, le prix Norman-McLaren pour le gagnant de la Palme d'or du meilleur court métrage. De plus, le coffret DVD remasterisé de l'œuvre intégrale de McLaren sera lancé durant la mouture 2006 du Festival de Cannes. À cela s'ajoutera, pour

l'occasion, une rétrospective de son œuvre, de même qu'une exposition itinérante de ses productions les plus importantes.

Enfin, pour assurer la meilleure distribution possible de nos actifs audiovisuels dans tous nos marchés et nos territoires d'activité, nous avons également poursuivi et élaboré des partenariats avec National Geographic et Gaumont Pathé pour la commercialisation de nos plans d'archives et de nos extraits de films. Nous entendons continuer dans cette voie.

### **Développement du savoir**

De plus, dans le milieu de l'éducation, l'ONF favorise l'établissement de collaborations avec les chaînes éducatives, le personnel enseignant, les établissements de recherche et d'enseignement ainsi que les bibliothèques. À ce chapitre, il supporte activement les systèmes scolaires. L'ONF a établi des partenariats avec de nombreuses bibliothèques un peu partout au Canada. Il fournit aussi des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de nombreux congrès annuels du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités. Dernièrement, nous avons participé à un projet pilote de diffusion numérique en circuit fermé avec le ministère de l'Éducation de l'Alberta. Nous entendons poursuivre sur cette voie en 2006-2007.

**SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME  
PAR OBJECTIF STRATÉGIQUE**

## 2.1 Analyse détaillée des activités de programme

<b>Dépenses prévues pour les activités de programme par résultat stratégique</b>				
(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses	Dépenses prévues	Dépenses prévues	Dépenses prévues
	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009
Production d'œuvres audiovisuelles	52 384	47 103	47 216	47 216
Distribution d'œuvres audiovisuelles	923	2 370	2 393	2 393
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	12 023	11 726	11 761	11 761
Services de recherche et de conseil	2 892	3 640	3 654	3 654
<b>Total du Budget principal des dépenses</b>	<b>68 222</b>	<b>64 839</b>	<b>65 024</b>	<b>65 024</b>

Les variations les plus importantes entre 2005-2006 et 2006-2007 proviennent d'une compensation de 1 M\$ pour les primes de départ et les congés parentaux et d'un report de fonds de 2,6 M\$, tous les deux ajoutés à notre crédit parlementaire de 2005-2006 et du retrait de 0,2 M\$ pour le programme DÉCLIC de notre crédit de 2006-2007.

## 2.2 Activités de programme : production d'œuvres audiovisuelles

Son Excellence la Très Honorable Michaëlle Jean, Gouverneure générale du Canada, le disait lors de sa lecture du discours du Trône, le 4 avril 2006 : l'expression créatrice en dit long sur la santé démocratique d'une société. De plus, elle affirmait que la dualité linguistique du Canada constituait un atout pour notre pays. Dans cette perspective, l'ONF, à travers ses productions, contribue à faire connaître la créativité canadienne et sa diversité sur la scène nationale et internationale.

Au cœur de son mandat, la production d'œuvres audiovisuelles permet à l'ONF de contribuer à l'atteinte des résultats présentés ci-dessous. Pour y parvenir, il compte sur ses nombreux centres régionaux de production, il lui est ainsi plus facile de refléter les différentes facettes de la diversité canadienne.

Cette activité offre les avantages directs et indirects suivants à la population canadienne.



Les résultats directs :

- une connaissance des divers enjeux importants dans notre société et dans le monde ainsi qu'une contribution à leur compréhension;
- la formation et la promotion d'une nouvelle génération de documentaristes et de cinéastes d'animation qui reflètent la diversité canadienne;
- une participation à la santé de l'industrie cinématographique et télévisuelle canadienne tant sur le plan du niveau d'emploi que de sa contribution financière auprès de ses nombreux partenaires;
- une institution-phare sur la scène internationale dans le domaine de l'animation et du cinéma documentaire.

Les résultats indirects :

- une contribution à la définition de l'identité canadienne, de même qu'à sa cohésion sociale;
- la mise en place d'un environnement propice au partage de connaissance et à l'engagement citoyen;
- une industrie cinématographique et télévisuelle florissante, diversifiée sur le plan culturel et reconnue pour la qualité de ses productions.

#### Ressources financières

2006-2007	2007-2008	2008-2009
47 103	47 216	47 216

#### Ressources humaines

2006-2007	2007-2008	2008-2009
275	275	275

#### Priorités

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF entend prioriser les éléments suivants durant la période de planification de trois ans.

- a) **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.**
- b) **Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente vis-à-vis des productions courts métrages.**
- c) **Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et à travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers.**
- d) **Favoriser les partenariats par les coproductions.**

- e) **Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie.**
- f) **Maintenir le développement de coproductions internationales.**

## **Plan**

- a) **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et services techniques dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Actif depuis 1939 dans le paysage cinématographique du Canada, riche de sa tradition et de ses productions récentes, l'ONF contribue au capital social du Canada en produisant des films et nouveaux médias innovateurs et pertinents pour la société canadienne. L'ONF propose une production qui vise à faire connaître aux Canadiens et Canadiennes les grands enjeux sociaux qui nous touchent ici et ailleurs. Par l'entremise de documentaires, de films de fiction innovateurs, de films d'animation et des productions nouveaux médias; l'ONF souhaite conserver ce rôle essentiel.

Au cours de la période 2006-2007, l'ONF poursuivra cette voie en consacrant la grande majorité de sa production à des œuvres qui témoignent de nos réalités multiples et diversifiées et qui suscitent l'engagement citoyen et la création de savoir. En outre, les films de l'ONF continueront d'explorer les relations entre les gens, entre la population et le régime démocratique; ils sonderont la conscience collective et encourageront les Canadiens et Canadiennes à participer, à se tenir informés des réalités du pays et de l'étranger, de manière à étoffer leur compréhension des grands enjeux de société et des valeurs canadiennes.

Les projets **CitizenShift** <<http://citizen.nfb.ca>> et **Parole citoyenne** <<http://citoyen.onf.ca>> continueront d'être des véhicules importants pour favoriser l'engagement de l'ONF envers la population. Ils seront des outils d'incitation au dialogue parmi les citoyens et citoyennes de différentes communautés. Ils offrent des espaces publics et technologiques, où l'on aborde des questions sociales comme la citoyenneté, la pauvreté, la santé, l'environnement et la démocratie. En utilisant Internet, ces projets s'inscrivent dans un courant discursif actuel et dynamique orienté vers les jeunes, mais également les moins jeunes.

Afin d'assurer l'atteinte de ses objectifs de programmation et que la population canadienne profite de ses activités de production, l'ONF veillera à améliorer ses mécanismes d'évaluation, tant quantitatifs que qualitatifs, pour mieux mesurer le rendement et l'impact de ses films pour les Canadiens et Canadiennes. Il se dotera également d'outils décisionnels afin de mieux déterminer les choix de production.

Pour produire des films pertinents et engagés, l'ONF doit rechercher l'inspiration au sein des groupes ethnoculturels du pays. Ainsi, il entend lancer et promouvoir ses films auprès des Canadiens et Canadiennes. Par ailleurs, l'ONF souhaite étendre le rayonnement de sa production dans les communautés, en plus de créer des partenariats avec des groupes communautaires et autres partenaires pertinents. De plus, dans sa programmation, l'ONF cherche, entre autres, à mieux s'enraciner au sein des collectivités d'ici et à encourager les créateurs qui en font partie, en les aidant à créer des projets de film susceptibles d'apporter des changements et d'amorcer discussions et débats.

La mise en place d'une nouvelle direction du marketing et des communications permettra d'optimiser et de canaliser nos ressources financières et humaines afin de maximiser l'impact de nos stratégies de marketing auprès du public en général, mais également des communautés.

**b) Renforcer la production de longs métrages documentaires et développer une approche cohérente vis-à-vis des productions courts métrages** (priorité liée aux sous-activités : production, dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Depuis toujours, l'ONF contribue à créer un environnement cinématographique au Canada dans lequel les divers genres et formats de films peuvent s'épanouir et donner la pleine mesure de leurs possibilités. Comme l'ONF l'a soutenu devant le comité permanent du Patrimoine canadien, il est essentiel de soutenir financièrement le long métrage documentaire. L'ONF se positionne très avantageusement pour favoriser un meilleur encadrement et offrir des moyens adéquats pour ce genre de productions. Il entend, en ce sens, produire des longs métrages documentaires durant la période de planification couverte par ce rapport.

Par ailleurs, l'ONF n'est pas étranger à l'univers du court métrage. Ses productions d'animation lui ont valu la reconnaissance de ses pairs et du public depuis de nombreuses années. Il importe maintenant pour l'ONF, dans son effort constant pour favoriser l'innovation, la créativité et l'émergence de nouveaux talents, de se doter d'une politique cohérente visant à encadrer l'ensemble de ses activités de programmation de durée court métrage. Ce format de film, dans cette durée, se veut un banc d'essai important pour les jeunes cinématographes de talent et il est essentiel pour l'ONF de les appuyer adéquatement. Nous entendons continuer et préciser notre soutien au cours de l'année 2006-2007.

**c) Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et à travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et appui aux cinéastes dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF est un incubateur de talent et d'innovation pour les jeunes créateurs canadiens, principalement, mais également ceux de l'étranger. Ses programmes favorisent un environnement d'apprentissage fertile où le mentorat tient une place importante. L'ONF détecte et encourage les talents, consolidant ainsi le cinéma canadien de manière à favoriser l'expérimentation, de même que la ferveur créatrice et innovatrice.

Les plans et priorités de l'ONF en 2006-2007 pour cette activité de programme chercheront à stimuler l'expression de voix diverses et de contenus variés dans les deux langues officielles. Ils viseront à encourager les créateurs de talent, qu'ils soient d'origine autochtone ou issus de communautés ethniques diverses, à formuler des points de vue authentiques qui reflètent leurs réalités canadiennes. Par ses activités, l'ONF veut offrir à la population d'ici une image qui présente les divers points de vue d'une société multiculturaliste. Il entend multiplier les occasions de création cinématographique offertes aux artistes et artisans des diverses collectivités, qu'ils soient dans les grands centres ou les régions éloignées.

Comme par les années passées, l'ONF souhaite venir en aide aux cinéastes appartenant à des minorités linguistiques dans leur région du pays. C'est pourquoi l'ONF continuera de s'associer au ministère du Patrimoine canadien afin de poursuivre le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). En plus de ce partenariat, l'ONF a participé à

l'Initiative DÉCLIC – une autre collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien qui vise à accélérer l'intégration de la diversité culturelle dans la production audiovisuelle et le développement d'auditoires. De concert avec le ministère, l'ONF encourage le renouvellement de tels programmes et avec l'appui de celui-ci, l'ONF entend poursuivre le développement de programmes qui répondent aux objectifs du PICLO et de DÉCLIC.

De plus, par l'entremise du Aboriginal Filmmaking Program (AFP) en passant par le mentorat, le développement et l'aide aux cinéastes de la relève, ainsi que l'encouragement et le perfectionnement des talents et des histoires issues de groupes autochtones ou culturels précis, l'ONF entend maintenir et accentuer son engagement dans la production d'œuvres audiovisuelles réalisées par tous les segments de la population canadienne et qui reflètent les enjeux qui nous touchent.

L'ONF est reconnu pour aider les cinéastes indépendants au Canada. Il joue un rôle inestimable dans le perfectionnement de la relève et dans le renouvellement des talents créateurs. L'ONF est l'un des seuls lieux qui jettent un pont entre, d'une part, l'apprentissage des étudiants en cinéma et des artisans et d'autre part, l'exercice du métier en milieu professionnel. Pour ce faire, il recourt à divers programmes et projets. Le **Filmmaker Assistance Program (FAP)** et **l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC)** sont les piliers de cette tradition. Ces deux programmes sont des incubateurs de talents en ce sens qu'ils fournissent une aide financière et technique à des documentaristes, cinéastes d'animation et réalisateurs/réalisatrices de courts métrages de fiction, dont nombre appartiennent à la relève.

Dans cette veine, l'ONF souhaite développer au cours de la prochaine année, des partenariats avec les principales maisons de formation dans le domaine cinématographique au Canada, afin de faire profiter les créateurs de la relève de l'expertise de ses professionnels.

**Hothouse** et **Momentum** sont d'autres programmes incubateurs de talents qui continueront d'aider les cinéastes de la relève à produire de courts métrages documentaires de qualité à petit budget (dans le cas de **Momentum**) ou d'offrir aux jeunes cinéastes d'animation une formation intensive qui les familiarise avec les tenants et les aboutissants propres à la réalisation d'un film d'animation, depuis la création jusqu'au mixage définitif et à la mastérisation vidéo (dans le cas de **Hothouse**).

**d) Favoriser les partenariats par les coproductions** (priorité liée à la sous-activité : production dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF maintiendra sa place de partenaire au sein de l'industrie cinématographique et télévisuelle indépendante du Canada en continuant assidûment à mettre en œuvre des coproductions. L'année 2004-2005 a vu plus de 57 coproductions entre l'ONF et ses différents partenaires d'ici et d'ailleurs. En plus d'accueillir les nouveaux projets que ses collaborateurs lui proposent, l'ONF initie également des projets de coproduction dans lesquels il est en mesure de partager sa créativité et son savoir-faire technique. En 2004-2005, plus de 30 % de la production de l'ONF était composé de coproductions.

En plus d'offrir son expertise créatrice et technique, les coproductions permettent à l'ONF d'aider l'industrie cinématographique en participant à son financement, en partageant les risques

et en ouvrant de nouvelles possibilités d'exploitation à ses partenaires. Ce type de collaboration contribue à la santé de ce secteur d'activité économique.

**e) Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie** (priorité liée aux sous-activités : production, marketing et services techniques dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Comme l'a montré le onzième Oscar reçu par l'ONF pour la coproduction *Ryan*, l'institution se positionne clairement à l'avant-garde de la créativité, l'innovation et l'expérimentation des formes et des contenus. Pour l'année 2006-2007, nous allons maintenir cette approche qui a toujours été gage de succès pour l'ONF. Nous entendons accentuer la recherche et le développement. Nous mettrons tout en place pour que l'ONF, par l'entremise de sa Direction de l'innovation et des ressources techniques, s'inscrive à la fine pointe des nouvelles technologies cinématographiques. L'ONF souhaite investir dans les domaines de la haute définition et de l'internégatif numérique. Pour arriver à développer de nouvelles applications technologiques, la Direction de l'innovation et des ressources techniques de l'ONF collaborera avec le secteur privé et les établissements publics de recherche, tels les universités et les centres de recherche qui leur sont associés. Notons également qu'une part de la production de l'ONF ira vers les formats numériques émergents pour téléphones cellulaires ou baladeurs vidéo. Au printemps, les premières œuvres de Don McKellar, réalisées de concert avec BravoFact!, ont été présentées au MIPTV 2005.

Afin de consolider son rôle d'incubateur de talent et d'innovation, l'ONF continuera de se vouer aux projets de mentorat et aux ateliers de maître qui servent de nombreuses façons à promouvoir l'art cinématographique et le transfert des connaissances et des compétences. En plus de renforcer l'innovation, ces activités contribuent à l'atteinte d'objectifs consistant à appuyer les cinéastes canadiens et à faire de l'ONF la référence en matière de documentaires et de films d'animation.

**f) Maintenir le développement de coproductions internationales** (priorité liée aux sous-activités : production et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Pour la période de planification qui nous occupe, l'ONF souhaite poursuivre ses collaborations avec des partenaires internationaux. Les coproductions et ententes internationales créent un climat favorable à la production d'œuvres documentaires et d'animation importantes, propres à favoriser la créativité et l'élargissement de l'auditoire. Ces dernières traitent d'enjeux mondiaux qui préoccupent la population canadienne ou de problèmes qui touchent des publics aux quatre coins du globe (lesquels problèmes sont le plus souvent présentés d'un point de vue canadien); ces coproductions contribuent à l'exportation des valeurs canadiennes.

C'est ainsi que les coproductions internationales demeureront pour l'ONF une importante source d'optimisation des ressources créatrices et financières, l'aidant à se tailler une place de choix sur la scène internationale et à élargir son auditoire.

De plus, à l'occasion, l'ONF servira encore d'intermédiaire entre des entités internationales et des productrices/producteurs canadiens d'œuvres qui transmettent les valeurs canadiennes. Par ailleurs, dans le but de développer des partenariats internationaux, l'ONF continuera à conclure et mettre en œuvre des ententes ou partenariats avec des organismes et des diffuseurs aux vues similaires.

### ***Nous souhaitons atteindre les résultats suivants :***

- 85 % de la programmation de l'ONF touchera des enjeux sociaux;
- la programmation se caractérisera par la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;
- les projets produits seront innovateurs par leur contenu, leur forme et leur diffusion; ils feront place à l'expérimentation;
- le maintien du nombre de coproductions nationales et internationales;
- le développement et le perfectionnement continu de nouveaux talents.

### ***Nos stratégies de mesure de performance et nos indicateurs de rendement***

Pour évaluer sa performance, l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
- degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet);
- reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger;
- nombre d'applications innovatrices;
- participation de la population canadienne;
- diversité à l'écran et en coulisse;
- progression du nombre de coproductions.

### **Diversité des genres et des sujets traités dans les productions et coproductions de l'ONF**

Les activités de production de l'ONF touchent une très grande variété de genres (animation, documentaire d'opinion, médias interactifs), de contenus, de traitements et de publics. Une évaluation des œuvres produites ou coproduites suggère un éventail vaste et diversifié. Cette diversité est à la base des activités de programmation de l'ONF et elle peut être mesurée adéquatement.

### **Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films**

La télévision demeure l'un des moyens principaux par lequel l'ONF rejoint les Canadiens et Canadiennes. Les films de l'ONF sont une source importante de contenu canadien distinctif et pertinent destiné au système de radiodiffusion canadien; ces films sont regardés par l'entremise d'une variété significative de chaînes télévisuelles, tant généralistes que spécialisées et numériques. Afin d'être en mesure d'évaluer la performance de ses films, il dispose de données mensuelles comparatives sur la taille des auditoires par rapport aux divers réseaux de télévision ainsi que de données régionales, linguistiques et démographiques. En 2004-2005, 8,539 M\$ de personnes ont vu les films de l'ONF.

Par ailleurs, le site Internet de l'ONF est devenu au fil des ans un lieu de passage incontournable pour tous ceux et celles qui, d'ici ou d'ailleurs, veulent se renseigner sur l'institution. Il y a eu une augmentation de près de 25 % du nombre de pages visitées en 2004-2005. Pour couronner cette année, nous avons reçu le prix Boomerang pour le meilleur site Internet. Mentionnons également que la durée moyenne des séances est passée de 13 minutes à près de 19 minutes, ce

qui selon toute probabilité reflète une augmentation des séances de visionnage en ligne. Pour l'année 2006-2007, nous souhaitons maintenir le cap et pour y arriver, nous allons continuer à analyser les données d'achalandage disponibles pour notre site Internet.

Les activités de l'ONF dans le marché institutionnel sont très importantes. Les écoles, collèges et universités canadiennes présentent nos films pour appuyer leur programme scolaire respectif. Nous souhaitons développer des outils de mesure pour être capable d'évaluer le nombre d'élèves ou d'étudiants qui voient nos productions chaque année. Ils représentent une part importante, mais malheureusement difficile à mesurer, de nos auditoires.

L'ONF travaillera avec les écoles et les bibliothèques pour déterminer des mesures d'évaluation de l'utilisation et de l'impact de nos films dans ce milieu.

### **Reconnaissance lors de festivals de films**

Un indicateur de performance important pour mesurer la qualité, l'innovation et la créativité des films de l'ONF est la reconnaissance offerte par ses pairs de l'industrie canadienne et étrangère du cinéma et de la télévision, dans les nombreux festivals où l'ONF obtient, année après année, nominations et prix. En 2004-2005, ce n'est pas moins de 204 prix qui ont été remis à l'ONF pour ses productions et coproductions. Il va sans dire que nous souhaitons continuer dans cette voie.

### **Participation de la population canadienne**

L'ONF contribue au rapprochement entre les Canadiens et les Canadiennes d'un océan à l'autre, et il le fait de mille et une façons : dans les écoles, par son programme d'adhésion et des sites interactifs, par des projections communautaires, deux médiathèques ayant pignon sur rue, des ateliers de maître et de formation. Il appuie des festivals de films et met sur pied des programmes qui offrent une voix aux Canadiens et Canadiennes d'origine ethnique variée.

Mesurer l'impact socioculturel que peuvent avoir les films de l'ONF demeure un défi important. En 2005-2006, l'ONF a reçu les résultats d'une étude (commandée de concert avec des partenaires de l'industrie) sur les répercussions sociales des documentaires canadiens. Cette étude propose une méthode d'évaluation applicable au suivi, au contrôle, à l'évaluation et à la préparation de rapports sur le sujet. Elle suggère une approche qualitative et favorise une approche d'étude de cas. L'ONF veut continuer à occuper une position de chef de file dans le domaine. Aussi, en 2006-2007, il entend utiliser cette méthode sur un certain nombre de films et constituer ainsi un échantillonnage qui pourra, avec le temps, devenir statistiquement valable à des fins d'extrapolation.

### **Diversité à l'écran et en coulisse**

L'ONF est un exemple de diversité. Il a su représenter la diversité culturelle canadienne sous ses différents aspects. Il continue à le faire et le fera encore au cours de la prochaine période de planification. Non seulement le contenu de ses films reflète la société canadienne, mais il s'assure d'offrir un environnement d'apprentissage afin de favoriser l'émergence des talents et des compétences présents dans les communautés et collectivités du pays. En outre, ses films favorisent l'inclusion ainsi que la consolidation des fondements de la société canadienne. Pour

2006-2007, l'ONF veillera au suivi de la diversité à l'écran et en coulisses en procédant à des évaluations et à des études de cas, et il rendra des comptes sur le sujet.

### **Progression du nombre de coproductions**

L'ONF se propose d'assurer le suivi de ses activités de coproduction et de présenter un rapport faisant état des avantages qu'en tirent la population canadienne, l'ONF et les coproducteurs. Nous souhaitons maintenir le niveau actuel de coproductions nationales et internationales. Par ailleurs, nous entendons saisir les opportunités de partenariats qui s'offriront à nous au cours de la prochaine année. Nous chercherons également à mesurer leur impact à long terme.

### **2.3 Analyse par activité de programme : distribution d'œuvres audiovisuelles**

Grâce à la distribution d'œuvres audiovisuelles, l'ONF est en mesure de faire rayonner les talents canadiens et la diversité culturelle du pays dans toutes ses régions et dans le monde. De plus, depuis plusieurs années, l'ONF travaille en collaboration avec les divers paliers gouvernementaux afin de bien servir les intérêts de l'industrie culturelle canadienne. Il entend poursuivre dans cette direction pour les années à venir. Par la distribution d'œuvres audiovisuelles, l'ONF cherche à atteindre les résultats suivants.

Les résultats directs :

- augmenter son chiffre d'affaires afin de contribuer aux succès de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision;
- maintenir sa réputation d'important producteur et distributeur de documentaires et de films d'animation tant au Canada qu'à l'échelle internationale;
- augmenter les revenus de l'ONF qui lui permettront de réinvestir dans la production de films.

Les résultats indirects :

- renforcer le profil culturel du Canada au pays et à l'étranger;
- contribuer à la croissance économique de l'industrie culturelle au Canada;
- diversifier les opportunités d'affaires afin d'exploiter les actifs de l'ONF de manière innovatrice et non traditionnelle.

#### **Ressources financières**

<b>2006-2007</b>	<b>2007-2008</b>	<b>2008-2009</b>
2 370	2 393	2 393

#### **Ressources humaines**

<b>2006-2007</b>	<b>2007-2008</b>	<b>2008-2009</b>
45	45	45



## Priorités

En plus de produire des œuvres cinématographiques, il incombe à l'ONF de faire la distribution et d'exploiter ses actifs audiovisuels aussi largement que possible ici comme ailleurs. L'exploitation des films de l'ONF et de ceux de ses partenaires permet à l'ONF de tirer des revenus importants qui lui permettent non seulement de produire des films, mais également de contribuer à la santé financière de l'industrie par les activités de distribution qu'il génère. En 2004-2005, la distribution des produits de l'ONF a généré un chiffre d'affaires totalisant 6,945 millions de dollars. Cela représente une légère augmentation sur l'année précédente, où les ventes brutes avaient atteint 6,842 millions. Les revenus conservés par l'ONF se sont élevés, quant à eux, à 5,260 millions. Par ailleurs, la vente de nos produits audiovisuels augmente la diffusion et la visibilité de ce patrimoine cinématographique essentiel.

Les activités de distribution englobent la commercialisation des catalogues audiovisuels de l'ONF et de sa cinémathèque de plans d'archives, le développement et la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'étranger. L'ONF vise également à augmenter son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions et des ententes de partenariat. Par ces activités, l'ONF forge des alliances stratégiques avec les secteurs public et privé au Canada et à l'étranger. Ainsi, en 2004-2005, nous avons remis à nos partenaires 755 000 \$. Pour l'année 2006-2007, nos estimations dépassent 1 million de dollars.

Afin d'atteindre ces résultats, l'ONF s'est fixé les priorités ci-dessous pour la période de planification de trois ans.

- a) **Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.**
- b) **Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.**

## Plans

- a) **Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes** (priorité liée aux trois sous-activités de distribution : ventes et développement des marchés, services techniques et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Au cours de la période de planification, les activités de distribution prioriseront l'augmentation du chiffre d'affaires et des revenus conservés par l'ONF, particulièrement aux États-Unis et en Europe dans le marché télévisuel de même qu'au Canada dans les marchés institutionnel et consommateur.

Les préventes de productions ou de coproductions feront l'objet d'efforts redoublés en 2006-2007, alors qu'elles représentent une occasion d'optimiser nos ressources financières. Nous allons concentrer nos activités dans ce secteur principalement sur la scène internationale.

Les revenus provenant du marché institutionnel représentent une part importante de l'ensemble des revenus générés par les activités de distribution de l'ONF. Pour cette raison, l'ONF est déterminé à maintenir sa collaboration avec le secteur de l'éducation, ici et ailleurs, pour

planifier et fournir des produits et des services adaptés aux besoins de ce marché. Nous allons travailler à la production de guides pédagogiques pour nos produits répondant particulièrement bien aux besoins de ce marché. De plus, nous allons explorer des façons créatives de fournir du matériel audiovisuel dont la durée répond mieux aux attentes de nos clients institutionnels.

Pour la prochaine période de planification, l'ONF élaborera et mettra en place de nouveaux outils d'achat en ligne qui permettront aux consommateurs de se procurer les produits de l'ONF dans le format numérique de leur choix, en plus d'offrir des possibilités de compilation sur demande.

**b) Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public** (priorité liée aux sous-activités : vente et expansion des affaires dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Tout comme en 2005-2006, cette année, l'ONF poursuivra sa stratégie d'acquisition de droits de distribution pour des documentaires et films d'animation qui complètent sa collection. Ces acquisitions doivent nécessairement contribuer à l'atteinte des objectifs stratégiques de l'ONF et ceux impartis pour ses activités de distribution. La vente de ces produits contribue à la meilleure santé financière de l'industrie cinématographique canadienne. Elle fait profiter les producteurs canadiens des compétences et des nombreux réseaux de distribution que possède l'ONF.

### *Nous souhaitons atteindre les résultats suivants :*

- augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus pour l'ensemble de nos marchés et territoires;
- acquérir un plus grand nombre de productions complémentaires au catalogue de l'ONF;
- augmenter la valeur des préventes faites pour les productions et les coproductions de l'ONF;
- renforcer l'image de marque de la distribution de l'ONF.

### *Nos stratégies de mesure de performance et nos indicateurs de rendement*

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- évaluation trimestrielle des ventes, préventes et revenus de l'ONF;
- attention particulière, chaque trimestre, au nombre d'acquisitions de productions audiovisuelles réalisées et à leurs retombées;
- suivi des progrès faits en vue de développer de nouveaux outils Internet pour nos clients du marché consommateur.

## **Évaluation trimestrielle des ventes, préventes et revenus de l'ONF**

Au cours de la dernière année, l'ONF a conçu des indicateurs de performance afin de mieux analyser et évaluer les ventes et les revenus de l'institution. Nous avons peaufiné des outils existants et nous sommes en mesure de suivre très adéquatement nos ventes et nos revenus. Nous estimons que cette évaluation permettra de prendre des décisions stratégiques optimales, de même qu'une planification annuelle informée et efficace. Nous allons continuer à utiliser ce nouvel outil et nous travaillerons à en améliorer la qualité.

### **Attention particulière au nombre d'acquisitions réalisées**

Les acquisitions de productions audiovisuelles faites par l'ONF contribuent à augmenter notre chiffre d'affaires et nos revenus. Par ailleurs, nos activités de distribution sur ces productions permettent la redistribution de revenus auprès de nos partenaires d'affaires. Nous contribuons ainsi à leur santé financière en plus de nous outiller adéquatement pour remplir nos objectifs stratégiques. Les succès de vente des productions acquises bénéficient à tous, tant à nos partenaires qu'à l'ONF. De plus, ils contribuent à la valorisation de notre image de marque.

### **Développement de nouveaux outils Internet pour nos clients consommateurs**

Puisqu'il est essentiel de rendre notre collection accessible aux consommateurs d'une manière efficace et efficiente pour l'ONF, tout en rencontrant les attentes de notre clientèle, nous entendons suivre le progrès de nos diverses initiatives de vente en ligne afin d'assurer la mise en ligne de nos nouveaux outils durant la prochaine année. Ces initiatives font l'objet de rapport d'étape que nous évaluerons et suivrons assidûment.

## **2.4 Analyse par activité de programme : accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux**

Afin de maintenir un contact étroit avec la population canadienne, de forger des liens durables et précieux et de favoriser chez elle l'acquisition de la connaissance, l'ONF s'est fixé un certain nombre d'objectifs dans son Plan stratégique 2002-2006 :

- renouer les liens avec les Canadiens et les Canadiennes;
- prioriser sa riche collection en la rendant toujours plus accessible et en veillant à sa conservation;
- repositionner l'ONF;
- gérer l'image de marque avec efficacité et efficience.

Les activités d'accès et de rayonnement de l'ONF offrent aux Canadiens et aux Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes, qui encouragent leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Par ailleurs, certaines de ces activités cherchent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre encore plus ouverte aux générations futures.

De même, l'ONF prend les mesures appropriées afin de préserver sa collection et la proposer à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses médiathèques de Montréal et de Toronto, par ses ententes avec des bibliothèques partenaires au Canada, par son programme d'adhésion, par sa cinémathèque en ligne et enfin, par des visionnages dans les communautés partout au Canada. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes. Nous allons poursuivre dans cette voie pour l'année 2006-2007 et pour l'ensemble de la période de planification.

Par ailleurs, nos activités visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans les ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou de guides pédagogiques. Fort d'une expertise recherchée, l'ONF cherche à en faire profiter les professionnels du cinéma, les étudiants universitaires et le public intéressés.

Au cours de la période de planification, l'ONF cherche à atteindre les résultats ci-dessous :

Les résultats directs :

- maintenir une image de marque reconnue, prisée et respectée;
- maintenir sa réputation de producteur et distributeur de documentaires et de films d'animation à l'échelle internationale – un point de référence.

Les résultats indirects :

- une population canadienne faisant grand cas de l'investissement en culture;
- une population canadienne faisant grand cas de son patrimoine audiovisuel;
- la consolidation du profil culturel du Canada au pays et à l'étranger;
- un dialogue et un débat publics menant à des changements (sociaux, environnementaux, culturels, etc.) – engagement social et participation citoyenne;
- l'essor d'une société canadienne axée sur le savoir.

### Ressources financières

2006-2007	2007-2008	2008-2009
11 726	11 761	11 761

### Ressources humaines

2006-2007	2007-2008	2008-2009
110	110	110

### Priorités

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF s'est fixé les priorités ci-dessous pour la période de planification de trois ans.

- a) **Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents.**
- b) **Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada.**
- c) **Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage.**
- d) **Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.**

## Plans

- a) **Maintenir, favoriser et accroître la conservation et l'accès équitable à la collection de l'ONF – dans les nouveaux formats numériques émergents** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage, gestion des collections, engagement communautaire et mandat international dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Pour la période de planification, l'ONF souhaite se donner pour objectif permanent de maintenir une voûte électronique où ranger sa collection de plus de 11 000 œuvres afin d'en accroître l'accessibilité. Avec l'appui financier renouvelé du Fonds Mémoire canadienne – un programme de financement de Culture canadienne en ligne, qui relève du ministère du Patrimoine canadien – l'ONF est parvenu jusqu'à maintenant à créer une telle voûte. Le renouvellement du financement en 2006-2007 permettra à l'ONF la numérisation essentielle de sa collection.

Il entend en assurer l'accessibilité aux générations futures dans un format qui leur convient. Par ailleurs, la nouvelle donne numérique permet des partenariats, comme les cinémathèques en ligne, les centres d'apprentissage en ligne pour les écoles et les centres de consultation numérique.

- b) **Rejoindre davantage les communautés par tout le Canada** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage et engagement communautaire dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

L'ONF doit rester présent auprès des diverses communautés canadiennes. Il maintient et développe ses réseaux dans plusieurs communautés du Canada. Les outils qu'il utilise varient entre les programmes de production tels *Our Cities, Our Voices*, les activités de participation citoyenne en ligne comme *Parole citoyenne* et *Challenge for Change*; aussi bien sûr les centres de consultation et les cinémas de Montréal et de Toronto, les collections confiées aux bibliothèques partenaires dans toutes les régions du Canada (nous avons plus de 50 de ces partenaires), les projections publiques tenues régulièrement d'un océan à l'autre, le programme d'adhésion qui compte près de 29 000 participants et la cinémathèque en ligne. L'année 2006-2007 verra l'ONF poursuivre dans cette voie.

- c) **Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage et engagement communautaire dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Comme par le passé, l'ONF espère développer de nouveaux partenariats d'affaires avec des télédiffuseurs afin d'augmenter les auditoires pour ses productions. Il continue son partenariat avec le Documentary Channel, qui diffuse environ 50 heures de productions de l'ONF par année, notamment dans deux plages horaires qui lui sont réservées. En plus de cette entente, l'ONF collabore avec cette chaîne à la production d'une série portant sur le Studio D de l'ONF ainsi que sur l'initiative Challenge for Change.

Par ailleurs, l'ONF contribue de manière importante à un projet du Musée de la civilisation à Québec qui présente une rétrospective du cinéma au Québec. Notre contribution se fait par l'apport des œuvres de notre collection, dont les films représenteront plus de 40 pour cent de films offerts au public et par le biais de notre expertise technique.

L'ONF continue à envisager la nécessité de se doter de sa propre chaîne de télévision, laquelle permettrait aux citoyens canadiens de se «brancher» directement sur ses productions. Par ailleurs, le e-cinéma et les efforts que l'ONF entend y consacrer cette année offre de très belles possibilités, notamment l'accès et la variété des productions offertes.

Enfin, nous souhaitons consacrer des efforts à l'établissement d'un réseau de partenaires au sein des écoles et à mieux adapter nos productions au programme d'études. De plus, le support que nous fournissons en offrant des documents pédagogiques et en organisant des ateliers à l'occasion de nombreux congrès régionaux ou provinciaux du personnel enseignant contribuent à encourager l'utilisation de ressources audiovisuelles canadiennes.

- d) **Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger** (priorité liée aux sous-activités : circuits d'apprentissage et engagement communautaire dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Il importe pour l'ONF, en 2006-2007, de poursuivre la consolidation de son image de marque en s'assurant que l'ensemble des facettes de ses activités de production, de distribution, d'accès et de développement des réseaux, tout comme celles liées à la recherche, obtiennent la visibilité à laquelle elles ont droit. L'ONF souhaite systématiser la promotion des productions à venir, particulièrement dans un contexte où il s'est doté d'une direction du marketing et des communications. Celle-ci s'assurera que le public dispose de plus amples renseignements sur ses nouveaux films.

Ainsi, au lieu de promouvoir chaque film, l'organisme maintient sa stratégie de promotion de l'image globale, car il s'agit d'un puissant facteur de reconnaissance auprès des Canadiens et des Canadiennes. Dans l'ensemble, il est essentiel de favoriser l'utilisation des productions audiovisuelles de l'ONF par les diffuseurs, les établissements d'éducation, les institutions, les bibliothèques, d'autres marchés et le grand public.

Enfin en 2006-2007, l'ONF maintiendra ses relations avec des organisateurs de festivals internationaux de manière à consolider son image de marque et son rôle dans le paysage audiovisuel. L'année dernière, le Festival de Cannes a créé, avec l'ONF, un nouveau prix (le prix Norman-McLaren) qui sera décerné au lauréat ou à la lauréate de la Palme d'or du court métrage.

Dans la même veine, l'ONF a soutenu la création d'un programme de conférences pour l'édition 2005 du MIPDOC, notamment, par l'entremise de *Shorts in motion*.

***Nous souhaitons obtenir les résultats suivants :***

- améliorer l'accès à la collection de l'ONF par l'entremise de ses différentes activités et outils, notamment, ses médiathèques et ses autres ressources;
- favoriser la participation citoyenne par des projections publiques ou d'autres moyens jugés appropriés;
- améliorer la qualité de la présence de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, au cours des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;
- augmenter la reconnaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions;
- augmenter la reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs;
- maintenir une image de marque réputée et prisée;
- continuer la numérisation de la collection de l'ONF;
- assurer une présence soutenue des productions de l'ONF dans les divers réseaux communautaires et éducatifs au Canada;
- augmenter la couverture de presse et la visibilité de l'ONF dans les médias.

***Nos stratégies de mesure de performance et nos indicateurs de rendement***

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- évaluation de l'utilisation des titres de l'ONF auprès de ses différents partenaires, notamment le nombre de prêts de films par des bibliothèques partenaires;
- analyser les mesures d'auditoire pour les productions de l'ONF;
- évaluer par des études de cas l'impact social de nos productions;
- évaluer le programme d'adhésion;
- mesurer les assistances aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.

**Évaluation de l'utilisation des titres de l'ONF auprès de ses différents partenaires, notamment le nombre de prêts de films par des bibliothèques partenaires**

L'ONF continuera à suivre de près l'accès de la clientèle à sa collection (et le degré de satisfaction que suscite cette dernière) par voie de sondages et d'études spéciales. Il examinera aussi l'utilisation de sa collection par les écoles et les bibliothèques, dans le cadre d'activités communautaires et de projections ou autres, et en fera rapport.

L'ONF suit de près et contrôle régulièrement (habituellement aux deux ans) les comportements de la population canadienne à l'égard du documentaire ainsi que sa reconnaissance et son appui à l'endroit de l'ONF.

### **Analyser les mesures d'auditoire pour les productions de l'ONF**

L'ONF s'assurera d'obtenir l'information pertinente auprès des firmes spécialisées afin de connaître l'auditoire pour ses productions. Il obtiendra les renseignements adéquats sur les divers profils des téléspectateurs qui composent le public des films de l'ONF.

### **Évaluer par des études de cas l'impact social de nos productions;**

Le dialogue et les débats publics sur la programmation de l'ONF feront l'objet d'un examen visant à mesurer l'impact social des films qu'il produit. Nous souhaitons produire des études de cas sur des productions précises qui dresseront un portrait de l'impact de notre production.

### **Évaluer le programme d'adhésion**

L'ONF comptabilise le nombre d'adhésions au Cinéclub ONF (22 000 membres), une excellente initiative de rayonnement. Il cherche continuellement à obtenir des commentaires. De nombreux membres participent activement à ces sondages.

### **Mesurer les assistances aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF**

L'ONF s'assure de connaître le nombre de personnes qui assistent à ses activités communautaires de visionnage et de rétrospectives.

## **2.5 Analyse par activité de programme : services de recherche et de conseil**

Par ses activités de recherche et de développement et en collaboration avec plusieurs intervenants du milieu du cinéma, mais également d'ailleurs, l'ONF a contribué à l'avancement des connaissances dans le domaine de la cinématographie. La recherche et le développement de nouvelles technologies est une activité continue qui favorise le renouvellement du savoir et ses applications pratiques. Par ailleurs, dans le cadre de cette activité de programme, l'ONF, en plus de la recherche et de l'innovation technologique, conseille le gouvernement et offre des services-conseils en cinématographie. Bien que nous participions à cet avancement par nos activités, il reste et restera toujours un travail à faire. L'ONF entend y contribuer cette année encore.

Par ses services-conseils et sa recherche, l'ONF cherche à atteindre les résultats suivants.

Les résultats directs :

- faire de l'ONF un point de référence canadien et international en matière de documentaires et d'animation, tant du point de vue de la qualité des contenus que de l'innovation des formes;
- faire avancer la connaissance dans le domaine cinématographique et ainsi en faire profiter l'industrie canadienne;
- redevenir un pionnier dans l'application des nouvelles technologies aux produits audiovisuels.



Les résultats indirects :

- contribuer à l'avancement du savoir dans la société canadienne;
- fournir des preuves tangibles à la population canadienne des effets de la recherche et de l'investissement en culture;

#### Ressources financières

2006-2007	2007-2008	2008-2009
3 640	3 654	3 654

#### Ressources humaines

2006-2007	2007-2008	2008-2009
70	70	70

#### Priorités

Depuis sa création, l'ONF s'est toujours donné comme objectif d'être un chef de file dans les domaines cinématographique et télévisuel, particulièrement d'un point de vue technologique. De plus, par sa loi constitutive, l'ONF doit rendre accessible aux segments de la population canadienne qui le souhaiteraient, le fruit de ses travaux de recherche. En plus de conseiller le gouvernement et l'industrie, il entreprend également des projets techniques et de développement pour faire avancer l'art et la science cinématographiques. Ses activités s'inscrivent dans un cadre voué à l'excellence et à l'innovation propice à l'avènement et au prototypage. L'ONF souhaite étendre le plus largement possible sa collaboration au sein de l'industrie.

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF s'est fixé les priorités ci-dessous pour la période de planification de trois ans.

- a) Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file, avec ses partenaires, dans le milieu cinématographique canadien.**
- b) Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire.**
- c) Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.**

## Plans

- a) **Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement afin de repositionner l'ONF comme chef de file dans le milieu cinématographique canadien de l'innovation** (priorité liée aux sous-activités : recherche, politiques et innovation technologique dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

Pour la période de planification, l'ONF entend mettre temps et énergie à amorcer le repositionnement de l'ONF en tant que chef de file incontesté de l'innovation dans le milieu cinématographique au Canada. Bien que l'ONF ait joué ce rôle depuis création, il lui est nécessaire désormais de collaborer avec des partenaires des secteurs privé et parapublic afin de reprendre un rôle-phare dans l'industrie. L'ONF entend donc être à la fine pointe de la recherche sur le cinéma électronique.

L'ONF accentuera ce rôle durant la période de planification couverte par le présent rapport.

- b) **Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple, cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire** (priorité liée aux sous-activités : recherche, politiques et innovation technologique dans le cadre de l'architecture des activités des programmes de l'ONF).

En 2006-2007, l'ONF souhaite maintenir ses efforts afin de faire avancer la connaissance filmique. Ses activités sous-entendent le renforcement des relations de travail avec les représentants du secteur privé. Mentionnons, par exemple, l'élaboration d'un réseau de projection et de distribution numériques pour les films, c'est-à-dire un nouveau circuit de distribution qui viendrait s'ajouter aux infrastructures de projection et de distribution actuelles.

Également, il souhaite poursuivre les partenariats de recherche qu'il a établis avec des institutions universitaires ainsi que des centres de recherche. Il espère que le fruit de ses collaborations donnera des résultats semblables à ceux de 2005-2006, où l'ONF a présenté à la Conférence internationale Internet Imaging V de la SPIE (The International Society for Optical Engineering) un article technique intitulé « MPEG-7 audio-visual indexing testbed for video retrieval ».

Par ailleurs, l'ONF entend offrir ses ressources à ses partenaires de recherche afin d'offrir un environnement de test adéquat et réaliste. Le développement d'algorithmes pour optimiser et redimensionner les images vidéo, préserver la qualité des images ainsi que réduire la bande passante constituent un fort bel exemple que nous chercherons à émuler en 2006-2007.

Après avoir rendu une part appréciable de sa collection accessible en format DVD, plus de 2044 titres à ce jour, l'ONF souhaite poursuivre le développement de ses outils de numérisation afin que les productions de l'ONF soient accessibles et qu'elles le soient dans un format qui réponde aux attentes de notre clientèle. Pour y parvenir, nous avons négocié les ententes légales afférentes pour permettre la distribution et la diffusion de nos productions par l'entremise de canaux émergents. Pour la prochaine période de planification, nous poursuivrons notre travail en ce sens.

En 2006-2007, l'ONF organisera le Doc Summit en collaboration avec le Festival documentaire Hot Docs à Toronto.

**c) Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes**

En 2005-2006, l'ONF a maintenu une étroite collaboration avec d'autres organismes du portefeuille du Patrimoine canadien, notamment Radio-Canada/CBC pour la création du DVD éducatif *It's a Girl's World (Une affaire de filles)*, mais surtout, les deux organismes ont lancé un projet à partir du film *The Weight of the World/Le poids du monde*, de Glynis Withling, une coproduction avec la CBC, auprès des professeurs, des étudiants et des élèves.

Pour l'année 2006-2007, l'ONF maintiendra une étroite collaboration avec d'autres organismes du portefeuille du Patrimoine canadien.

À la suite du rapport du comité permanent sur le patrimoine canadien, *Scénario, Grand écran et auditoire une nouvelle politique du film pour le 21<sup>e</sup> siècle*, l'ONF entend être à l'avant plan de la réflexion sur la complémentarité du mandat des diverses agences du portefeuille de Patrimoine canadien.

***Nous souhaitons obtenir les résultats suivants :***

- Un effort appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie en audiovisuel;
- Maintenir l'ONF comme étant le point de référence en cinématographie.

***Nos stratégies de mesure de performance et nos indicateurs de rendement***

L'ONF évaluera les progrès réalisés en vérifiant les points suivants :

- le développement et la mise en œuvre d'un plan de recherche annuel;
- le nombre de collaborations et de partenariats de recherche en tant que site-pilote et incubateur de recherche et de développement;
- l'évaluation de l'importance de ces demandes;
- la diffusion et l'utilisation des résultats de ses recherches;
- le nombre et le type de collaborations avec le secteur public et ses répercussions.

## 2.6 Analyse par activité de programme : fonds renouvelable

### Ressources financières

2006-2007	2007-2008	2008-2009
0	0	0

### Ressources humaines

2006-2007	2007-2008	2008-2009
0	0	0

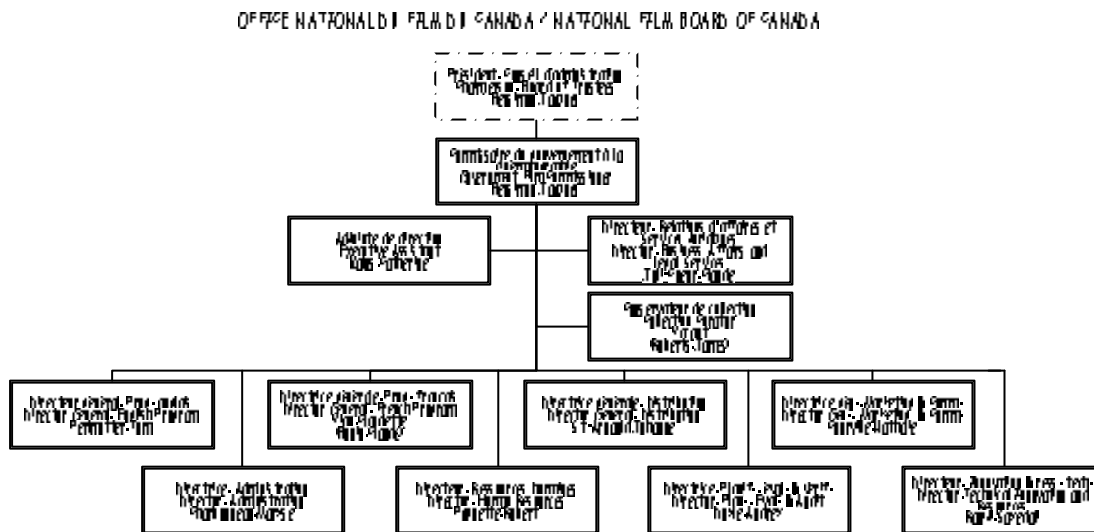
Le fonds renouvelable de l'ONF permet d'utiliser les fonds de roulement nécessaires aux opérations commerciales, de couvrir provisoirement les coûts d'exploitation et ceux des immobilisations ainsi que d'enregistrer le changement de la valeur nette des immobilisations. Le fonds renouvelable sert également à financer provisoirement le manque à gagner, mais il convient de signaler que les coûts d'exploitation de l'ONF sont couverts par des crédits parlementaires votés chaque année.

### **SECTION III – INFORMATION ADDITIONNELLE**

### 3.1 Renseignements sur l'organisation

L'ONF se présente au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien.

#### Structure organisationnelle



2008-09-10

d'entreprise moderne et nous croyons que la transparence, la bonne gouvernance, l'imputabilité et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation sont des éléments essentiels d'une gestion efficace et efficiente.

Producteur et distributeur d'un contenu culturel qui nécessite des droits d'auteur importants, l'ONF s'est doté d'un système électronique de gestion du droit d'auteur (SEGDA). Débuté en 2003-2004, le système est maintenant opérationnel. Nous enrichissons cet outil continuellement par l'intégration de nos bases de données historiques. L'ajout d'un module Royautés a été planifié et sera développé au cours des prochains mois.

Par ailleurs, nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à remplir les objectifs de l'ONF, qui consistent à produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et à le rendre accessible au plus large auditoire possible. Par exemple :

- L'ONF améliore constamment son système de gestion intégrée de l'information et du savoir Synchrone. Un poste de gestionnaire de l'information a été créé en 2005-2006 pour favoriser une meilleure collecte et une meilleure utilisation de l'information disponible à l'ONF;
- Afin de mesurer la performance de l'ensemble de ses activités, depuis deux ans, l'ONF a développé de nouveaux indicateurs de rendement. En 2005-2006, nous avons terminé le volet financier de ces indicateurs. Nous implanterons des indicateurs de performance pour les auditoires au cours de la prochaine année;
- L'ONF a également élaboré un nouveau Plan de vérification interne de même qu'un cadre de gestion intégrée des risques, de gestion des renseignements personnels. Par exemple, nous avons revu les procédures liées à la délégation d'autorisation, particulièrement pour la distribution.

L'ONF s'efforce de maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible. Ces dernières années, il est parvenu à les maintenir à un niveau se situant aux environs de 10 % de son budget.

***Nous souhaitons obtenir les résultats suivants :***

L'ONF utilisera les fonds publics avec diligence en respectant les plus hauts standards de transparence, de bonne gouvernance et d'imputabilité. Nous nous assurerons de tirer le maximum de valeur de nos activités pour les Canadiens et les Canadiennes.

### 3.3 Tableaux

#### RPP 2006-2007

<b>Tableau</b>	<b>Titre</b>	<b>Inclus / sans objet</b>
Tableau 1	Dépenses prévues du ministère et équivalents temps plein	inclus
Tableau 2	Activités de programme	inclus
Tableau 3	Postes votés et législatifs indiqués dans le Budget principal	inclus
Tableau 4	Services reçus à titre gracieux	sans objet
Tableau 5	Sommaire des dépenses d'immobilisations, par activité de programme	sans objet
Tableau 6	Prêts, placements et avances (non budgétaires) par activité de programme	sans objet
Tableau 7	Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles par activité de programme	inclus
Tableau 8	Fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations	inclus
Tableau 9	Besoins de ressources par direction (ou secteur) et activité de programme	sans objet
Tableau 10	Frais d'utilisation	sans objet
Tableau 11	Principales initiatives réglementaires	sans objet
Tableau 12	Renseignements sur les dépenses de projets	sans objet
Tableau 13	Rapport d'étape sur les grands projets d'état	sans objet
Tableau 14	Renseignements sur les programmes de transfert	inclus
Tableau 15	Subventions conditionnelles (Fondations)	sans objet
Tableau 16	Diversification des modes de prestation des services	sans objet
Tableau 17	Initiatives horizontales	sans objet
Tableau 18	Stratégie de développement durable	sans objet
Tableau 19	Vérifications et évaluations	sans objet



**Tableau 1 : Dépenses prévues du ministère et équivalents temps plein**

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2005-2006	<b>Dépenses prévues 2006-2007</b>	Dépenses prévues 2007-2008	Dépenses prévues 2008-2009
Budgétaire du Budget principal des dépenses*	71 848	<b>73 374</b>	73 557	73 557
<i>Moins</i> : Revenus disponibles	8 900	<b>8 535</b>	8 533	8 533
<b>Total du Budget principal des dépenses</b>	62 948	<b>64 839</b>	65 024	65 024
<b>Mandat spécial de la gouverneure générale</b>				
Plus : Report du budget de fonctionnement	2 661			
Compensations pour conventions collectives	1 723			
Moins : Économies anticipées sur les achats**	-110			
<b>Crédit 15 du Conseil du Trésor</b>				
Plus : Congés parentaux et primes de départ	1 000			
Total partiel	5 274			
Dépenses prévues nettes	68 222	<b>64 839</b>	65 024	65 024
<i>Plus : Coût des services reçus à titre gracieux</i>	0	<b>0</b>	0	0
Coût net du programme	68 222	<b>64 839</b>	65 024	65 024
Équivalents temps plein	500	<b>500</b>	500	500

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

\*\* Cette proposition de réduction dans les prévisions de dépenses reliées à des économies dans les achats découle des annonces du Budget 2005.

**Tableau 2 : Activités de programme**

2006-2007											
Activités de programme (en milliers de dollars)	Budgétaire							Non budgétaire		Ajustements (dépendances prévues non indiquées dans le Budget principal)	Total des dépenses prévues
	Fonctionnement	Immobilisations	Subventions	Contributions et autres paiements de transfert	Dépenses brutes	Revenus disponibles	nets	Prêts, investissements et avances	Total pour le Budget principal		
Production d'œuvres audiovisuelles	49 229		3	150	49 382	2 279					<b>47 103</b>
Distribution d'œuvres audiovisuelles	8 217				8 217	5 847					<b>2 370</b>
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	11 855		7	90	11 952	226					<b>11 726</b>
Services de recherche et de conseil	3 823				3 823	183					<b>3 640</b>
<b>Total</b>	<b>73 124</b>		<b>10</b>	<b>240</b>	<b>73 374</b>	<b>8 535</b>					<b>64 839</b>

**Tableau 3 : Postes votés et législatifs indiqués dans le Budget principal**

(en milliers de dollars)

<b>2006-2007</b>			
<b>Poste voté ou législatif</b>	<b>Libellé tronqué pour le poste voté ou législatif</b>	<b>Budget principal actuel</b>	<b>Budget précédent</b>
65	Office national du film - Dépenses de fonctionnement	<b>64 839</b>	62 948

Rapprochement	Budget précédent 2005-2006	62 948
	Plus : Ajustements des conventions collectives	1 961
	Régime d'avantages sociaux des employés	130
	Moins : Programme DÉCLIC	- 200
		<b>64 839</b>

**Tableau 7 : Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles par activité de programme**

**Revenus disponibles**

)	Prévisions de revenus 2005-2006	<b>Revenus prévus 2006-2007</b>	Revenus prévus 2007-2008	Revenus prévus 2008-2009
Production d'œuvres audiovisuelles	1 006	<b>2 279</b>	2 278	2 278
Distribution d'œuvres audiovisuelles	7 519	<b>5 847</b>	5 847	5 846
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	275	<b>226</b>	226	226
Services de recherche et de conseil	100	<b>183</b>	183	183
<b>Total des revenus disponibles</b>	8 900	<b>8 535</b>	8 534	8 533

**Tableau 8 : Fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations**

	Prévisions 2005-2006	Dépenses prévues 2006-2007	Dépenses prévues 2007-2008	Dépenses prévues 2008-2009
<b>Actif</b>				
Encaisse	200	<b>200</b>	200	200
Comptes créditeurs	4 125	<b>4 125</b>	4 125	4 125
Stocks	500	<b>500</b>	500	500
Frais payés d'avance	1 000	<b>1 000</b>	1 000	1 000
Équipement (valeur nette)	10 000	<b>10 000</b>	10 000	10 000
	15 825	<b>15 825</b>	15 825	15 825
<b>Passif</b>				
Comptes débiteurs	2 000	<b>2 000</b>	2 000	2 000
<b>Avoir du Canada</b>	13 825	<b>13 825</b>	13 825	13 825

**État de l'évolution de la situation financière**

<b>Autorisations au 1<sup>er</sup> avril 2006</b>	<b>15 000</b>
Réduction :	
Solde prévu au 1 <sup>er</sup> avril 2006	13 825
Total des prévisions (besoins de trésorerie nets)	
Exploitation	64 839
Crédit accordé dans le présent budget des dépenses	<b>-64 839</b>
Modifications du fonds de roulement	0
Augmentation de la valeur nette des immobilisations	<u>0</u>
Solde prévu au 31 mars 2007	13 825
<b>Autorisations non utilisées au 31 mars 2007</b>	<b>1 175</b>

**Tableau 14 : Renseignements sur les programmes de paiements de transfert**

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2005-2006	<b>Dépenses prévues 2006-2007</b>	Dépenses prévues 2007-2008	Dépenses prévues 2008-2009
Subventions				
<i>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</i>	10	<b>10</b>	10	10
Contributions				
<i>Pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour promouvoir la cinématographie canadienne</i>	240	<b>240</b>	240	240
<b>Total</b>	250	<b>250</b>	250	250

## **SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT**

## **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<sup>er</sup> novembre 1995.)

## **BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM**

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada

- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre des appels (1 800 267-7710)
- Site Web ([www.onf.ca](http://www.onf.ca))

Distribution à l'étranger

- États-Unis (New York)
- Europe (Paris)

Centres de production anglaise

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

Centres de production française

- Moncton
- Montréal
- Toronto
- Québec



## **LISTE DES PERSONNES-RESSOURCES POUR LE RPP**

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

Audrey Doyle  
Directrice, Planification, évaluation et vérification  
(514) 283-3242  
[a.doyle@onf.ca](mailto:a.doyle@onf.ca)