

Office national du film du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005

Rapport sur le rendement

Liza Frulla
Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

| | |
|--|----|
| <i>SECTION I – MESSAGES</i> | 1 |
| Message de la ministre | 2 |
| Message du commissaire | 3 |
| Déclaration de la direction | 5 |
| <i>SECTION II – SURVOL</i> | 6 |
| Renseignements sommaires sur l’ONF | 7 |
| Raison d’être de l’ONF | 7 |
| Avantages pour la population canadienne et pour le monde | 7 |
| Rendement global de l’ONF | 9 |
| Contexte de l’Office national du film du Canada | 10 |
| <i>SECTION III – ANALYSE DU RENDEMENT PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE</i> | 21 |
| Résultat stratégique | 22 |
| Activité de Programme 1. Production d’œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005) | 22 |
| Ressources financières en milliers de dollars | 23 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 23 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 24 |
| Les priorités..... | 24 |
| Résultats de l’activité de programme 1. Production d’œuvres audiovisuelles | 36 |
| Activité de Programme 2. Distribution d’œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005) | 37 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 38 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 38 |

| | |
|--|-----------|
| Les priorités..... | 38 |
| Résultats de l'activité de programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles..... | 40 |
| Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005) | 41 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 42 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 42 |
| Les priorités..... | 43 |
| Résultats de l'activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux..... | 48 |
| Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (correspond, en partie, au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005) | 49 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 50 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 50 |
| Les priorités..... | 50 |
| Résultats de l'activité de programme 4. Services de recherche et de conseil | 52 |
| <i>SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT.....</i> | <i>53</i> |
| Résultat stratégique 3 du RPP 2004-2005..... | 54 |
| Les résultats prévus pour cette activité de programme | 54 |
| Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme | 54 |
| Les priorités..... | 54 |
| Résultats du troisième objectif stratégique du RPP 2004-2005..... | 55 |
| <i>SECTION V – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES</i> | <i>56</i> |
| Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues aux dépenses réelles (équivalents temps plein compris) | 57 |
| Tableau 2 : Utilisation des ressources par secteur d'activité (ou par activité de programme) | 58 |
| Tableau 3: Postes votés et législatifs | 59 |

| | |
|---|----|
| Tableau 7: Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles | 60 |
| Tableau 8 : Fonds renouvelable | 60 |
| Tableau 10A - Loi sur les frais d'utilisation..... | 61 |
| Tableau 14: Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT) | 61 |
| Tableau 16: États financiers des établissements publics et des mandataires du Parlement - | 62 |
| - | |
| <i>SECTION VI – ANNEXES</i> | 63 |
| <i>ANNEXE I</i> | 64 |
| <i>ANNEXE II</i> | 66 |

SECTION I – MESSAGES

Message de la ministre

Ministre du Patrimoine canadien et
Ministre responsable de la Condition féminine



Ottawa, Canada K1A 0M5

Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

À titre de ministre du Patrimoine canadien et ministre responsable de la Condition féminine, je suis fière de présenter au Parlement et à la population canadienne le Rapport ministériel sur le rendement (2004-2005) de l'Office national du film du Canada (ONF). Ce rapport explique en détail de quelle façon l'ONF a atteint ses buts et ses objectifs au cours de la dernière année et souligne sa participation à l'édification d'un Canada plus cohésif et créatif.



Élément essentiel du portefeuille du Patrimoine canadien, l'ONF est un centre unique de création qui travaille à mieux faire connaître et comprendre les réalités culturelles et sociales de notre pays en présentant des oeuvres audiovisuelles canadiennes originales et audacieuses. L'ONF appuie la formation des cinéastes de la relève et encourage la participation d'artistes issus des communautés autochtones et des diverses communautés culturelles.

Je suis heureuse de pouvoir compter sur l'appui et l'engagement de sociétés d'État et d'organismes ministériels, comme l'ONF, pour assumer les responsabilités de ce portefeuille. Ces organismes contribuent à favoriser la vitalité culturelle de nos communautés, à préserver notre patrimoine multiculturel, à mettre en valeur nos langues officielles, à assurer l'égalité des chances pour tous les Canadiens et Canadiennes et à renforcer la souveraineté culturelle du Canada.

Ensemble, nous faisons en sorte que les citoyens et citoyennes de tous âges puissent mettre à profit leur génie créateur, leur talent et leurs compétences au bénéfice de la société tout entière. Ensemble, nous travaillons à faire du Canada un pays prospère, qui se démarque par sa diversité, son dynamisme culturel et son esprit d'innovation.

Liza Frulla

Message du commissaire

Pour les Canadiens et Canadiennes, l'Office national du film du Canada (ONF) représente un pilier culturel essentiel qui témoigne des particularités de notre société par la voie de la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles, et qui les fait connaître ici et ailleurs dans le monde. J'ai souvent la chance de rencontrer des hommes et des femmes de partout au pays qui me racontent leur ONF, comment cette institution les a marqués hier, et comment elle le fait aujourd'hui. Au-delà de ces souvenirs personnels, l'Office national du film du Canada s'inscrit dans le paysage canadien en proposant des films socialement et culturellement pertinents qui rendent compte de notre richesse et de notre diversité, passées et présentes.

En ma qualité de commissaire du gouvernement à la cinématographie et de président de l'ONF, je suis extrêmement fier des résultats que nous avons atteints jusqu'ici dans la mise en œuvre du Plan stratégique 2002-2006. Nous obtenons des résultats tangibles, assurant ainsi à l'ONF la place qui lui revient dans l'industrie, dans la vie de la population canadienne et dans son rôle public. En 2004-2005, nous nous sommes concentrés sur les activités suivantes : 1) programmer des productions importantes, distinctives et innovatrices qui abordent des enjeux de société dont la population canadienne fait grand cas; 2) faire œuvre de pionnier sur les plans créatif et technique par des films d'animation; 3) rayonner dans les communautés; 4) saisir des opportunités de partenariat; 5) aider les nouveaux talents susceptibles de donner aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre et de transmettre les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger.

La transition aux technologies du numérique et de la haute définition est une réalité maintenant bien implantée qui n'a pas échappé à l'ONF. En effet, l'organisme s'est longuement préparé à cette révolution technologique en établissant des partenariats fructueux avec le milieu de la recherche universitaire et le secteur privé. Ces dernières années, l'ONF a aussi rempli son rôle de fer de lance de l'innovation car, anticipant le virage numérique, il s'est voué à la recherche sur la qualité de l'image, sur l'accès à celle-ci et sur sa diffusion.

Même si l'ONF rejoint déjà la population canadienne par la télévision, par Internet, par les écoles et les universités, par les bibliothèques et les médiathèques ayant pignon sur rue, par ses projections dans les centres communautaires, par ses ateliers de maître et ateliers divers ainsi que par ses activités spéciales, il se veut encore plus présent pour mieux se rapprocher des Canadiens et Canadiennes. À cette fin, l'Office national du film du Canada a redoublé d'efforts pour permettre à la population d'accéder à ses films. L'an dernier, il a poursuivi son travail en visant le développement d'un réseau de cinéma numérique (e-cinéma) afin de mettre la technologie numérique au service de la population, en créant un nouveau réseau de distribution à contenu diversifié, lequel atteindra toutes les régions, même les plus reculées du Canada, et ce, à moindres coûts. Compte tenu de sa collection de films, de sa méthode de gestion des actifs numériques, de sa connaissance du marché canadien et de ses compétences de pointe, l'ONF s'avérera ainsi un acteur de premier plan pour explorer, en partenariat avec le secteur privé, les façons de mettre en œuvre ce moyen innovateur pour rejoindre les auditoires d'un bout à l'autre du pays.

L'ONF est impatient de poursuivre sur sa lancée et de contribuer au renforcement du capital social au pays par la mise en œuvre de sa vision: créer et diffuser des films produits dans l'intérêt national. Ce plan ambitieux profite et profitera aux Canadiens et Canadiennes en leur offrant des films qui contribueront à mieux leur communiquer le Canada et le monde. Qui plus est, ce plan met en valeur la formation et l'affirmation des créateurs de la relève issus de diverses cultures, la contribution à la durabilité et à la stabilité de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision et le renforcement du rayonnement culturel du Canada à l'échelle internationale.

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

Déclaration de la direction

Je sou mets, en vue de son dépôt au Parlement, le Rapport sur le rendement de 2004-2005 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 des rapports ministériels sur le rendement 2004-2005 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada*.

- Il est conforme aux exigences particulières de reddition de comptes décrites dans le guide.
- Il est fondé sur l'Architecture d'activités de programme approuvée du ministère.
- Il présente des renseignements uniformes, complets, équilibrés et précis.
- Il offre un modèle de responsabilisation pour les résultats atteints avec les ressources et les autorités allouées.
- Il fait état des sommes qui ont été allouées et approuvées dans le Budget des dépenses et les Comptes publics du Canada.

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration

SECTION II – SURVOL

Renseignements sommaires sur l'ONF

Raison d'être de l'ONF

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 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 personnes faisant de la production 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 Communications et Développement des réseaux, 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

L'ONF offre aux Canadiens et aux Canadiennes un regard innovateur et engagé sur les réalités canadiennes et mondiales. Il contribue au rapprochement des individus de notre société en offrant des perspectives différentes qui témoignent de notre diversité et de notre richesse culturelle. Cette diversité de perspectives, l'ONF la porte partout au Canada, par l'entremise des salles de cinéma, de la télévision, d'Internet, des bibliothèques publiques et des salles de classes. L'Office national du film du Canada tisse des liens qui nous unissent et qui nous rassemblent. Il informe la population canadienne des grands enjeux sociaux de notre époque.

L'ONF permet à de nouvelles voix de s'élever en faisant la promotion de talents émergents et en offrant à ses créateurs des outils technologiques nouveaux. Non seulement l'Office national du film du Canada favorise-t-il l'émergence et l'incubation de talents de même que la diversité des contenus, mais il se veut également un partenaire incontournable auprès de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision. Riche d'une expertise reconnue, l'ONF accompagne

ses collaborateurs à travers ses activités et son savoir-faire : la production d'œuvres audiovisuelles pertinentes sur le plan social et culturel, une distribution de ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger, l'accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux qui favorisent l'engagement citoyen et l'apprentissage continu, la recherche et le conseil visant à faire progresser l'art et la science du cinéma.

Par ailleurs, l'ONF coproduit régulièrement avec des partenaires internationaux afin de se renouveler sur le plan créatif et d'élargir ses auditoires. Il cherche activement à conclure des partenariats et des ententes qui favorisent le partage du savoir et le rayonnement de l'institution. Il distribue également ses productions dans plusieurs marchés et territoires. Afin d'optimiser ses occasions d'affaires, l'Office national du film du Canada développe des partenariats avec les grandes collections d'archives. En plus, il acquiert les droits de distribution sur de nombreuses productions privées, pour son plus grand bénéfice et celui de ses partenaires extérieurs. Enfin, l'ONF s'associe à certains festivals internationaux de grande envergure pour que ses productions profitent de la meilleure vitrine ici et ailleurs.

Total des ressources financières de l'ONF en 2004-2005 (en milliers de dollars)

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 63 682 \$ | 66 876 \$ | 64 910 \$ |

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (dépenses prévues) ;
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations). En 2004-2005, les autorisations totales comprennent les sommes additionnelles reçues pour couvrir les initiatives et les programmes spéciaux tels que les activités en ligne, le programme PICLO, le Fonds Mémoire canadienne, le programme DÉCLIC ainsi que les fonds reportés de l'année précédente. Des crédits ont été retirés pour l'Initiative de réaffectation du gouvernement;
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles).

Total des ressources humaines de l'ONF

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 510 | 510 | 507 |

Rendement global de l'ONF

Résumé du rendement de l'ONF pour chaque résultat stratégique, priorité et engagement

| Résultats stratégiques | 2004–2005 Priorités/ Engagements | Type | Dépenses prévues | Dépenses réelles | Résultats prévus et situation actuelle |
|---|---|-----------|------------------|------------------|--|
| 1. Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde. | 1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui | Permanent | 44 610 \$ | 45 166 \$ | Voir la partie III – p. 22-35 |
| | 2. Placer l'innovation à l'avant-plan. | Permanent | | | |
| | 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones. | Permanent | | | |
| 2. Des œuvres audiovisuelles accessibles et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers. | 1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. | Permanent | 12 000 \$ | 12 945 \$ | Voir la partie III - p. 37-48 |
| | 2. Établir de mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. | Permanent | | | |
| | 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. | Permanent | | | |
| | 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente. | Permanent | | | |
| 3. Une organisation gérée de manière efficiente. | 1. Gérer les ressources de manière efficace et efficiente. | Permanent | 7 072 \$ | 6 799 \$ | Voir la partie IV – p. 49-55 |
| | 2. Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information. | Permanent | | | |

Note : Ce tableau correspond à l'approche par résultats stratégiques et non selon la nouvelle Architecture d'activités de programme, conformément aux directives du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Contexte de l'Office national du film du Canada

1. Description des activités de l'ONF

L'Office national du film est une agence gouvernementale active dans le champ d'activité culturelle et il se rapporte au Parlement, par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien. Le gouverneur en conseil nomme le conseil d'administration de l'Office national du film du Canada et son président, le commissaire du gouvernement à la cinématographie.

L'ONF, par son mandat, intervient dans un certain nombre de champs d'activité : la production, la distribution, l'accessibilité, le développement de réseaux et la recherche-conseil.

Par ailleurs, en 2004-2005, le gouvernement fédéral, par l'entremise du Secrétariat du Conseil du Trésor, a mis de l'avant l'établissement par tous les ministères fédéraux et leurs agences d'une Architecture d'activités de programme (AAP) qui dresse l'inventaire des programmes et des activités de ceux-ci. Dans ce contexte, l'ONF a développé sa propre AAP.

Le rendement de l'ONF pour 2004-2005 est rédigé sur la base de son AAP. On retrouve ci-dessous un tableau de concordance et des explications pour montrer, de façon claire et concise, les changements de la structure de rapport relativement aux engagements et résultats énoncés dans le *Rapport sur les plans et les priorités 2004-2005*.

| RPP 2004-2005 | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) |
|---|--|
| <u>Résultats stratégiques</u> | <u>Activités de programme</u> |
| 1. Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde. | 1. Production d'œuvres audiovisuelles. |
| 2. Des œuvres audiovisuelles accessibles, et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers. | 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles. 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux. |
| 3. Une organisation gérée de manière efficiente. | Ce résultat n'est pas reflété dans l'AAP de l'ONF. Elle est un résultat qui sous-tend l'ensemble de nos activités. |
| | 4. Services de recherche-conseil. |

Performance de l'ONF

| 2004-2005 | | | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------------|
| (en milliers de \$) | Activité 1 Production | Activité 2 Distribution | Activité 3 Accessibilité | Activité 4 Recherche | Total des autorisations |
| Dépenses prévues | 49 120 | 491 | 11 404 | 2 667 | 63 682 |
| Total des autorisations | 50 481 | 491 | 12 353 | 3 551 | 66 876 |
| Dépenses réelles | 46 891 | 1 913 | 12 325 | 3 781 | 64 910 |

Activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Production : Bâtir un capital social en encourageant l'engagement citoyen

Le mandat principal de l'ONF consiste à élaborer, développer, produire et diffuser des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes de tous les âges. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'Office national du film du Canada utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement des connaissances, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen. De plus, l'ONF joue un rôle important dans la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents créateurs.

Marketing : Engager le citoyen canadien

En complément de ses activités de rayonnement, par le marketing de ses productions et par ses partenariats, l'ONF veut jouer un rôle central dans la promotion de l'engagement des citoyens au sein de leur collectivité respective. Le marketing consiste à rejoindre les collectivités canadiennes et à les inviter à participer à des lancements où elles peuvent voir des films et en débattre.

Appui aux cinéastes : encourager le talent actuel et prometteur

En mettant en œuvre de nombreux programmes et projets de perfectionnement, l'ONF découvre et encourage le talent, consolide le cinéma canadien et favorise l'expérimentation. Son soutien aux cinéastes canadiens se traduit par tout un éventail d'activités offertes à l'échelle du pays.

La technique et l'innovation : un savoir-faire reconnu et une recherche constante d'excellence

L'ONF, depuis sa création, contribue au développement de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel. Le savoir-faire de son personnel technique est reconnu par tous et fait l'envie de nos partenaires d'ici et d'ailleurs. L'excellence de ce secteur nous permet d'accompagner nos nombreux collaborateurs dans leur recherche cinématographique, que ce soit

en production, en distribution ou pour l'accessibilité à notre collection. De plus, il nous permet d'aider les nouveaux talents à acquérir une expertise durable et essentielle à leur développement. Par ailleurs, nous collaborons avec des établissements de recherche afin de développer l'art et la science du cinéma.

Le marché international : s'ouvrir au monde

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire internationaux. Ces collaborations nous permettent d'élargir nos auditoires. L'Office national du film du Canada distribue également ses productions et ses acquisitions dans plusieurs marchés et territoires. Afin d'optimiser ses occasions d'affaires, l'Office national du film du Canada développe des partenariats avec, notamment, les grandes collections d'archives. Ces partenariats profitent à la fois à l'ONF et à ses collaborateurs pour leur plus grand bénéfice mutuel. Enfin, l'ONF s'associe à certains festivals internationaux de grande envergure pour que ses productions profitent de la meilleure vitrine ici et ailleurs.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Distribution : une collection grandissante accessible à tous les Canadiens et les Canadiennes

Forte de plus de 10 000 titres, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution incluent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe, de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Communications et réseaux : un rayonnement accru, une image de marque reconnue et une collection inscrite dans le temps

Les activités d'accès et de rayonnement rendent disponibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Par ailleurs, certaines activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre plus accessible aux générations futures. De même, l'Office national du film du Canada prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection et la rendre accessible à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et de Toronto et par sa cinémathèque en ligne. L'ONF favorise ainsi l'accès au savoir et les compétences médiatiques pertinentes pour les Canadiens et Canadiennes. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes.

Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils d'étude. Fort d'une expertise recherchée, l'Office national du film du Canada présente des classes de maître sur le documentaire et l'animation aux professionnels du cinéma, aux étudiants universitaires ou bien aux membres intéressés du public.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (ne correspond pas à un résultat stratégique du RPP 2004-2005)

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, collabore aux essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

2. Le milieu de l'audiovisuel canadien et mondial

Le milieu de l'audiovisuel tant au Canada qu'ailleurs dans le monde fait face à des défis importants.

Évolution du contexte documentaire

Au Canada comme ailleurs dans le monde, la production documentaire, et particulièrement 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*¹, 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, ce genre ne reçoit pas l'attention qu'il devrait auprès des télédiffuseurs. Par ailleurs, les producteurs recourent de plus en plus et en plus grande proportion à l'aide du financement public, particulièrement dans le genre documentaire, et la moyenne de celui-ci oscille autour de 35 %².

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 que « la créativité, la diversité et la conscience sociale ne soient pas sacrifiées sur l'autel de la rentabilité³. » 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 Canada⁴. »

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

² 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.

³ Trad. libre de Cox, Kirwan, *Le point de vue du milieu francophone sur le documentaire*, novembre 2002, p. 43.

⁴ Patrimoine canadien, *Renforcer notre souveraineté culturelle – fixer les priorités du système canadien de radiodiffusion*, Ottawa, 2005, p. 18.

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 vue⁵.

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

La multiplication des choix offerts à nos différents publics rend le travail de l'ONF plus difficile que jamais. Nous sommes en compétition directe avec une variété importante de produits culturels et éducatifs. Cela est particulièrement vrai du marché télévisuel canadien. Nous observons depuis quelques années une fragmentation des auditoires et un marché encombré par une offre vaste et séduisante pour des diffuseurs avides de cotes d'écoute.

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 été vus par plus d'un million de personnes⁶. 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 enviable au cœur de l'univers télévisuel du Canada.

Afin de remplir son mandat, 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 2004-2005. 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.

Dans ce contexte, l'ONF prend note, comme l'a souligné le gouvernement du Canada, que le ministère du Patrimoine canadien collaborera avec d'autres ministères, organismes et intervenants pour clarifier la politique et les objectifs, repérer les lacunes et contribuer à l'élaboration d'un plan de transition au numérique⁷. L'ONF se réjouit à l'idée d'examiner ces questions avec le gouvernement pendant la période de planification.

3. Principaux partenaires

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

L'ONF a continué 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

⁵ Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

⁶ Groupe Nordicité ltée, *Getting Real/Toute la vérité : profil économique de l'industrie canadienne du documentaire*, mars 2003, p. 1.

⁷ Il y est fait allusion dans la publication récente intitulée *La réponse du gouvernement du Canada au rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de radiodiffusion canadienne*. Ottawa, 2003, p. 13.

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.

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* et la sortie en salle de *Game Over : Kasparov and the Machine*. 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. Ce sommet doit également se répéter au cours des prochaines années. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada lancera, 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.

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

Le monde l'éducation

De plus, dans le milieu de l'éducation, l'ONF favorise l'établissement de liens étroits avec les chaînes éducatives, le personnel enseignant, les établissements de recherche et d'enseignement ainsi que les bibliothèques. À ce chapitre, il a mis l'accent sur le resserrement des liens avec 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.

Ensemble avec le gouvernement canadien

L'ONF compte sur la collaboration du ministère du Patrimoine canadien et des organismes de son portefeuille pour coordonner les activités patrimoniales et respecter les priorités par gouvernementales. Avec d'autres organismes et sociétés d'État membres du portefeuille, l'ONF siège à plusieurs comités et groupes de travail, comme le Comité parallèle du portefeuille, une tribune où se discutent les enjeux communs aux autres organismes du portefeuille.

L'ONF s'associe fréquemment à des organismes culturels fédéraux. Son but est d'harmoniser ses politiques avec celles de Téléfilm Canada (TFC) et du Conseil des Arts du Canada, tout en cherchant des moyens d'accroître les possibilités de production avec Radio-Canada ou la CBC, et de diffusion sur ces chaînes. Également, l'ONF a participé au projet de cinéma électronique (e-cinéma) en collaboration avec Téléfilm Canada, la SODEC et la firme de Daniel Langlois, DigiScreen, dans le cadre duquel nous explorons les possibilités du cinéma numérique en salles.

L'initiative DÉCLIC, dans le cadre duquel on offre des stages et des apprentissages à des cinéastes et artisans issus de différentes communautés culturelles ou autochtones, constitue un autre exemple de collaboration entre l'ONF et divers organismes culturels du gouvernement fédéral. D'une durée de trois ans, ce programme de partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien, mené en parallèle avec Téléfilm Canada et le Conseil des Arts du Canada, est une initiative de l'ONF, et se poursuivra en 2005-2006.

L'ONF collabore aussi au Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). Cette initiative du ministère du Patrimoine canadien lancée en juin 2000, vise à aider les communautés de langue officielle en situation minoritaire à s'épanouir en renforçant l'appui des organismes fédéraux oeuvrant dans le milieu culturel. L'ONF et ses partenaires régionaux ont réussi à apporter une aide structurante aux communautés minoritaires en favorisant de nouvelles opportunités de création et de collaboration, par exemple la formation du regroupement des cinéastes francophones du Canada, offerte ponctuellement dans les communautés ciblées. Pour la minorité anglophone du Québec, l'ONF a collaboré à la création du programme *Doc Shop 2004-2005*, qui vise la découverte de nouveaux talents, et à leur donner une première expérience positive de la réalisation et de la diffusion de documentaires.

http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/lo-ol/ci-ic/ipolc_f.cfm

En outre, l'ONF bénéficie du Fonds Mémoire canadienne dont l'objectif est de mettre tous les Canadiens en contact avec la richesse du patrimoine du Canada en leur permettant d'accéder gratuitement, au moyen d'Internet, aux grandes collections du patrimoine culturel canadien détenues par des institutions fédérales, et ce, dans les deux langues officielles. Cette participation a permis à l'ONF de numériser une partie de sa collection et de la rendre disponible en ligne via CinéRoute et son site Internet de ressources pédagogiques. Les projets mis en ligne sous l'égide du Fonds Mémoire sont : *Objectif Documentaire*, la cinémathèque en ligne et *Image d'une guerre oublié*, donnant ainsi accès aux films de la Première Guerre mondiale.

www.pch.gc.ca/progs/pcce-ccop/progs/mem_f.cfm et www.onf.ca

4. Facteurs internes et externes

Arrivant à la dernière année de la mise en place de son plan stratégique 2002-2006, l'ONF a consolidé les nombreux changements apportés à l'institution ces trois dernières années. Nos objectifs demeurent :

- de définir le rôle essentiel que joue l'ONF dans le paysage audiovisuel canadien et le positionner dans le nouveau contexte de la mondialisation;
- de favoriser le rapprochement entre le public canadien, l'ONF d'aujourd'hui et notre patrimoine audiovisuel;
- de refléter davantage et de manière plus pertinente la société canadienne;

- de confirmer le rôle de l'ONF à titre d'incubateur d'excellence et d'innovation créatrice;
- de maintenir et de développer le capital humain de l'ONF;
- d'augmenter de façon significative le rendement du capital investi.

Les risques, défis et possibilités que supposent ces facteurs, ainsi que leurs répercussions sur l'ONF

Risques

Les risques externes englobent le fait que l'ONF n'a pas suffisamment accès, d'une manière distinctive, aux canaux de diffusion et de distribution de ses productions, non plus qu'à leur promotion. Compte tenu de l'accès parfois limité de la programmation dans des créneaux à l'occasion désavantageux et de l'absence de marque distinctive à l'écran, la population canadienne ne peut voir les films de l'ONF ou les voit difficilement, et ne sait pas, ou rarement, qu'il s'agit de ses films. L'ONF a d'autres moyens parfois plus onéreux, mais plus efficaces à long terme pour engager directement le dialogue avec la population sur des sujets qui l'intéressent et, le cas échéant, à se faire connaître comme étant à l'origine de ce dialogue.

Défis

Financement

Au cours de cette période, l'un des défis importants de l'ONF demeure la diminution de ses ressources financières. L'ONF pourrait faire mieux s'il disposait de ressources commensurables aux responsabilités qui lui incombent. Il devrait pouvoir compter sur une injection de fonds plus importante pour être en mesure de continuer à jouer les rôles aussi multiples qu'essentiels de conservation, de production et de diffusion.

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 œuvre toutefois au sein d'une industrie en pleine mutation, ce qui rend difficile l'établissement de prévisions exactes. Il faut réitérer le fait que l'ONF ne doit en aucun cas compromettre ses valeurs fondamentales, et qu'il doit peser l'objectif de maximiser les revenus en regard de ses objectifs en matière de culture et d'atteinte des publics, lesquels ne sont pas de prime abord de nature commerciale.

Question de droits

De plus, l'ONF ne peut acquérir de droits à court terme pour une seule utilisation comme dans le cas de redevances à des fins de télédiffusion. Il doit aussi racheter les droits sur des films à valeur historique afin que la population canadienne y ait accès. 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 et représente un défi croissant pour l'ONF.

Restructuration

Par ailleurs, l'ONF a choisi de restructurer certaines de ses activités afin de l'aider à mieux atteindre les objectifs de son plan stratégique. Par le passé, les activités de marketing étaient décentralisées dans les différentes directions de l'Office. De manière à assurer une plus grande concertation et un plus grand impact dans son approche de mise en marché et de diffusion de sa production, l'ONF créera une direction du marketing. De plus, afin de mieux desservir ses activités de production, de distribution et d'accessibilité, la Direction de l'innovation et des ressources techniques sera dorénavant financée à la base et non plus selon une dynamique de recouvrement interne des coûts. Cela devrait nous permettre d'optimiser l'utilisation de nos ressources humaines et matérielles. Enfin, les activités de coproductions internationales seront intégrées aux Programmes français et anglais de l'ONF. Nous pensons que nos coproductions internationales font maintenant partie intégrante de nos activités de production.

Possibilités

Distribution de documentaires

Quelques rares distributeurs du secteur privé demeurent des intervenants clés dans la distribution de documentaires, mais ils concentrent le plus souvent leurs efforts sur les séries ou *documentaires de divertissement*. En pareil contexte, l'ONF joue un rôle unique et essentiel dans la distribution de documentaires. Il importe également de noter que ce secteur d'activité économique est très compétitif comme le démontre la disparition de plusieurs distributeurs privés, notamment *Cinéma Libre* au Québec et *Magic Lantern* dans le marché institutionnel canadien anglais. La distribution de documentaires se veut une activité dont les besoins en ressources humaines et les coûts sont importants. Malheureusement, souvent, les licences payées couvrent difficilement les frais encourus pour distribuer et promouvoir les films documentaires d'une manière adéquate. Cette réalité crée une pression énorme sur les opérations des distributeurs privés.

Appliquer les nouvelles technologies de distribution numérique

Le rythme de l'évolution technologique et l'intérêt croissant que manifeste la population canadienne pour des films de plus en plus variés offrent des débouchés intéressants non seulement à l'ONF, mais au film canadien en général. Le cinéma électronique, un réseau parallèle, a été examiné et jugé viable. En 2004-2005, l'ONF et Téléfilm Canada ont commandé une étude sur un réseau de cinéma électronique. L'étude a montré que même avec une approche classique fondée sur le système de diffusion en place, les politiques gouvernementales exigeraient que le Canada joigne les rangs d'autres pays et incite, comme eux, l'industrie privée à déloger ou à adapter l'infrastructure de diffusion existante pour intégrer la projection numérique. Le Canada aurait nettement avantage à soutenir un réseau de cinéma électronique pour : 1) accroître la diversité des films offerts aux spectateurs canadiens, notamment des films canadiens, des longs métrages documentaires et des premières œuvres de long métrage; 2) permettre à de petites collectivités isolées d'accéder à des longs métrages en première diffusion; 3) favoriser l'interactivité; 4) profiter d'un système de distribution et de diffusion à moindres frais, une fois payé le coût d'installation.

5. La contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités du gouvernement fédéral. Ces priorités, énoncées dans le discours du Trône de 2004 (octobre 2004) et dans le discours budgétaire 2005 (février 2005), touchent plus particulièrement l'ONF.

- a. Collectivités : Le gouvernement s'est engagé à lier les collectivités entre elles et à les aider à être plus dynamiques, à étendre leur rayonnement culturel, à être plus unies et à devenir partenaires du renforcement des assises sociales du Canada. L'ONF produit, dans les deux langues officielles, du contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays. Ces productions s'expriment dans des voix diverses, communiquent un sentiment de fierté à l'égard de l'histoire, de la diversité, des traditions et des réalisations canadiennes, et assurent la promotion des valeurs et des intérêts culturels canadiens, non seulement au pays, mais partout dans le monde. Les films et projets de l'ONF sont des produits rassembleurs qui favorisent l'engagement et le dialogue entre les citoyens et citoyennes, et consolident les collectivités. L'influence importante des films de l'ONF sur la société découle de stratégies et d'activités permanentes et intégrées en matière de communication, de marketing, de rayonnement et de distribution
- b. Expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones : Conformément à l'engagement du gouvernement à l'endroit des différentes communautés culturelles et autochtones, l'ONF joue un rôle unique dans la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles réalisées par les membres de ces communautés. L'initiative Reel Diversity se veut un bel exemple.
- c. La gestion de l'environnement : Le gouvernement s'est engagé à faire de l'environnement une priorité. L'ONF contribue à l'atteinte de cet objectif en produisant des œuvres audiovisuelles qui alimentent la réflexion et la discussion sur ce sujet. Il aide à conscientiser les Canadiens et Canadiennes sur les enjeux liés à l'environnement. La série *Mission arctique* représente un exemple probant du type de productions que l'ONF offre aux citoyens et citoyennes du Canada afin de favoriser leur réflexion et leur engagement.
- d. Plan pour l'apprentissage et la garde de jeunes enfants. L'ONF contribue à ce plan par l'entremise de ses activités dans le secteur de l'éducation. L'ONF distribue des productions éducatives particulièrement bien adaptées à notre clientèle scolaire, laquelle comprend les centres de la petite enfance et les institutions préscolaires. De plus, l'ONF a élaboré des outils d'apprentissage pour le personnel enseignant de tous les niveaux. Les films de l'ONF sont vu dans les écoles canadiennes favorisant ainsi le développement de liens entre tous les jeunes Canadiens et Canadiennes. Par ailleurs, l'Office accueille, à Montréal et Toronto, des milliers de jeunes à ses ateliers et ses camps de jour durant la période estivale où la créativité est mise de l'avant.
- e. Affaires internationales : Le gouvernement a affirmé l'importance de la culture comme valeur d'exportation. L'ONF s'est taillé une brillante réputation internationale comme organisme véhiculant des valeurs canadiennes, faisant comprendre et connaître le Canada

aux quatre coins du monde et ouvrant les portes aux artistes et entreprises canadiennes à l'échelle de la planète. Il forge des alliances internationales, cherche de nouveaux débouchés, élargit son auditoire et traite des enjeux qui touchent la population canadienne comme celle des autres nations.

- f. Technologie : Le gouvernement cherche à moderniser ses institutions culturelles à l'aide des nouvelles possibilités technologiques qu'offre l'ère numérique. À ce chapitre, l'ONF est en mesure de jouer un rôle actif, tout particulièrement grâce à sa Direction innovation et ressources techniques, qui s'occupe d'aide à la préproduction et à la postproduction, de formation et d'accès au matériel. L'ONF se distingue aussi par l'expérimentation des nouvelles technologies médiatiques; par exemple, quelques-uns de ses films d'animation ont été produits sur SANDDE^{MD}, un outil d'animation 3D révolutionnaire. L'ONF est un chef de file reconnu et gagnant de plusieurs Oscars[®] dans le domaine du cinéma et de l'imagerie numérique.

6. Le rendement du Canada en 2004

Dans le document *Le rendement du Canada : rapport annuel au Parlement, 2004*, on rapporte que l'ONF contribue à façonner « un monde dans lequel le Canada a une influence et un profil positifs ». Il y est également mentionné que l'Office national du film du Canada favorise « une culture et un patrimoine canadiens dynamiques ». Par ailleurs, nous estimons que les activités de l'ONF contribuent à :

- l'identité canadienne et à la cohésion sociale au pays;
- un public canadien renseigné et engagé;
- une industrie cinématographique et télévisuelle florissante, diversifiée sur le plan culturel et reconnue pour la qualité de ses productions.

SECTION III – ANALYSE DU RENDEMENT PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Résultat stratégique

Le résultat stratégique de l'ONF consiste à produire et rendre accessible des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension du Canada et du monde.

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Le mandat principal de l'ONF consiste à produire des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'Office national du film du Canada utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement de connaissance, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen

| RPP 2004-2005 | | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) | |
|--|---|--|---|
| Résultats stratégiques | Priorités | Activités | Priorités |
| Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui. 2. Placer l'innovation à l'avant-plan. 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones. | <p>Production : Une programmation d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes.</p> <p>Un environnement de travail qui favorise les partenariats avec des créateurs établis ou émergents d'origines ethniques diverses, de même que les collaborations avec des producteurs privés.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. 2. Consolider la capacité de l'ONF à détecter 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. 3. Favoriser les partenariats par les coproductions. 4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie. 5. Maintenir le développement de coproductions internationales. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 49 120 \$ | 50 481 \$ | 46 891 \$ |

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- Les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues).
- Les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations). En 2004-2005, les autorisations totales comprennent les sommes additionnelles reçues pour couvrir les initiatives et les programmes spéciaux tels que les activités en ligne, le programme PICLO, le Fonds Mémoire canadienne, l'initiative DÉCLIC ainsi que les fonds reportés de l'année précédente. Des crédits ont été retirés pour l'Initiative de réaffectation du gouvernement.
- Le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles). L'écart des dépenses réelles par rapport au total des autorisations est attribuable entre autres à des dépenses moindre à la réalisation de préventions supérieures à celles prévues. Les prévisions de revenus étaient établies à 1 006 000\$ alors que les résultats ont atteint 2 467 000\$.

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 284 | 284 | 281 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- la connaissance et la compréhension, par les Canadiens et les Canadiennes, de divers enjeux importants pour eux;
- la stabilité du niveau d'emploi dans l'industrie;
- une nouvelle génération de documentaristes et de cinéastes d'animation;
- la référence internationale dans le domaine du cinéma documentaire;
- au moins 85 % de la programmation sur des enjeux sociaux;
- programmation consistant en la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;
- projets innovateurs et expérimentaux;
- nombre important de coproductions;
- développement et perfectionnement de nouveaux talents.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme :

Pour évaluer ses activités de programmes l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
- degré d'atteinte des auditoires (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision, incluant l'utilisation Internet, les visionnages communautaires en salles);
- 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 coulisses;
- progression du nombre de coproductions.

Les priorités

- 1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes**

Indicateurs :

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

Durant l'année 2004, l'ONF s'est assuré de la diversité des genres et des sujets traités. L'analyse de sa production démontre que près de 85 % des films produits ont abordé des enjeux sociaux. Il a réalisé 135 films, vidéos et produits multimédias, dont 57 coproductions avec le secteur privé.

Parmi les films importants de l'ONF qui ont suscité un engagement social de la part des Canadiens et des Canadiennes, on retrouve des productions ou des coproductions telles *Being Caribou* de Diana Watson et Leanne Allison, laquelle explore les enjeux liés à l'exploitation des ressources naturelles dans le Grand Nord et les impacts sur les populations animales, notamment le caribou.

No Place Called Home, de Craig Chivers, jette un œil intime aux difficultés quotidiennes d'une famille canadienne, pauvre et sans toit. Le film capte de manière saisissante ce que signifie « être pauvre » dans le Canada du 21^e siècle.

Dans *ScaredSacred*, Velcrow Ripper questionne l'expérience humaine dans ses moments les plus noirs – Auschwitz, Hiroshima, Wounded Knee – et interroge l'auditoire sur la façon dont nous pouvons transcender ces expériences et les transformer en source d'espoir et d'inspiration sur la résistance et la résilience de la nature humaine.

La santé est une préoccupation constante pour la population canadienne. Nos habitudes de vie, tout comme les réalités démographiques de notre société, suscitent des questionnements importants. Dans *Édith et Michel*, Jocelyne Clarke explore le quotidien d'un couple dont l'un des époux est atteint de la maladie d'Alzheimer. Pour le film de Glynis Whiting, *The Weight of the World*, l'obésité devient le sujet d'une production qui examine comment les sociétés occidentales se sont rendues malades. Notons également le traitement médiatique important lors des

télédiffusions de *Médecine sous influence*, réalisée par Lina Moreco, qui traite de l'acharnement thérapeutique sur les nouveau-nés et son impact sur leur famille. Notons aussi le film de John Ritchie, *The Ties that Bind*, vu par un nombre exceptionnel de spectateurs, qui a été précédé un an à l'avance d'un site Internet, lequel a très vite mobilisé une communauté de personnes vivant avec des déficiences et d'aidants qui partagent leur quotidien. Cette expérience s'est avérée révélatrice de la façon dont nous pouvons contribuer à créer des liens entre des groupes d'intérêt jusque-là isolés.

Fort d'une collection importante de films réalisés par des Canadiens d'origine autochtone, l'ONF a préparé une rétrospective de treize productions-phares qui ont marqué la cinématographie autochtone au Canada. Cette collaboration avec le diffuseur APTN, explore les grands thèmes de l'histoire, de l'identité et du patrimoine autochtone canadien.

Les grands enjeux internationaux font également l'objet de plusieurs productions de l'ONF. Coproduit avec la compagnie Barna Alper de Toronto, *The Take*, de Avi Lewis et Naomi Klein, examine la mondialisation en étudiant l'exemple argentin, où les travailleurs licenciés d'usines occupent leur ancien lieu de travail et lui redonnent vie. *Ce qu'il reste de nous*, coproduit avec Nomadik Films et réalisé par François Prévost et Hugo Latulippe, questionne la survie du peuple tibétain et offre l'espoir à sa population par l'entremise d'un message préenregistré du Dalaï lama, absent de son pays depuis plus de 50 ans. Réalisé par Paul Cowan, *The Peacekeepers*, présente le portrait d'une institution, l'ONU, en mission de paix en République démocratique du Congo, tentant de rétablir un semblant d'ordre et d'éviter un autre Rwanda, dans des conditions extrêmement difficiles. Au Moyen-Orient, *Soraida, une femme de Palestine*, de Tahani Rached, examine le quotidien d'une femme palestinienne courageuse qui vit dans les territoires occupés. Elle présente le récit journalier de petites victoires et de résistances aux conflits, qui nous plonge au cœur de l'expérience humaine.

Par ailleurs, les projets Internet tels CitizenShift <<http://citizen.nfb.ca>> et Parole citoyenne <<http://citoyen.onf.ca>> continueront d'être développés pour qu'on en tire leur plein potentiel de sensibilisation et d'incitation au dialogue parmi les citoyens et citoyennes de différentes communautés. Il s'agit d'espaces publics et technologiques où sont abordées des questions sociales comme la citoyenneté, la pauvreté, la santé et la démocratie, lesquelles constituent autant d'invitations à un vrai partenariat et à une participation pleine et entière par le recours à Internet.

La série *Je vis ta vie*, coproduite par Les Productions La Fête, est conçue pour les jeunes, avec eux. Composée de courts métrages documentaires, la série donne la chance à des jeunes d'élargir leurs horizons culturels en s'immergeant dans un quotidien complètement différent du leur. Dans *A Border Story (Histoire de frontières)*, une fille de Washington rend visite à un garçon d'Ottawa le 1^{er} juillet, et tous deux se rencontrent à nouveau dans la capitale des États-Unis, le 4 juillet. Dans *Enfin la récré (School's Out)*, trois jeunes changent de place avec le directeur, le concierge et un professeur.

En 2004-2005, l'ONF a produit des vidéos et des sites Web sur l'école et la vie de famille, les sciences, et l'interaction entre jeunes de différents milieux. Complément à la production *Teaching Peace in a Time of War*, de Teresa MacInnes, l'ensemble éducatif PAIX@L'ÉCOLE sensibilise les jeunes et les enseignants aux enjeux reliés à la paix à l'école. Le documentaire *It's*

a Girls World (Une affaire de filles), réalisé par Lynn Glazier, aborde l'intimidation entre élèves dans le milieu scolaire du point de vue de jeunes filles. Sur son site Web, l'ONF présente un ensemble de ressources éducatives qui permettent aux enseignants et enseignantes d'utiliser notre collection à des fins éducatives. Avec des projets tels que, *Objectif Documentaire/Doc Lens*, *Histoire d'une guerre oubliée*, avec le financement Fonds Mémoire, l'ONF offre une véritable solution de rechange aux produits commerciaux, dont les jeunes sont constamment bombardés, de même que des documents de soutien pour le personnel enseignant.

Plusieurs initiatives Internet ont également vu le jour ou se sont poursuivies en 2004-2005 à l'ONF. Il faut mentionner à cet égard *Silence, on court!*, qui offre aux internautes l'occasion de visionner en ligne les courts métrages de jeunes et dynamiques cinéastes d'ici et d'ailleurs. Le projet *Hot House* permet à de nouveaux talents de présenter en ligne leurs dernières animations, réalisées et montées en moins de douze semaines!

Selon cet indicateur de performance, nous avons atteint les résultats que nous nous étions fixés dans le RPP 2004-2005, de même que dans l'AAP pour cette activité de programme. Les films produits par l'ONF ont contribué de manière très satisfaisante à nos priorités et à nos engagements.

- **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).**

Les cotes d'écoute des productions de l'ONF indiquent à quel point nous rejoignons les auditoires à la télévision. En 2004-2005, les renseignements disponibles suggèrent une diminution des cotes d'écoute pour les productions de l'ONF, mais un plus grand nombre de diffusions.

Auditoire à la télévision

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. Depuis sa création en 2001, l'Office national du film du Canada est partenaire d'une chaîne numérique, The Documentary Channel (avec la CBC et Corus). De plus, le nombre important de coproductions faites en collaboration avec l'ONF accroît la valeur de son image de marque et celle de ses partenaires.

Comme l'indiquent les tableaux 1 et 2 présentés ci-dessous, les productions de l'ONF ont fait l'objet de 2 063 télédiffusions en français et en anglais en 2004-2005, une augmentation de quelque 10 % par rapport à l'année précédente; le nombre total de téléspectateurs rejoints a toutefois légèrement diminué, pour s'établir à 8 539 000 personnes (9 341 000 en 2003-2004).

Tableau 1

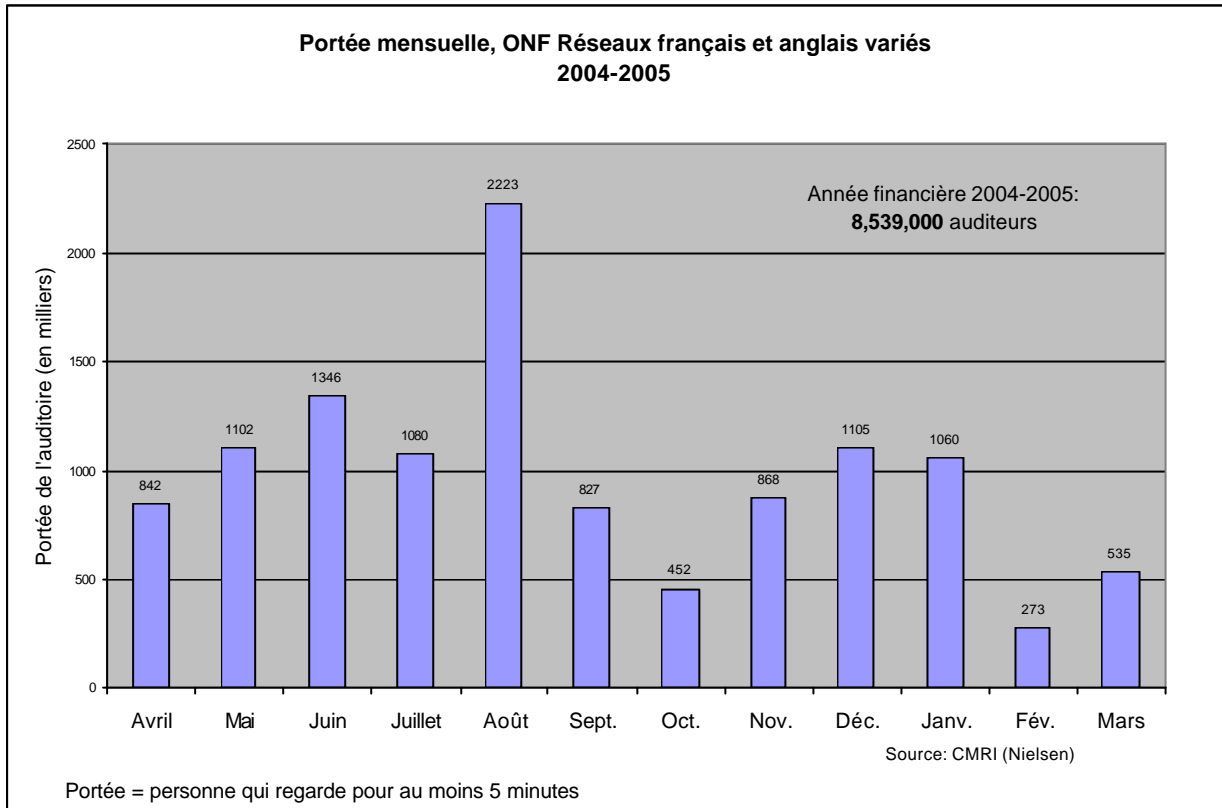
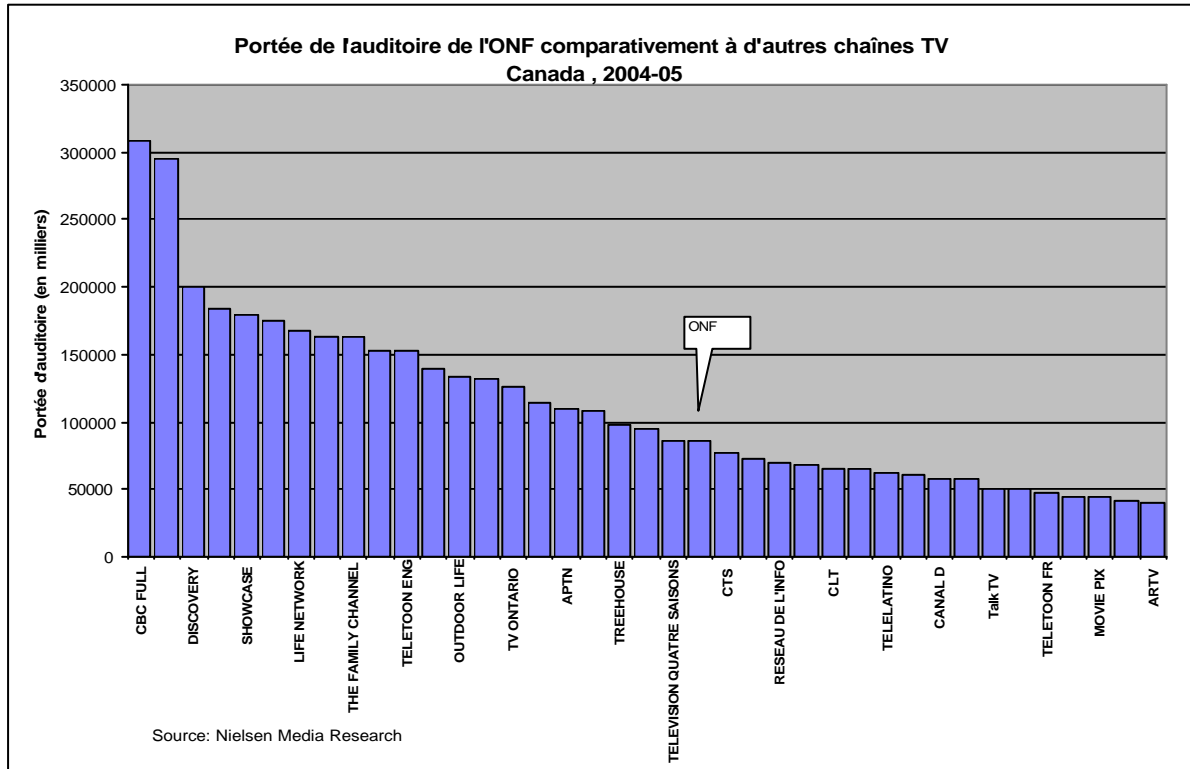


Tableau 2



Au Canada, les films de l'ONF ont surtout été présentés sur les chaînes Bravo, CBC, APTN, CBC Newsworld, Documentary Channel, Radio-Canada, History Television, Access Learning, Canal D et Télé-Québec.

Certains titres ont attiré un auditoire formidable. *The Take* a obtenu des résultats parmi les meilleurs en mars 2005, attirant 519 000 téléspectateurs à la CBC. *Les navires de la honte* a dépassé le cap des 215 000 téléspectateurs sur la chaîne Télé-Québec. La série de *The Nature of Things*, sur la CBC, présente mensuellement plusieurs documentaires de l'ONF, obtenant chaque fois de fort bons résultats.

Développement et achalandage du site Internet

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. Cette année encore, la fréquentation a enregistré une hausse par rapport à l'année précédente, soit 40 507 512 séances d'utilisateurs en 2003-2004 par rapport à 44 045 864 en 2004-2005. 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. Au cours de l'année, l'ONF a entrepris une refonte du site; la nouvelle version a été mise en ligne au début 2005.

Selon cet indicateur de performance, nous avons partiellement atteint les résultats que nous nous étions fixés dans le RPP 2004-2005, de même que dans l'AAP pour cette activité de programme. Les films produits par l'ONF ont contribué de manière satisfaisante à nos priorités et à nos engagements. Bien qu'importants, nos auditoires télévision ont diminué en 2004-2005. Plusieurs éléments peuvent expliquer cette diminution. Selon nous, le nombre d'heures de productions ONF télédiffusées a augmenté, mais les chaînes, particulièrement les chaînes spécialisées, qui en ont fait la diffusion ont généré des auditoires moyens moins importants. Il n'en demeure pas moins que nous touchons encore beaucoup de Canadiens et de Canadiennes. Par ailleurs, nous sommes heureux de mentionner des résultats fort réjouissants en ce début d'année 2005-2006.

- **Reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger.**

La reconnaissance que témoigne l'industrie canadienne et étrangère à l'égard de l'excellence des films de l'ONF est une mesure du caractère concurrentiel – donc de la qualité, de la pertinence et de l'innovation – de ses productions. On trouvera au tableau ci-dessous le nombre de prix remportés par l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année, par rapport à l'année précédente.

Prix remportés

| | 2003-2004 | 2004-2005 |
|----------------------|------------|------------|
| Canada | 38 | 76 |
| International | 79 | 128 |
| Total | 117 | 204 |

En 2004-2005, les œuvres et les artisans de l'ONF ont fait une moisson remarquable de 204 prix et distinctions pour les œuvres produites au Canada, mais aussi à l'occasion d'événements internationaux prestigieux. Certains prix l'ont été pour la participation mémorable de nos réalisateurs et réalisatrices à la cinématographie canadienne. C'est le cas d'Alanis Obomsawin qui a reçu de l'International Documentary Association, le Pionner Award pour souligner la contribution exceptionnelle à l'avancement de l'art documentaire. Il importe également de noter l'hommage rendu à Anne Claire Poirier par les Rendez-vous du cinéma québécois pour l'ensemble de son œuvre filmique et également par le Festival international de films de femmes à Créteil, en France.

En tête de liste cette année, on retrouve la coproduction *Ryan*, qui relate la vie de Ryan Larkin, un animateur renommé de l'ONF, qui vit maintenant dans la rue. Pour raconter cette histoire, Chris Landreth, le réalisateur, a utilisé une technologie innovatrice qui ouvre un champ nouveau pour l'animation. À lui seul, en 2004-2005, ce film a reçu plus de 41 prix partout dans le monde, notamment, le onzième Oscar[®] de l'Office national du film du Canada. Cannes, Annecy, Hiroshima et Ottawa sont autant d'endroits où le film a aussi été récompensé.

Invité au Times London Film Festival, à l'International Documentary Film Festival d'Amsterdam, présenté à la Semaine de la critique à Cannes, récompensé au Festival des films de l'Atlantique, au Festival international du film de Vancouver et au Hollywood Film Festival, la coproduction *Ce qu'il reste de nous* fut également à l'honneur durant la 7^e soirée des Jutra. Cette soirée a également vu Michel Brault recevoir un Jutra pour l'ensemble de sa contribution au cinéma québécois, une grande partie de sa carrière s'étant déroulée à l'ONF.

Notons également la reconnaissance de la pertinence et de la qualité des films de l'ONF par le Toronto International Film Festival qui consacrait trois films de l'Office national du film du Canada parmi les dix meilleurs films canadiens de l'année 2004. Canada's Top Ten est un événement qui célèbre et fait la promotion du cinéma contemporain canadien en vue de sensibiliser le public aux réalisations canadiennes. Cette reconnaissance est particulièrement importante.

À la suite du Gala des Prix Gémeaux 2004, l'ONF a récolté plusieurs prix : celui du meilleur documentaire culture a été décerné au film *Le cabinet du docteur Ferron*, portrait personnel, méditation littéraire nous rappelant le grand auteur qu'a été Jacques Ferron. Une autre production

de l'ONF, *Noël Noël*, a reçu le prix de la meilleure émission ou série d'animation. Ce conte, réinventant Noël avec des personnages aussi colorés qu'originaux, a été réalisé par Nicola Lemay. Avec une cote d'écoute déjà remarquable à sa première diffusion, *Marché Jean-Talon* a remporté le prix du multiculturalisme et le prix de la meilleure série documentaire. Réalisé par Jean-Philippe Duval et Hélène Choquette, ce docu-feuilleton en six épisodes sur des personnages attachants du marché Jean-Talon, a été produit par Francine Allaire et Sylvia Wilson des Productions Galafilm en coproduction avec Monique Létourneau de l'ONF. Par ailleurs, non seulement la série documentaire, mais le site Web de Mission Arctique, ont reçu des récompenses cette année, notamment au gala des Gémeaux. Ainsi, cette coproduction a récolté le prix pour le meilleur site Internet, le prix pour le meilleur montage et le prix pour le meilleur son

Du côté du Canada anglais, l'ONF a récolté sept Gemini. Le film *Cosmic Current* d'Anand Ramayya a pour sa part remporté le prestigieux prix Canada, lequel honore l'excellence d'une émission de télévision grand public reflétant le mieux la diversité ethnoculturelle du Canada. *Cosmic Current* suit le pèlerinage spirituel en Inde qu'entreprend Ramayya après avoir été confronté à la grave maladie qui affecte l'un des membres de sa famille. Il s'agit du troisième prix Canada pour l'ONF. *Men of the Deeps*, de John Walker, portrait émouvant d'un groupe de mineurs réunis par leur amour du chant, a récolté trois prix : meilleure direction photo pour une émission ou série documentaire, meilleur son pour une émission ou série d'humour sur les arts d'interprétation ou de variétés et meilleure émission ou série sur les arts d'interprétation ou meilleur documentaire ou série de variétés. *Men of the Deeps* capte la grâce et la dignité d'hommes qui, malgré la perte de leur gagne-pain, ont trouvé dans leurs voix le moyen d'inspirer et d'améliorer la vie des autres, tout en contribuant au maintien d'une histoire orale vieille de plus de 270 ans. La série *Mission Arctique* a récolté deux prix, dont celui de la meilleure réalisation pour une série documentaire remis à Caroline Underwood pour son film *Les seigneurs de l'Arctique*. Dans cet épisode, la spécialiste des sujets animaliers, Caroline Underwood, met en évidence la faune du Nord et le fait que la vie des animaux est étroitement et tragiquement liée aux perturbations climatiques. L'épisode intitulé *La grande traversée*, quant à lui, a valu à Hubert Macé de Gastines et Marie-Claude Gagné le Gemini du meilleur son pour une émission ou série documentaire ou d'information. La série *Mission Arctique* est une coproduction de Glacialis Productions, de l'Office national du film du Canada et de Gedeon Programmes. Le cinéaste maintes fois honoré Peter Raymont a reçu le Gemini de la meilleure réalisation dans la catégorie émission documentaire pour *The World Stopped Watching*. Le film suit Peter Raymont et Harold Crooks lorsqu'ils retournent au Nicaragua, en 2002, afin de savoir ce qu'il est advenu de cette nation pendant que l'attention du reste du monde était retenue ailleurs.

Rappelons également que notre site Web Engrenage, par lequel nous diffusons les œuvres de jeunes auteurs, a obtenu le prix Boomerang 2004 de la meilleure réalisation interactive et multimédia du Québec.

À tous ces prix, s'ajoutent de nombreuses nominations, particulièrement celle de la coproduction *Hardwood*, première œuvre du réalisateur Hubert Davis. Sélectionné pour un Oscar, ce film raconte l'influence de son père Mel Davis, des Harlem Globetrotters sur sa propre vie. Mentionnons aussi *Accordéon*, de Michèle Cournoyer, le seul film canadien en compétition officielle au Festival de Cannes en 2004. En bref, l'année 2004-2005 s'est avérée exceptionnelle alors que quatre films de l'ONF ont représenté le Canada à Cannes et deux aux Oscars.

Toutes ces nominations témoignent certainement de la qualité des productions de l'ONF et de la reconnaissance que l'institution suscite auprès de ses partenaires de l'industrie de la télévision et du cinéma, au Canada et ailleurs dans le monde.

Cet indicateur de performance démontre hors de tout doute l'excellence et le succès critique des activités de l'ONF pour obtenir la reconnaissance de ses activités par l'entremise de prix et récompenses remises au cours de festivals ou de galas. Nous sommes très satisfaits des résultats obtenus en 2004-2005 et particulièrement de l'Oscar[®] remis à la coproduction *Ryan*. Nous croyons fermement que ces activités se sont inscrites dans nos plans et priorités afin d'atteindre notre résultat stratégique contenu dans l'Architecture d'activités de programme.

2. 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 et culturels divers.

L'indicateur

▪ Diversité à l'écran et en coulisses

Il est extrêmement important pour l'ONF d'offrir aux Canadiens et aux Canadiennes une production qui reflète la diversité culturelle du pays, à la fois sur l'écran et derrière la caméra.

Issu d'une famille indo-canadienne, le documentariste Anand Ramayya propose dans son film *Cosmic Current*, une réflexion sur l'ethnicité, l'identité personnelle et la famille.

Par ailleurs, un certain nombre de films produits en 2004-2005 mettent l'accent sur la diversité culturelle ou ont été réalisés par des cinéastes d'origines culturelles diverses. En voici quelques exemples:

- *Mr. Mergler's Gift*, réalisé par Beverly Shaffer, est une ode magnifique au pouvoir de la musique qui transcende les générations et les origines ethniques.
- *Mon fils sera arménien*, de Hagop Goudsouzian, retrace le voyage initiatique de six Canadiens d'origine arménienne qui retournent au pays de leurs ancêtres.
- *Two Worlds Colliding*, le premier film de Tasha Hubbard relate la tragique histoire des Autochtones abandonnés en plein hiver par des policiers dans un champ désert en banlieue de Saskatoon, les résultats de l'enquête menée par la GRC et les tensions profondes qui marquent les relations entre les deux communautés.
- *El Contrato*, de Min Sook Lee, suit le périple annuel d'un père de famille mexicain vers l'Ontario dans l'espoir de gagner un peu d'argent pour subvenir aux besoins de sa famille. Le documentaire examine les conditions de travail de ces travailleurs migrants qui occupent des emplois difficiles et mal rémunérés que les habitants de la région refusent.
- *Inuuvinga-I am Inuk. I am Alive*. Ce documentaire est l'aboutissement d'une démarche entreprise à l'ONF pour enseigner la réalisation cinématographique à huit jeunes Inuits du Nunavik, sous la direction des cinéastes indépendants primés, Daniel Cross et Mila Aung-Thwin.

Par ailleurs, il importe de mentionner le projet Wapikoni mobile. Issu de la collaboration de plusieurs intervenants fédéraux, provinciaux et autochtones, ce projet de studio de production, de formation et de création motorisé a permis aux jeunes de six communautés amérindiennes du Québec de suivre une formation cinématographique sur le terrain. Le fruit de leurs efforts a produit plusieurs courts métrages. Une fois complétées, leurs œuvres sont mises en ligne afin de susciter le dialogue et les échanges entre internautes. De plus, à peine écloses, l'aventure accouchait d'un pendant urbain, Vidéo Paradiso, qui lui, a ouvert les portes de la création à des jeunes de la rue, à Montréal et à Québec.

Pour l'ONF, l'une des façons de mesurer la pertinence de son contenu audiovisuel est d'examiner la diversité des cinéastes. En 2004-2005, 8 % des productions du Programme français de l'ONF et 17 % de celles du Programme anglais ont été réalisées par des cinéastes issus des milieux minoritaires autochtones, ethniques et culturels.

L'initiative DÉCLIC et le programme PICLO ont eu des retombées importantes sur les compétences des différentes communautés culturelles et des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

D'une durée de trois ans, l'entente PICLO de l'ONF vise à susciter des occasions de production et de distribution à des membres de minorités linguistiques en leur offrant formation et perfectionnement, en améliorant l'accès aux films canadiens et en assurant la promotion de ces films, notamment :

- *Des maux à l'action*, de Carl Thériault. Ce documentaire porte sur la rage d'un activiste, Gaétan Héroux, qui se bat contre les injustices sociales et économiques subies par les résidents les plus démunis de Toronto. Puisque les mots ne suffisent plus, il décide de passer à l'action, et pour faire bouger les choses, il adopte de nouvelles tactiques, celles utilisées par la Coalition antipauvreté de l'Ontario (OCAP). Ce court métrage a été sélectionné par le festival Doxa en mai 2005.
- *Une école sans frontières*, de la réalisatrice Nadine Valcin, qui, caméra à l'épaule, explore la réalité et les histoires touchantes de sept jeunes immigrants francophones, qui fréquentent une école secondaire de langue française à Toronto. Malgré des ressources souvent inadéquates, les enseignants et l'ensemble du personnel de cette école travaillent corps et âme pour accueillir et intégrer de jeunes immigrants.

De plus, par l'entremise de notre entente, nous avons financé un ensemble d'ateliers de formation et de manifestations culturelles au Canada. En voici un échantillon :

- FormAction Winnipeg 2004-2005;
- FormAction Vancouver 2004-2005 ;
- FormAction Bravo-Sud 2004-2005 ;
- Festival des vidéastes du Manitoba (FVM), 2004-2005 ;
- Développement des producteurs, 2004-2005;
- Doc Shop 2004-2005.

Enfin, en continuité avec le travail réalisé l'an dernier, l'initiative *Déclic/Sparks*, résultat d'un partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien, qui implique Téléfilm Canada, l'ONF et le

Conseil des Arts du Canada, a permis cette année encore à plusieurs dizaines de jeunes artistes et artisans du cinéma, dont plusieurs issus de groupes minoritaires, de développer leurs projets cinématographiques ou de travailler en assistantat dans divers domaines (prise de son, montage image, production nouveaux médias, etc.).

Une forte proportion des cinéastes indépendants qui ont bénéficié du soutien des programmes Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC) et Filmmaker Assistance Program (FAP), gérés respectivement par le Programme français et le Programme anglais, étaient des cinéastes de la relève. Au total, l'ACIC a appuyé 96 projets et le FAP, 195. Le succès d'œuvres telles que *Soupirs d'âme*, de Helen Doyle, qui a reçu le Prix du meilleur essai de la Fondation Émile-Nelligan lors de sa sortie au Festival International du Film sur l'Art en mars, constitue un témoignage éloquent de la pertinence de ces programmes sans lesquels des œuvres novatrices et stimulantes, par leur propos autant que leur forme, n'auraient pu voir le jour.

Hothouse et Momentum sont d'autres programmes incubateurs de talents qui continuent 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 aboutissants propres à la réalisation d'un film d'animation, depuis la création jusqu'au mixage définitif et à la maîtrise vidéo (dans le cas de Hothouse).

En 2004-2005, le programme Momentum, qui en était à sa deuxième année d'existence, a élargi sa portée, accueillant pour la première fois à Toronto, outre 103 participants de langue anglaise, 23 participants de langue française. Début janvier, tous ont suivi une semaine intensive d'ateliers de formation au terme de laquelle ils étaient invités à soumettre une proposition de court métrage sur le thème « Démocratie et engagement citoyen ». Les films des quatre finalistes dont les propositions avaient été retenues, *Citizen Z* de Cavan Young, *Good Forum* de Peter Janes, *Life lessons at the Lula Lounge* de Kyle Stone et *Soldiers for the Street* de Ngardy Conteh ont été présentés en première dans le cadre du Symposium Lafontaine-Baldwin qui avait lieu en mars, à Toronto. De plus, Momentum 2005 a permis la production et la diffusion de quatre documentaires *Smudge* de Gail Maurice, *Selwyn* de Bryan Friedman, *Sanctuary* de Jamie Escallon-Buraglia et *Glove Story* de Sarah Lazarovic.

Reel Diversity s'inscrit dans l'engagement global du producteur public canadien d'œuvres audiovisuelles de refléter plus fidèlement la diversité de notre pays à l'écran et derrière celui-ci. C'est la quatrième année que le concours Reel Diversity est ouvert à l'échelle nationale. À ce jour, Reel Diversity a permis de programmer vingt films, dont *Cosmic Current*, et *Film Club*, de l'artiste torontois Cyrus Sundar Singh, tous deux lauréats du prestigieux prix Canada décerné par l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision Cette année, *In the Shadow of Gold Mountain*, de Karen Cho, lauréate du concours Reel Diversity, revient sur les injustices dont ont été victimes les membres de la communauté chinoise assujettis au droit d'entrée imposé aux immigrants chinois et à la Loi de l'immigration chinoise (Chinese Head Tax and Exclusion Act) entre 1885 et 1947.

Afin d'assurer la diversité canadienne devant et derrière la caméra, les activités de l'ONF ont permis d'atteindre les résultats prévus dans notre Architecture d'activités de programme. Nous sommes très satisfaits du travail accompli par l'Office national du film du Canada et ses nombreux collaborateurs et nous croyons avoir significativement contribué aux plans et priorités

de l'institution. Nous sommes reconnus ici et ailleurs comme étant un véhicule essentiel de la diversité des communautés culturelles canadiennes.

3. Favoriser les partenariats par les coproductions

L'indicateur

- Progression du nombre de coproductions

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ici et d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire canadiens et internationaux. Ces partenariats nous permettent également d'augmenter nos occasions d'affaires pour le bénéfice mutuel à la fois de l'ONF et de ses collaborateurs. D'ailleurs, l'activité de programme 2, Distribution, aborde de façon plus détaillée ces bénéfices.

4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie

L'indicateur

- Nombre d'applications innovatrices

L'ONF maintient le cap sur la créativité, l'innovation et l'expérimentation des formes et des contenus. Pour mieux y parvenir, il fait de la recherche et du développement une priorité. L'année 2004-2005 a été marquée par la consolidation et l'avancement du recours à la technologie numérique. L'arrivée sur le marché de caméras haute définition (HD) abordables et la multiplication des possibilités de télédiffusion en HD engendrent une demande croissante pour du contenu HD, qui ne peut aller qu'en s'amplifiant. Trois films HD produits ou coproduits par l'ONF ont été terminés cette année, soit *Le prix de la paix*, de Paul Cowan, *War Hospital*, de Damien Lewis et David Christensen et *Mission baleines – Les gardiens de la mémoire*, la nouvelle expédition du voilier *Sedna IV*, dirigée par Jean Lemire.

En plus de ses nombreuses récompenses critiques, *Ryan*, le film de Chris Landreth, combine diverses techniques d'animation nouvelles et traditionnelles. Certaines ont d'ailleurs été développées avec le concours du Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) et de l'Université de Toronto. Cette œuvre exceptionnelle lui a d'ailleurs valu le prix du jury au dernier festival d'animation par ordinateur de SIGGRAPH. Cette association est la plus importante organisation professionnelle de spécialistes de l'infographie du monde entier. Chaque année, elle organise une conférence considérée comme le lieu d'échanges par excellence en matière d'imagerie numérique et de techniques de communications interactives. Le Festival des films d'animation tenu dans le cadre de cette conférence est un événement reconnu à l'échelle mondiale, qui stimule et inspire autant les artistes que les technologues.

L'Office national du film du Canada s'est également consacré 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. Tandis que ces activités renforcent l'innovation,

elles permettent aussi d'atteindre les objectifs consistant à appuyer les cinéastes canadiens et à faire de l'ONF la référence en matière de documentaires et de films d'animation.

Il est particulièrement difficile de mesurer adéquatement l'innovation. L'accroissement de la connaissance se fait de manière générale sur de longue période. Souvent, les petites améliorations à de vieilles techniques ou des manières de faire traditionnelles constituent autant d'éléments qui alimentent l'innovation. Néanmoins, l'ONF, par ses activités, contribue au développement technologique du cinéma et de la télévision. Il s'assure également que cette connaissance profite à l'industrie cinématographique canadienne et d'ailleurs.

Il n'en demeure pas moins que malgré nos efforts, nous ne réussissons pas toujours à aller aussi loin que nous le voudrions : c'est notamment le cas dans le domaine des innovations technologiques. Certes, nous avons pu commencer à mettre en place un réseau de cinéma électronique (e-cinéma), qui permettra au Canada de faire ses premiers pas sur une voie déjà tracée par des pays comme la Grande-Bretagne, la Chine ou le Brésil. Malheureusement, l'implantation de ces salles numériques dotées d'un équipement de projection pour la diffusion de films à des coûts abordables, progresse moins rapidement que nous le souhaiterions. Pourtant, à l'heure où la distribution est plus que jamais dominée par les grandes compagnies américaines, notre affirmation culturelle exige que nous prenions en mains ce réseau de distribution.

5. Maintenir le développement de coproductions internationales

L'indicateur

- Progression du nombre de coproductions internationales

Au Festival de télévision de Banff, en juin 2004, l'ONF et le diffuseur nippon NHK ont annoncé la mise en chantier de la coproduction *Pole to Pole*. Recourant à la technologie de pointe, les deux institutions font équipe pour examiner les répercussions des changements climatiques sur les deux pôles et conscientiser la population mondiale au regard du réchauffement de la planète et à son incidence sur notre avenir. Cette coproduction internationale combine du matériel de NHK sur l'Antarctique et du métrage des films de la série à succès de l'ONF tournée en HD, *Mission Arctique*.

La coproduction franco-canadienne *Le dernier trappeur* a connu un succès exceptionnel en France. Les chiffres les plus récents dénombrent plus de 2 200 000 entrées en salle. Un sondage effectué à la sortie des cinémas par le magazine français *Écran Total* rapporte d'ailleurs un taux de satisfaction de 95 % de la part du public. Tourné au Yukon dans des conditions extrêmes, le documentaire-fiction suit le quotidien de l'un des derniers trappeurs traditionnels, vivant déconnecté des besoins créés par la société moderne. Aux côtés de son épouse, Nebaska, une Amérindienne nahanni, le trappeur Norman Winter nous fait découvrir un art de vivre menacé de disparition, au milieu du paysage grandiose des montagnes Rocheuses. Le film incite également à une réflexion sur l'avenir de la planète, menacée par le réchauffement climatique et la déforestation.

Le prix de la paix est un long métrage documentaire qui jette un regard privilégié sur la façon dont les décisions politiques, militaires et financières affectent l'avenir d'un État non viable, en

l'occurrence, la République démocratique du Congo (RDC). Profitant d'un accès sans précédent au Département des opérations de maintien de la paix des Nations Unies, le film alterne entre New York et la RDC pour illustrer à quel point il est complexe d'organiser une mission de sauvetage dans un pays dangereux et dysfonctionnel que la plupart des nations préfèrent éviter.

Résultats de l'activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles

Par ses productions et ses collaborations avec les producteurs du secteur privé d'ici et d'ailleurs, l'ONF a su atteindre ses objectifs de manière satisfaisante. La production de l'Office national du film du Canada est diversifiée tant sur le plan des sujets traités que des formes utilisées. Bien sûr, nous souhaiterions rejoindre encore davantage les Canadiens et les Canadiennes par l'entremise de la télévision; elle demeure un puissant médium de communication. Malheureusement, nous sommes tributaires des télédiffuseurs. Il nous apparaît de plus en plus important que l'ONF dispose de sa propre source de télédiffusion.

Par ailleurs, nous sommes extrêmement fiers des nombreux prix remportés par les productions et coproductions de l'ONF. Ils témoignent non seulement du succès critique de nos productions, mais également de leur qualité. Nous sommes reconnus au Canada et par les principaux festivals et marchés d'ailleurs. Nous contribuons sans l'ombre d'un doute au rayonnement du Canada dans le monde.

La qualité et l'originalité de nos productions sont le fruit d'une préoccupation constante vis-à-vis de l'innovation. La technologie utilisée pour réaliser la coproduction *Ryan* en est un bel exemple.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Impressionnante par sa taille et sa diversité, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution comprennent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe; de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution, l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

| RPP 2004-2005 | | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) | |
|--|---|--|--|
| Résultats stratégiques | Priorités | Activité de programme 2 | Priorités |
| Des œuvres audiovisuelles accessibles disponibles, et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. 2. Établir des mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente. | L'activité de distribution de l'ONF s'entend de la commercialisation de ses catalogues audiovisuels et de sa collection de plans d'archives; du développement et de la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'extérieur; de la création de compilations pour des marchés spécifiques; de l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions ou des ententes de partenariat. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public. |

Ressources financières (en milliers)

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 491 \$ | 491 \$ | 1 913 \$ |

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues);

- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations);
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles). L'écart des dépenses réelles par rapport au total des autorisations est attribuable à un changement dans les sources de revenus. Les prévisions de revenus (réduisant les dépenses) avaient été établies à 7 519 000 \$, alors que les résultats ont atteint 5 260 000 \$. Le changement s'est opéré en faveur des préventes aux télédiffuseurs (revenus de production p.22) au lieu de ventes de produits finis.

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 46 | 46 | 46 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- marchés diversifiés et revenus importants;
- commerce électronique dans les boutiques en ligne;
- ventes nombreuses représentant des sommes importantes auprès des diffuseurs;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme :

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- développement et diversification des marchés (marchés canadiens et étrangers);
- suivi des revenus et des ventes.

Les priorités

1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.

Indicateurs :

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers);
- Suivi des revenus et des ventes.

Par ses activités de distribution au Canada et ailleurs dans le monde, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus de tirer d'importantes recettes. L'Office national du film du Canada profite pleinement de ses réseaux nationaux et internationaux de distribution pour faire en sorte que ses productions, ses coproductions et ses acquisitions soient vues par le maximum de gens et atteignent ainsi nos différentes clientèles. 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 de dollars.

En particulier, les ventes dans le marché institutionnel canadien ont enregistré une hausse de 12 pour cent, pour un total de 1 495 M\$, tandis que les ventes consommateur ont connu une augmentation de 15 pour cent, dans un contexte d'augmentation de la clientèle de 17 pour cent. À l'étranger, les ventes aux Etats-Unis ont été exceptionnelles, tant sur le marché institutionnel que sur le marché consommateur. Deux années d'efforts de pénétration du marché Asie-Pacifique, extrêmement compétitif ont également porté fruits : les ventes y ont augmenté de 46 pour cent par rapport à l'année précédente. Nous sommes également très heureux des résultats de nos préventes⁸. Des productions telles que *Breaking In*, *Diameter of the Bomb* et *ScaredSacred* ont contribué à notre succès.

Toutefois, dans certains marchés et territoires, les ventes ont diminué, notamment dans le marché télévision au Canada anglais. L'augmentation des préventes pour les coproductions produites par l'ONF et ses partenaires canadiens rend difficiles les ventes futures de ces mêmes titres au Canada, les droits n'étant plus disponibles. On note également une diminution des ventes en Europe en raison de l'absence prolongée de personnel clé.

Afin d'augmenter ses ventes, l'ONF a également élaboré une nouvelle entente de partenariat avec Gaumont Pathé Archives. L'accord donne aux deux organismes de renommée internationale les droits de représentation croisée de leurs collections d'archives respectives. L'ONF est le distributeur exclusif au Canada des archives formant les prestigieuses collections Actualités Gaumont et Pathé Journal, produites entre 1896 et 1980. Parallèlement, Gaumont Pathé Archives exploitera les fonds historiques et contemporains de l'ONF en France, en Belgique, en Suisse, en Italie et en Espagne.

2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public

L'indicateur :

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers)

Depuis deux ans déjà, l'ONF a mis en place diverses politiques pour pouvoir offrir ses compétences de distribution et de mise en marché aux secteurs public et privé d'ici et d'ailleurs. À ce chapitre, il importe de noter les efforts de l'Office national du film du Canada afin de compléter sa collection de films par des productions de nature plus commerciale. Au cours de l'année, l'ONF a également acquis 29 productions d'autres producteurs pour en faire la distribution. Au total, les acquisitions et les commissions ont permis de générer des ventes brutes de 632 000 \$ en 2004-2005. De plus, l'ONF a agi comme agent de ventes sur environ 200 titres.

Cette contribution importante de l'ONF à l'industrie s'accompagne toutefois d'une baisse des revenus nets de distribution en 2004-2005. Avec l'augmentation anticipée de notre chiffre d'affaires au cours des prochaines années, l'ONF profitera de revenus nets plus élevés.

⁸ Par prévente, nous entendons la vente de droits pour une production qui n'est pas encore terminée.

Somme toute, grâce aux acquisitions et ententes de coproduction, la Direction de la distribution de l'ONF a remis plus de 725 000 \$ à ses partenaires du secteur privé de coproduction en 2004-2005.

Résultats de l'activité de programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles

En 2004-2005, l'ONF a atteint, en partie, les résultats souhaités pour l'activité de programme 2. Nous avons diversifié nos sources de revenus et nous avons également augmenté notre chiffre d'affaires, notamment par l'entremise de nos boutiques Internet. Nos ventes dans le marché télévisuel se sont stabilisées après une croissance importante en 2003-2004, surtout aux États-Unis. Notre politique d'acquisition nous a permis d'augmenter notre présence dans les différents réseaux de distribution canadiens et mondiaux. Bien que nos ventes aient augmenté, nos revenus ont diminué légèrement. La transition vers un catalogue de titres diversifiés nécessitera certains ajustements de la part de notre personnel de vente. Il n'en demeure pas moins que nous faisons profiter l'industrie du cinéma et de la télévision d'ici et d'ailleurs de notre expertise dans ce domaine. Nous continuerons à le faire et à améliorer nos résultats.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Les activités d'accès et de rayonnement rendent disponibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Par ailleurs, certaines activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre plus disponible aux générations futures. De même, l'Office national du film du Canada prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection et la rendre accessible à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et de Toronto, par ses ententes avec des bibliothèques partenaires, par son programme d'adhésion, par sa cinémathèque en ligne et enfin, par des visionnages sur le territoire canadien L'ONF favorise ainsi l'accès au savoir et les compétences médiatiques pertinentes pour les Canadiens et Canadiennes. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes.

Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils éducatifs. Fort d'une expertise recherchée, l'Office national du film du Canada présente des classes de maître sur le documentaire et l'animation aux professionnels du cinéma, aux étudiants universitaires ou bien aux membres du public intéressés.

| RPP 2004-2005 | | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) | |
|---|---|---|---|
| Résultats stratégiques | Priorités | Activité de programme 3 | Priorités |
| Des œuvres audiovisuelles accessibles et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. 2. Établir des mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente. | Offrir des ressources médiatiques pertinentes qui permettent l'engagement citoyen de la population canadienne et qui favorise l'apprentissage continu; offrir aux Canadiens une meilleure compréhension de leur pays et de sa place dans le monde; donner à l'ONF et à ses productions une visibilité de qualité sur les principaux médias et auprès des membres de l'industrie du cinéma et de la télévision lors d'événements ou de festivals ciblés. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc. 2. Rejoindre davantage les communautés de tout le Canada. 3. Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits). 4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage. 5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|------------------|-------------------------|------------------|
| 11 404 \$ | 12 353 \$ | 12 325 \$ |

Cette activité de programme a généré de revenus de 321 000 \$

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 111 | 111 | 111 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- croissance de l'accès à la collection, favorisant, de ce fait, l'appropriation par la population canadienne de l'ONF, sa collection, sa médiathèque, sa CinéRobothèque et ses autres ressources;
- solide programme de participation citoyenne par des projections publiques, des ateliers de maître ou autres, etc.;
- présence de qualité de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, à l'occasion des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;
- meilleure connaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions et reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs;
- image de marque réputée et prisée;
- numérisation accrue de la collection de l'ONF;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;
- excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- accès au fonds audiovisuel de l'ONF (prêts de films par des bibliothèques partenaires et utilisation de la collection);
- répercussions sociales;
- programme d'adhésion;
- assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.

Les priorités

1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.

Il importe grandement à l'ONF de rendre sa collection la plus accessible possible à la population canadienne et aux générations futures. Pour y parvenir, l'Office national du film du Canada s'est doté d'outils variés : des nouvelles technologies, partenariats, comme les cinémathèques en ligne, centres d'apprentissage en ligne pour les écoles et les centres de consultation numérique.

CinéRoute, la cinémathèque en ligne de l'ONF, est accessible gratuitement dans le cadre d'un projet pilote à tous les membres du Cinéclub qui ont une connexion haute vitesse et qui demandent un abonnement. CinéRoute a connu sa première année de fonctionnement - 200 titres documentaires, films d'animation et fictions (100 en anglais et 100 en français), se sont ajoutés aux 250 titres offerts depuis avril 2005. Au total, 8 852 membres du Cinéclub ont visité le site et ont utilisé CinéRoute pour visionner en transit, en format MPEG-4, un total de 17 908 visionnages de productions, dont des classiques tels *Voisins/Neighbours* de Norman McLaren ou *Mon oncle Antoine* de Claude Jutra, mais aussi des nouveautés comme *Ryan*, de Chris Landreth, films auxquels, très souvent, ils n'auraient pas eu accès autrement.

En 2004-2005, l'ONF a continué de mettre l'accent sur l'accès à sa collection. C'est dans ce contexte que l'ONF avec DigiScreen, une compagnie de Daniel Langlois, Téléfilm Canada et la SODEC (la Société de développement des entreprises culturelles du gouvernement du Québec) joignent leurs forces afin de créer un réseau indépendant de cinéma numérique. Ce réseau est fondé sur la corrélation entre les nouvelles technologies de projection numérique, la disponibilité de contenus numérisés en réseau, la multiplication des lieux de participation et le potentiel de spectateurs. Le rôle premier de l'ONF sera d'offrir sur le réseau son catalogue de films de fiction classiques ainsi que les documentaires et les films d'animation primés. Grâce à la technologie numérique, ces derniers seront accessibles à toutes les communautés du Canada qui se doteront des installations appropriées. Son deuxième rôle sera d'agir en tant que partenaire expert dans le transfert de film au numérique.

2. Rejoindre davantage les communautés partout au Canada

L'ONF a entrepris des activités de développement des réseaux dans un certain nombre de communautés au Canada. Le 14 novembre, la visite à ONF Montréal de sa millionième visiteuse, Ève MacGregor, 11 ans, a marqué d'une pierre blanche l'histoire pourtant animée de la CinéRobothèque. En 11 ans, ce sont plus de 500 000 films de l'Office national du film du Canada qui ont été consultés aux postes de visionnage. Cette année, la CinéRobothèque a entrepris sa migration vers le numérique, un pas important qui a notamment permis d'ajouter 1 200 titres numérisés au 7 800 titres en format analogique déjà disponibles sur place. De nouveaux ateliers ont aussi été développés à l'intention de différents groupes cibles, qui permettent un retour d'appoint sur la collection : Apprentissage d'une langue seconde (niveaux débutant, intermédiaire et avancé), Cartes postales de Montréal (Canada) et le Une minute de science, svp! : 15 000 personnes ont participé à l'ensemble de ces activités, soit une augmentation importante de 15 % par rapport à l'an dernier.

Dans le contexte d'une capillarisation croissante des réseaux de l'Office national du film du Canada, le Centre ONF Montréal et la Médiathèque ONF de Toronto sont devenus les points d'ancrage physiques d'un nombre important de ces relations. Au total, 104 252 visiteurs ont franchi les portes du Centre et presque autant, 101 396 personnes, ont ouvert celles de la Médiathèque, qui n'en était pourtant qu'à sa deuxième année complète d'activités.

L'ONF a établi des partenariats avec 50 bibliothèques publiques et universitaires un peu partout au Canada, par lesquels celles-ci peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses et reçoivent gratuitement une copie de nos nouveautés; en échange, elles conservent un inventaire important de nos films dans les deux langues officielles, qu'elles prêtent ou louent à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

| 2001-2002 | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 217 964 | 222 827 | 207 246 | 197 248 |

Les responsables du rayonnement ont également organisé davantage de projections publiques de films de l'ONF aux quatre coins du pays. En 2004-2005, l'ONF a tenu 1 041 projections publiques, auxquelles ont assisté 55 116 personnes, une augmentation des projections de plus de 100 % mais une diminution de 27 % de l'auditoire par rapport au dernier exercice. Mentionnons également qu'en plus de ces projections communautaires, l'ONF a offert des visionnages dans les écoles canadiennes. Au total, nous avons présenté 594 projections scolaires à plus de 43 000 élèves.

Au 31 mars 2005, le Cinéclub ONF comptait 23 890 membres particulièrement actifs, avec lesquels l'Office national du film du Canada communique sur une base régulière : fait intéressant à noter, alors que le nombre de messages qui leur étaient envoyés restait stable, les commentaires reçus, dans leur très grande majorité favorables, ont presque quintuplé. L'évaluation de la version papier du bulletin *Focus*, diffusé à 7 000 exemplaires, a notamment révélé que la moitié des répondants l'affichaient (réseaux de la santé et de l'éducation), qu'une forte proportion d'entre eux souhaitaient obtenir davantage d'informations sur les films présentés dans leur région et que 77 % d'entre eux voulaient continuer à recevoir la version papier même s'ils le consultaient en ligne à l'occasion. L'évaluation de *Focus* en ligne a été entamée, et sur 1 433 questionnaires remplis renvoyés à l'Office national du film du Canada dans les sept premiers jours suivant son envoi, 1 100 ont été reçus dans les 24 heures qui ont suivi l'expédition du courriel.

3. Améliorer davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits)

Cette priorité s'articule autour de la gestion des collections – conservation, indexation, catalogage et restauration. L'ONF a également pour objectif permanent de créer une voûte électronique où ranger sa collection de plus de 10 000 œuvres afin d'accroître les possibilités d'y accéder. Il a la chance de détenir les droits sur la majorité des titres qui y sont inscrits et, depuis

1978, il a entièrement catalogué et indexé sa collection. L'appui financier du Fonds Mémoire canadienne – un programme de financement de Culture canadienne en ligne, qui relève du ministère du Patrimoine canadien – a permis à l'ONF de commencer une telle voûte en créant des projets pour Internet. Il importe de souligner que l'ONF est, à l'échelle internationale, un chef de file du méta-balissage, du traitement et de l'enrichissement des films au cours du transfert et de l'encodage numériques.

Cette année encore, l'ONF a bénéficié d'une contribution de 1,7 million de dollars de Patrimoine canadien par le biais du Fonds Mémoire du programme Culture canadienne en ligne. Ces sommes ont rendu possible l'enrichissement du catalogue de CinéRoute (250 titres), mentionné plus haut. Elles ont aussi servi à la construction du nouveau site Web éducatif Objectif Documentaire/Doc Lens, une ressource éducative bilingue qui propose des projets d'apprentissage audiovisuels aux élèves de la fin du primaire et aux jeunes du secondaire, ainsi qu'à leurs enseignantes et enseignants. Réalisé par 7th Floor Media, un centre de recherche et développement multimédia à but non lucratif de la faculté d'éducation de l'Université Simon Fraser, ce projet a bénéficié de la collaboration de nombreux professeurs, notamment de l'Association québécoise des utilisateurs de l'ordinateur au primaire et au secondaire (AQUOPS), de la Educational Computing Organization of Ontario (ECOO) et du Réseau pour le développement des compétences par l'utilisation des technologies (RÉCIT), par l'entremise des membres de la Commission scolaire de Montréal.

- Proposé au milieu de l'enseignement, Objectif Documentaire veut faire voir comment, au cours des 65 années d'existence de l'Office national du film du Canada, les documentaires de l'ONF ont montré le Canada et le monde.
- *Images d'une guerre oubliée : films sur le rôle du Corps expéditionnaire canadien durant la Grande Guerre*, 60 titres ont été ajoutés aux 20 premiers du site Internet, fruit d'une étroite collaboration entre l'ONF, le Imperial War Museum de Londres, les Archives nationales du Canada et le Musée canadien de la guerre. L'ensemble des titres est regroupé sous trois rubriques : *Lever une armée*, *En temps de guerre*, et *L'après-guerre*. De nombreux éléments contextuels (lettres, cartes, liens Internet) ont aussi été indexés afin de bonifier le matériel et de faciliter son utilisation. Des ressources éducatives ont également été colligées pour que les enseignants puissent se servir immédiatement du contenu du site dans leur classe.

4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage

L'ONF persiste à chercher de nouveaux créneaux de télévision afin d'atteindre des auditoires plus nombreux. Il poursuit 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.

L'ONF continuera d'établir des mécanismes favorisant encore davantage l'accès à ses productions et le dialogue à leur sujet de manière à renouer des liens durables avec la population canadienne. Bien que l'ONF soit de plus en plus présent à la télévision grâce à des télédiffusions

quasi quotidiennes, il demeure limité en ce qui a trait à la programmation et aux plages horaires à la télévision publique. L'ONF continue à envisager la nécessité de se doter de sa propre chaîne de télévision, laquelle permettrait aux citoyens canadiens de visionner ses productions.

En outre, nos activités nous ont permis de nouer des liens avec des circuits d'apprentissage – tels que les chaînes de télévision éducative, le personnel enseignant, les maisons d'éducation et de recherche, les bibliothèques et autres – par lesquels la population canadienne aura plus facilement accès à la collection de l'ONF. Nous nous sommes consacrés plus particulièrement à établir un réseau de partenaires au sein des écoles et à étoffer le support que nous fournissons en vendant des documents pédagogiques et en organisant des ateliers à l'occasion de nombreux congrès régionaux ou provinciaux du personnel enseignant afin d'encourager l'utilisation de ressources audiovisuelles canadiennes.

Dans ce contexte, le site Internet Objectif Documentaire/Doc Lens documente les 65 années d'existence de l'Office national du film du Canada, pendant lesquelles les films de l'ONF ont montré le Canada et le monde. Pour les enseignants le site offre un outil permettant :

- de dégager des thèmes représentant la société canadienne;
- de montrer comment les cinéastes ont traité ces thèmes;
- d'utiliser des extraits de films comme documents historiques pour montrer certains aspects du Canada à des époques déterminées.

Autre exemple de notre volonté d'accompagner le milieu de l'éducation de manière innovatrice et constructive, l'ONF a contribué à la présentation, lors de la Conférence des enseignants de Calgary, du film *Teaching Peace in a time of War*. Ce titre est le troisième d'une trilogie qui comprend également *Waging Peace* et *Learning Peace*. En collaboration avec Triad Films Productions, l'ONF a conçu la trousse éducative PAIX@SCHOOL (PEACE@SCHOOL) qui fournit au personnel enseignant des solutions pédagogiques intéressantes.

Pour consolider les alliances conclues avec les systèmes scolaires, l'ONF enrichit des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de congrès du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités, en collaboration avec des spécialistes en éducation et des centres d'apprentissage.

De plus, dans le cadre de ses activités d'apprentissage, l'ONF invite les cinéastes de la relève, les professionnels du cinéma et les étudiants universitaires (ainsi que les membres intéressés du public) à des ateliers de maître sur le documentaire et l'animation. En 2003-2004, l'ONF a organisé huit ateliers de maître donnés, à Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal et Chicoutimi, par des cinéastes de renom et le personnel de l'ONF. On comptait parmi les maîtres, Sylvie Groulx, Michel La Veaux, Michael Dowse, Jacques Drouin, Anne Claire Poirier et Francine Desbiens, Don McWilliams, Christine Welsh, Marcel Jean et Nicolas Brault. Ces ateliers visent le partage des compétences techniques et créatrices.

5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger

L'ONF a poursuivi la consolidation de sa marque en s'assurant des orientations suivantes :

- Les contrats qu'il signe comportent des clauses permettant que sa part des droits dans des coproductions lui soit plus clairement attribuée. Nous avons revu l'ensemble de nos contrats de coproduction et de distribution, en collaboration avec nos partenaires publics, notamment Téléfilm Canada et la SODEC, afin qu'ils témoignent davantage de nos orientations stratégiques et qu'ils reflètent les pratiques usuelles dans l'industrie.
- Sur les réseaux de télévision canadiens, un plus grand nombre de plages horaires devrait lui être consacré. De manière ponctuelle, l'ONF a collaboré avec des diffuseurs tels APTN ou TV5 en produisant des séries thématiques à partir de sa collection. Notons la série *L'Office national du film : Un survol*, animée par Jacques Bensimon, une chronique actuelle sur les films qui ont marqué des époques, des films-phares qui ont ouvert la voie au Québec moderne. Pensons également à notre collaboration avec The Documentary Channel, avec qui nous avons coproduit une série consacrée aux pionniers de l'ONF.
- On diffuse des bandes annonçant les productions à venir sur notre site Internet. La refonte du site Internet de l'ONF lui a permis de mettre en évidence ses nouvelles productions d'une manière innovatrice et dynamique. Nous avons également développé la technologie appropriée afin d'ajouter à tous les DVD vendus par l'ONF, une bande-annonce présentant les nouvelles productions de l'ONF. L'opérationnalisation de cette technologie reste à faire.
- Le public dispose de plus amples renseignements sur ses nouveaux films. Les nominations aux Oscars[®] des coproductions *Ryan* et *Hardwood*, ont été l'occasion pour l'ONF de faire connaître ses activités et ses productions aux Canadiens et aux Canadiennes, tout comme l'ont été nos quatre films au Festival du Film de Cannes. En partenariat avec le site Internet du *Globe and Mail*, les internautes d'ici et d'ailleurs ont pu visionner *Ryan* en ligne et voir l'extraordinaire travail de Chris Landreth.

Voilà quelques exemples des moyens que l'ONF a utilisés pour intensifier sa présence dans les réseaux de distribution. Au lieu de promouvoir chaque film, l'organisme maintient sa stratégie de promotion de la marque globale, car il s'agit d'un puissant facteur de reconnaissance auprès des Canadiens et des Canadiennes. Dans ce contexte, l'Office national du film du Canada a revu son image de marque lors de foires commerciales internationales.

L'ONF a établi des partenariats avec des organisateurs de festivals internationaux de manière à consolider son image de marque et son rôle dans le paysage audiovisuel. L'Office national du film du Canada s'est assuré d'accentuer sa participation à SunnySide of the Doc, événement qui se tient annuellement à Marseille. De plus, nous sommes fiers d'annoncer que le Festival de Cannes 2005-2006 créera avec l'ONF un nouveau prix (le prix Norman-McLaren), lequel sera décerné au lauréat ou à la lauréate de la Palme d'or du court métrage.

Résultats de l'activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

En 2004-2005, l'ONF a atteint plusieurs des résultats souhaités pour l'activité de programme 3. Nous avons assuré un accès plus grand à la collection de l'ONF par l'entremise de nos plateformes traditionnelles, mais aussi en utilisant les vastes possibilités d'Internet, avec, par exemple, notre projet de Cinéclub et de CinéRoute en ligne. Il en a été de même de la participation citoyenne. Nous avons favorisé l'engagement des Canadiens et Canadiennes lors de présentations publiques de nos productions. Nous croyons toutefois qu'il reste encore beaucoup à faire de ce côté. Notre présence dans le milieu de l'éducation est incontestable et contribue à l'apprentissage continu de tous au Canada. Par ailleurs, cette présence s'est faite en collaboration avec de nombreux partenaires publics et privés. Nous devons continuer nos efforts afin que les productions de l'Office national du film du Canada soient facilement reconnues par le public lorsqu'elles sont diffusées ici, mais ailleurs également. Les œuvres de l'ONF bénéficient d'une visibilité et d'une couverture médiatique importante. Pour la prochaine année, il importe de saisir toutes les opportunités de visibilité qui nous seront offertes. La mise en place d'une direction du marketing contribuera à cet objectif.

Nos efforts pour numériser l'ensemble de notre collection nécessitent un travail herculéen. La numérisation de 10 000 titres s'avère un défi de taille que nous avons commencé à relever avec brio. Cette activité a notablement profité de notre collaboration avec le Fonds Mémoire. Il n'en demeure pas moins que beaucoup reste à faire dans ce domaine pour rendre l'ensemble de notre collection accessible en format numérique. Jusqu'à maintenant, nous avons numérisé près de 2000 titres. Malgré la numérisation d'une partie importante de notre collection, le manque de ressources technique et humaines ralentit la vitesse à laquelle nous procédons aux transferts en format numérique de nos titres.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (correspond, en partie, au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, les essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

| RPP 2004-2005 | | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) | |
|--|---|---|---|
| Résultats stratégiques | Priorités | Activité de programme 4 | Priorités |
| Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui. 2. Placer l'innovation à l'avant-plan. 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones. | L'activité recherche et conseil s'entend de la recherche liée à la réalisation cinématographique et à l'industrie du film ainsi que la conduite de projets techniques et de développement visant à faire progresser l'art et la science du cinéma. L'ONF cherche à créer un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'incubation et le prototypage. | <ol style="list-style-type: none"> 1. 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. 2. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes. |

Ressources financières en milliers de dollars

| Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 2 667 \$ | 3 551 \$ | 3 781 \$ |

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues).
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations).
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles).

Cette activité de programme a généré des revenus de l'ordre de 189 000 \$.

Ressources humaines

| Prévues | Autorisations | Réelles |
|---------|---------------|---------|
| 69 | 69 | 69 |

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- travail appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie dans le domaine de l'audiovisuel;
- l'ONF - point de référence en cinématographie.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

1. Développement et mise en œuvre d'un plan de recherche ;
2. Diffusion et utilisation des résultats de ses recherches;
3. Types d'efforts déployés en R et D et leurs répercussions;
4. Types de demandes de collaboration avec l'ONF en tant que site-pilote et incubateur de R et D, et importance de ces demandes;
5. Types de collaborations et leurs répercussions (p.ex. : avec les organismes du portefeuille, les partenariats public-privé).

Les priorités

1. 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.

L'importante et très rapide évolution des technologies, mais aussi la multiplication des partenariats, avec des producteurs et des diffuseurs canadiens et étrangers ont été cette année à l'origine de nombreux défis que le personnel de l'ONF, et tout particulièrement les membres de la Direction innovation et développement technologique, ont relevé avec brio.

Sur le plan technologique, le projet de recherche sur le développement d'un banc de test sur l'indexation et la recherche, basée sur le contenu, de documents audiovisuels utilisant la norme MPEG-7 a été réalisé avec succès en partenariat avec le CRIM (Centre de recherche informatique de Montréal), l'Université McGill avec l'aide financière de Canarie. L'indexation de documents audiovisuels jumelée au potentiel des capacités de recherche intelligente est critique dans la gestion efficace de grandes quantités de documents audiovisuels. Une présentation relatant l'expérimentation et les résultats du projet a été faite à la Conférence internationale Internet Imaging V de la SPIE (The International Society for Optical Engineering) en janvier 2004 à San Jose, Californie, ainsi que la publication d'un article technique intitulé « MPEG-7 audio-visual indexing testbed for video retrieval » également par SPIE.

En partenariat avec Algorith, et dans le cadre du Programme de soutien aux vitrines technologiques du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche du Québec, l'ONF teste et utilise les algorithmes développés par notre partenaire pour optimiser et

redimensionner les images vidéo, préserver la qualité des images ainsi que réduire la bande passante. Ces tests seront effectués sur du matériel vidéo de différentes sources et formats selon des techniques de travail en temps réel mises au point par l'ONF.

Toujours au chapitre de l'innovation, dans le cadre d'un partenariat avec la Chambre des communes de Victoria, le Groupe TVA et le CRIM, l'ONF a également mis sur pied un projet sans précédent au Canada, la Grille de calcul pour sous-titrage codée ou C3 Grid - qui met à profit les capacités inutilisées de plusieurs ordinateurs reliés en réseau, le plus souvent par Internet.

Par ailleurs, la phase 1 de DVD sur demande, un système automatisé de production et de duplication de films de l'ONF sur DVD, est maintenant en fonction et accessible en ligne. À titre d'exemple, au cours du seul trimestre, de janvier à avril 2005, l'équipe technique a ainsi produit pas moins de 7 500 DVD, dont 80 % visaient à répondre à des demandes unitaires.

L'équipe de l'ONF a également élaboré un système central permettant l'intégration des données liées aux usagers de l'ONF et la mise en place d'une application pour une gestion efficace des relations avec ces derniers. Cela permet entre autres d'améliorer la connaissance du profil des usagers, de mieux cibler les communications avec eux, de centraliser les données, normaliser et améliorer la qualité des informations.

Tout au long de l'année, la direction a également resserré ses liens avec les fournisseurs de services de postproduction, avec le double objectif de créer un climat de collaboration en s'appuyant sur les meilleures pratiques de l'industrie et de faire en sorte que la qualité et les normes élevées sur lesquelles se fonde la réputation de l'ONF ne se trouvent pas diluées.

Lors du Doc Summit 2004-2005 à Toronto, l'ONF, avec Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision, a dévoilé les résultats d'un programme de recherche sur le documentaire entrepris à la suite du premier Sommet documentaire en 2004. En outre, l'ONF a parrainé un projet de recherche sur les répercussions sociales du documentaire. À cette occasion, nous avons rendu public l'analyse des recettes d'une douzaine de documentaires produits ou coproduits par l'ONF en 1999-2000, comparée à celles de films financés par le Fonds canadien de la télévision. L'analyse révèle que ces œuvres ont procuré des revenus équivalents. Toutefois, la totalité des revenus des films financés à même le Fonds de télévision est générée par leur vente à des radiodiffuseurs, alors que dans le cas des documentaires produits ou coproduits par l'Office national du film du Canada, 65 % des revenus proviennent de ventes institutionnelles, d'achats par des communautés ou des individus et enfin par les ventes que nous faisons à l'étranger.

Afin de répondre aux demandes croissantes de matériel en format numérique, l'ONF s'est doté des outils technologiques nécessaires et ententes légales afférentes pour permettre la distribution et la diffusion de nos productions par l'entremise de canaux émergents. Un nombre grandissant de clients souhaite présenter nos films en utilisant Internet comme moyen de diffusion. Nous devons être en mesure de les accommoder.

Ces activités ont supposé le renforcement des relations de travail avec les représentants du secteur privé et les organismes de recherche publics qui élaborent des projets d'avant-garde. Mentionnons, par exemple, le développement d'ententes particulières avec les associations

d'ayants-droits afin de permettre l'exploitation de nos œuvres en utilisant de nouvelles technologies de diffusion.

Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes

Comme nous le mentionnions dans notre survol des activités de l'ONF, ce dernier a maintenu une étroite collaboration avec d'autres organismes du portefeuille du Patrimoine canadien :

- Radio-Canada/CBC. L'ONF s'est associé à la société d'État pour la création du DVD éducatif *It's a Girl's World (Une affaire de filles)* et surtout, les deux organismes ont lancé un projet-défi 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 écoliers. À l'aide d'une trousse d'accompagnement, d'un site Web, et après s'être inscrits afin de participer officiellement au défi, 40 000 jeunes ont pu partir à la découverte de leur univers alimentaire, à travers des activités pratiques d'analyse de leur environnement quotidien; le tout a donné des résultats souvent étonnants.
- Téléfilm Canada. Par exemple, le commissaire de l'ONF et le directeur général de Téléfilm Canada continueront à siéger au conseil d'administration de l'un et de l'autre organisme. Les deux organismes ont collaboré à la tenue du Doc Summit 2004-2005 durant Hot Docs à Toronto. En plus, le groupe conseil du sommet documentaire compte parmi ses participants le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (CIFVF), le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), la CBC-SRC, le Conseil des Arts, l'Association des radiodiffuseurs du Canada (ARC), le ministère du Patrimoine canadien (PCH), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) et le Canadian Film and Television Producers Association (CFTPA). Rappelons également que l'initiative de e-cinéma a aussi favorisé le partenariat entre l'ONF et TFC.

Résultats de l'activité de programme 4. 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 s'avère une activité continue qui favorise le renouvellement du savoir et ses applications pratiques. Bien que nous participions à cet avancement par nos activités, il reste et restera toujours un travail constant à faire. L'ONF entend y contribuer.

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT

Résultat stratégique 3 du RPP 2004-2005

Ce résultat ne correspond pas à une activité de programme dans la nouvelle Architecture d'activités de programme 2005-2006, car elle sous-tend l'ensemble de nos activités. Nous présentons néanmoins les résultats pour cet objectif stratégique, puisque nous en faisons mention dans notre RPP 2004-2005 et qu'il contribue à l'efficacité et la bonne gestion de l'ONF et des fonds publics qui lui sont dévolus.

| RPP 2004-2005 | | RMR 2004-2005 (selon l'AAP) | |
|---|---|-----------------------------------|-----------|
| Résultats stratégiques | Priorités | Activité de programme | Priorités |
| Une organisation gérée de manière efficiente. | 1. Gérer les ressources de manière efficace et efficiente. 2. Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information. | Aucune correspondance dans l'AAP. | |

Réalizations et rendement quant à l'atteinte du troisième résultat stratégique

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- Tirer le maximum de valeur des fonds publics afin de servir la production, l'innovation, l'expérimentation, la distribution et l'accès.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

- Améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources.
- Gestion prudente des fonds publics et maintien des coûts administratifs.

Les priorités

- 1. Gérer les ressources de manière efficace et efficiente.**
- 2. Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information**

L'ONF s'est engagé à améliorer ses méthodes de gestion afin de refléter le nouvel environnement d'affaires des organismes publics canadiens. Nous avons mis en place une culture d'entreprise moderne et nous croyons que la transparence et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation sont des éléments essentiels d'une gestion efficace et efficiente.

Le développement et la consolidation du Système électronique de gestion du droit d'auteur (SEGDA) s'est poursuivi au cours des douze derniers mois. Des fonctions ont été ajoutées, divers modules, dont celui des contrats, ont été enrichis et différentes activités de saisie des données (contrats 2003-2004, titres du domaine public de l'année 1954, contrats de coproduction de 2002, 2003, 2004) ont été menées à bien. L'ajout d'un module Royautés a été planifié et le développement du module Redevances a été terminé dans le respect des échéanciers prévus.

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 atteindre les auditoires le plus efficacement possible. Par exemple :

- L'ONF améliore constamment son système de gestion intégré de l'information et du savoir Synchroné. De plus, une refonte de l'intranet a été déployée en mai 2004 et l'usage de gabarits normalisés a permis d'accélérer le processus de saisie et de publication.
- Afin de mesurer la performance de l'ensemble de ses activités, l'ONF a développé de nouveaux indicateurs de rendement. Ceux-ci seront mis en place par ordre de priorités institutionnelles au cours de la prochaine année et permettront d'évaluer l'atteinte des objectifs stratégiques de l'Office national du film du Canada.
- En amont de son travail de producteur et de diffuseur, l'ONF, dans la foulée des questionnements suscités par le lancement et la distribution du film *Ce qu'il reste de nous*, a également approfondi sa réflexion et échangé avec ses partenaires, au Canada mais aussi à l'étranger, autour de l'importante question de la responsabilité morale. Il a aussi entrepris une révision de ses propres pratiques, afin de clarifier les principes éthiques qu'il entend valoriser.
- 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. Nous avons aussi revu les procédures liées à la délégation d'autorisation, particulièrement pour la distribution.

En attribuant la majeure partie de ses ressources à la production de films, l'ONF s'assure qu'il y a un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus. En 2004-2005, l'ONF a consacré 46,9 millions de dollars (72 % de son budget) à la production cinématographique, par rapport à 1,9 million (3 %) à la distribution, à 12,3 millions (19 %) à la mise en marché et au rayonnement, et à 3,8 millions (6 %) au Service conseil et à la recherche.

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 entre 9 et 10 % de son budget.

Résultats du troisième objectif stratégique du RPP 2004-2005

Nous croyons que l'ONF a utilisé les fonds publics avec diligence et s'est assuré de tirer le maximum de valeur de ses activités pour les Canadiens et Canadiennes.

SECTION V – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues aux dépenses réelles (équivalents temps plein compris)

Table 1 : Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles (ETP compris)

| (en milliers de \$) | 2002-2003 Dépenses réelles | 2003-2004 Dépenses réelles | 2004-2005 | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|---------------------|----------------------------|---------------------|
| | | | Dépenses prévues | Total des autorisations | Dépenses réelles |
| 1. Production | 46 482 | 50 048 | 49 120 | 50 481 | 46 891 |
| 2. Distribution | 3 827 | 1 705 | 491 | 491 | 1 913 |
| 3. Accessibilité | 12 029 | 11 691 | 11 404 | 12 353 | 12 325 |
| 4. Recherche | 3 925 | 3 869 | 2 667 | 3 551 | 3 781 |
| Total | 66 263 | 67 313 | 63 682 | 66 876 | 64 910 |
| Total | 66 263 | 67 313 | 63 682 | 66 876 | 64 910 |
| Moins : revenus non disponibles | - | - | - | - | - |
| Plus : coût des services reçus à titre gracieux* | 18 | - | - | - | - |
| Coût net pour l'ONF | 66 281 | 67 313 | 63 682 | 66 876 | 64 910 |
| Équivalents temps plein | 481 | 498 | 510 | 510 | 507 |

Tableau 2 : Utilisation des ressources par secteur d'activité (ou par activité de programme)

| 2004-2005 | | | | |
|-------------------------|----------------|------------------------------|---------------------------|--------|
| en milliers de \$ | Fonctionnement | Subventions et contributions | Moins revenus disponibles | Total |
| 1. Production | | | | |
| Dépenses prévues | 49 974 | 152 | - 1 006 | 49 120 |
| Total des autorisations | 51 335 | 152 | - 1 006 | 50 481 |
| Dépenses réelles | 49 213 | 145 | - 2 467 | 46 891 |
| 2. Distribution | | | | |
| Dépenses prévues | 8 010 | 0 | - 7 519 | 491 |
| Total des autorisations | 8 010 | 0 | - 7 519 | 491 |
| Dépenses réelles | 7 173 | 0 | - 5 260 | 1 913 |
| 3. Accessibilité | | | | |
| Dépenses prévues | 11 581 | 98 | - 275 | 11 404 |
| Total des autorisations | 12 530 | 98 | - 275 | 12 353 |
| Dépenses réelles | 12 497 | 149 | - 321 | 12 325 |
| 4. Recherche | | | | |
| Dépenses prévues | 2 767 | 0 | - 100 | 2 667 |
| Total des autorisations | 3 651 | 0 | - 100 | 3 551 |
| Dépenses réelles | 3 969 | 1 | - 189 | 3 781 |
| Total | | | | |
| Dépenses prévues | 72 332 | 250 | - 8 900 | 63 682 |
| Total des autorisations | 75 526 | 250 | - 8 900 | 66 876 |
| Dépenses réelles | 72 852 | 295 | - 8 237 | 64 910 |

Tableau 3: Postes votés et législatifs

| Poste voté ou législatif | Libellé tronqué du poste voté ou législatif | 2004-2005 | | |
|--------------------------------|--|---------------------|---------------|---------------------|
| | | Dépenses prévues | Autorisations | Dépenses réelles |
| 75 | Fonds renouvelable de l'ONF - Dépenses de fonctionnement | 63 672 | 66 866 | 66 502 |
| (L) | Fonds renouvelable de l'ONF | 10 | 10 | - 1 592 |
| | Total | 63 682 | 66 876 | 64 910 |

Tableau 7: Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles

| (en millions de dollars) | Dépenses réelles 2002-2003 | Dépenses réelles 2003-2004 | 2004-2005 | | |
|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------|---------------|------------------|
| | | | Dépenses prévues | Autorisations | Dépenses réelles |
| Fonctionnement ONF | | | | | |
| 1. Production | 1 547 | 1 540 | 1 006 | 1 006 | 2 467 |
| 2. Distribution | 5 083 | 6 278 | 7 519 | 7 519 | 5 260 |
| 3. Accessibilité | 246 | 675 | 275 | 275 | 321 |
| 4. Recherche | 301 | 248 | 100 | 100 | 189 |
| Total des revenus disponibles | 7 177 | 8 741 | 8 900 | 8 900 | 8 237 |

Tableau 8 : Fonds renouvelable

| (en millions de dollars) | Dépenses réelles 2002-2003 | Dépenses réelles 2003-2004 | 2004-2005 | | |
|---|----------------------------|----------------------------|------------------|---------------|------------------|
| | | | Dépenses prévues | Autorisations | Dépenses réelles |
| Revenus | 66 263 | 67 313 | 63 682 | 66 876 | 64 910 |
| Fonctionnement | - 66 263 | - 67 313 | - 63 682 | - 66 876 | - 64 910 |
| Surplus (Déficit) | - | - | - | - | - |
| Dépréciation / amortissement | - 3 847 | - 3 576 | - 2 000 | - 2 000 | - 3 448 |
| Activités de placement | | | | | |
| Acquisition de biens dépréciables | 3 794 | 1 593 | 2 000 | 2 000 | 1 856 |
| Excédent (déficit) | - 53 | - 1 983 | 10 | 10 | - 1 592 |
| Autorisation : cumulée (versements) | 13 622 | 11 639 | 13 800 | 13 800 | 10 047 |

Tableau 10A - Loi sur les frais d'utilisation

| Frais d'utilisation | Type de frais | Pouvoir d'établissement des frais | Date de la dernière modification | 2004-2005 | | |
|---------------------|---------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------|------------|
| | | | | Revenu prévu | Revenu réel | Coût total |
| | | | | | | |
| Frais de demande | Règlementaire | Loi d'accès à l'information | N/D | 0 | 30 \$ | 5 000 \$ |

Note: Les autres revenus de l'ONF ne sont pas des frais d'utilisation

Tableau 14: Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT)

| (en millions de dollars) | Dépenses réelles 2002-2003 | Dépenses réelles 2003-2004 | 2004-2005 | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|------------------|---------------|------------------|-------------|
| | | | Dépenses prévues | Autorisations | Dépenses réelles | Écart |
| Total subventions et contributions | | | | | | |
| 1. Production | 204 | 176 | 152 | 152 | 145 | 7 |
| 2. Distribution | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - 0 |
| 3. Accessibilité | 70 | 118 | 98 | 98 | 149 | - 51 |
| 4. Recherche | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | - 1 |
| Total | 275 | 295 | 250 | 250 | 295 | - 45 |

Tableau 16: États financiers des établissements publics et des mandataires du Parlement

Les états financiers des établissements publics (dont on trouvera la liste à l'[annexe II de la Loi sur la gestion des finances publiques](#) et des mandataires du Parlement doivent figurer dans le RMR depuis l'exercice 2003-2004.

L'ONF prépare un rapport annuel qui renferme ses états financiers. Il est accessible électroniquement.

SECTION VI – ANNEXES

ANNEXE I

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C.1985, ch. N-8.

(la dernière modification est entrée en vigueur le 1^{er} novembre 1995)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada

- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre d'appels ONF (1 800 267-7710)
- Site Web <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

ANNEXE II

LISTE DES PERSONNES RESSOURCES POUR LE RAPPORT SUR LE RENDEMENT

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

Audrey Doyle
Directrice, Planification, Évaluation et Vérification
(514) 283-3242
a.doyle@onf.ca