



# Office national du film

## Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant  
le 31 mars 2002

Canada

## Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commenant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

*Le Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

*Le Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

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

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2002

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/51-2002

ISBN 0-660-62126-6



## Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

En ce début de millénaire, l'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et aux Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'engage à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et aux Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les impacts et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Les ministères et les organismes sont invités à rédiger leurs rapports en appliquant certains principes. Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats - soit les avantages dévolus aux Canadiens et aux Canadiennes et à la société canadienne - et il doit refléter ce que l'organisation a pu contribuer à ces résultats. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte ainsi que décrire les risques et les défis auxquels le ministère a été exposé en répondant aux attentes sur le rendement. Le rapport doit aussi rattacher le rendement aux engagements antérieurs, tout en soulignant les réalisations obtenues en partenariat avec d'autres organisations gouvernementales et non-gouvernementales. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires et des Canadiens et des Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes précités et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification.

---

Le présent rapport peut être consulté par voie électronique sur le Site web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante : <http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp>

Les observations ou les questions peuvent être adressées à l'organisme suivant :

Direction de la gestion axée sur les résultats  
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada  
L'Esplanade Laurier  
Ottawa (Ontario) K1A 0R5

OU à l'adresse Web suivante : [rma-mrr@tbs-sct.gc.ca](mailto:rma-mrr@tbs-sct.gc.ca)

# **Office national du film du Canada**

## **Rapport sur le rendement**

**Pour l'exercice terminé le 31 mars 2002**

---

Sheila Copps  
Ministre du Patrimoine canadien

## TABLE DES MATIÈRES

### **PARTIE I: MESSAGES**

A.	Message de la Ministre du Patrimoine canadien.....	4
B.	Message du Commissaire du gouvernement à la cinématographie.....	5

### **PARTIE II: APERÇU DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM**

1.	Mandat et mission .....	9
2.	Description des secteurs de service et du programme de l'ONF .....	10
3.	Réalisation en matière de rendement .....	11
4.	Principaux risques.....	11
5.	Principaux partenaires.....	12
6.	Liens avec les priorités gouvernementales – Contribution de l'ONF aux priorités du gouvernement fédéral .....	14

### **PARTIE III: RENDEMENT DE L'ONF**

1.	Objectifs, priorités et engagements en matière de résultats.....	20
2.	Méthode d'évaluation et de contrôle du rendement.....	23
3.	Résultats stratégiques.....	24

### **ANNEXES**

<b>I</b>	<b>RAPPORTS CONSOLIDÉS.....</b>	<b>47</b>
<b>II</b>	<b>RENDEMENT FINANCIER.....</b>	<b>48</b>
A.	Tableaux financiers récapitulatifs.....	49
<b>III</b>	<b>APERÇU DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM .....</b>	<b>54</b>
A.	Organigramme .....	54
<b>IV</b>	<b>AUTRES RENSEIGNEMENTS.....</b>	<b>56</b>
A.	Personnes auprès desquelles obtenir des renseignements supplémentaires et sites Web.....	56
B.	Lois appliquées et règlements connexes.....	56

# **PARTIE I**

Ministre  
du Patrimoine canadien



Minister  
of Canadian Heritage

Ottawa, Canada K1A 0M5



L'Office national du film du Canada continue de jouer un rôle décisif dans la consolidation d'une société canadienne dynamique. Notre pays se caractérise par la diversité et la dispersion de sa population, mais quelque chose nous rapproche peu importe où nous sommes ou qui nous sommes.

Il s'agit de notre culture. C'est elle qui nous définit comme société et c'est à elle que nous faisons référence quand nous parlons de notre identité canadienne. Notre but est de renforcer et de promouvoir les différents éléments qui font du Canada un pays respecté pour son bilinguisme et son multiculturalisme, un pays qui valorise son patrimoine culturel et naturel, la créativité, l'esprit innovateur et la

cohésion.

La collection des œuvres de l'Office national du film – films documentaires, d'animation et long métrages – est diffusée dans des écoles, des salles de cinéma et sur Internet. Ces œuvres, qui reflètent des valeurs et des points de vue canadiens, rapprochent les Canadiens et les Canadiennes et les mettent en rapport avec le monde. Pendant que des histoires imaginées pour les générations passées continuent d'émouvoir la génération d'aujourd'hui, sont racontées de nouvelles histoires, qui contribuent à tisser la trame de la société canadienne.

Dans un monde en constante évolution, l'Office national du film du Canada et les 18 autres membres du portefeuille du Patrimoine canadien, de même que de nombreux autres partenaires partout au pays, s'efforcent de créer des programmes et des politiques qui correspondent à ce qui compte pour les Canadiens et les Canadiennes.

Ce rapport de rendement met en valeur les résultats des partenariats et des collaborations qu'a établis l'Office national du film, membre de premier plan du portefeuille du Patrimoine canadien. Il fait une large place aux artistes et athlètes canadiens et à la communauté linguistique et culturelle ainsi qu'à nos ressources culturelles et naturelles, qui font la fierté du gouvernement du Canada et de ses employés, et il souligne notre engagement à rendre accessibles les récits, la culture et les valeurs du Canada, tant ailleurs qu'ici même, chez nous.

Sheila Copps

Canada

## **Message du commissaire du gouvernement à la cinématographie**

J'ai entamé mon mandat de commissaire du gouvernement à la cinématographie et de président de l'Office national du film du Canada en juin 2001. Je suis alors revenu dans les locaux où j'avais eu le bonheur d'apprendre, d'acquérir de la maturité et d'apporter ma contribution à titre de cinéaste, de producteur, de chef du comité de programmation et de directeur de la distribution internationale. J'ai commencé par entreprendre l'élaboration et la mise en place d'un programme visant à redonner à l'ONF sa raison d'être en tant que pièce essentielle du paysage audiovisuel canadien.

Pour ce, j'ai d'abord entrepris une série de consultations intensives à l'échelle nationale, tant dans le milieu du cinéma qu'auprès de la population canadienne et du personnel de l'ONF. J'ai aussi demandé l'apport du Conseil d'administration, lequel a fait valoir des points de vue très précieux. Le plan qui en a résulté présente une gamme de possibilités emballantes par lesquelles l'ONF pourra, pour reprendre l'expression de John Grierson, créer un art au service de la cause sociale et, dans l'expression dynamique de notre propre vision, un art qui traduit les problèmes communs engendrés par la nouvelle réalité de notre village planétaire. Pour déterminer nos choix de programmation, nous nous appuyons sur trois principes fondamentaux : favoriser les débats de société, innover et éduquer. Le plan met davantage l'accent sur la pertinence de la programmation et le rôle des productions, qui feront reconnaître l'image de marque de l'Office et resserreront les liens évolutifs avec ses auditoires.

Cependant, pour avoir tout son sens, l'image de marque de l'ONF doit être pertinente pour les réalités multiculturelles. Bien que l'Office travaille depuis des années avec des cinéastes d'horizons culturels variés, notre plan stratégique énonce clairement l'importance à accorder à la promotion de la diversité culturelle en vue de favoriser la tolérance, la compréhension mutuelle et la cohésion sociale.

Les événements tragiques du 11 septembre ont ébranlé les fondements mêmes de l'ordre social et économique mondial. En qualité d'institution nationale, l'ONF a toujours fait figure de leader de la cohésion sociale mais, depuis ce jour tragique, nous avons accéléré la mise en place des initiatives visant à promouvoir la réflexion multiculturelle et la résolution des problèmes les plus pressants de notre époque.

En plus de nous assurer la collaboration d'un plus grand nombre de cinéastes autochtones et issus de minorités visibles, nous leur offrons un meilleur soutien créatif et administratif et nous lançons un programme de mentorat à l'intention des cinéastes de la relève. Par les ateliers de maîtres, des documentaristes et des animateurs réputés épauleront les nouveaux talents afin que l'ONF ait un constant apport de sang neuf.

Par sa tradition d'innovation dans les nouvelles technologies, l'ONF permet également à la créativité et aux nouveaux médias de rejoindre des auditoires, particulièrement chez les jeunes. Dans le site web *La Mission/The Mission*, désigné par Yahoo le meilleur site jeunesse 2001, les jeunes internautes s'amuse en participant à des aventures scientifiques et apprennent grâce aux gadgets fascinants du Lab. Pour les enfants d'âge préscolaire, nous avons créé une expérience multimédia captivante, animée par l'ourson virtuel *Ludovic*, dont la voix guide les jeunes dans huit zones interactives. Ludovic est la vedette de quatre courts métrages d'animation du célèbre réalisateur Co Hoedeman.

De plus, nous mettons l'accent sur le potentiel des partenariats pour nous propulser vers de nouveaux sommets. Dans cet ordre d'idées, le nouveau service de télévision numérique de Documentary Channel, lancé en septembre, bénéficie manifestement d'une grande visibilité, et à titre de partenaire de la chaîne, nous offrons la programmation de deux émissions qui portent la signature de l'ONF. L'Office a l'intention de se joindre à d'autres chaînes partenaires, particulièrement une chaîne documentaire francophone. Entre-temps, les diffuseurs sont si nombreux à présenter nos productions que nous avons souvent plus de 200 titres en ondes par mois. Selon les données récentes compilées par Nielsen, la diffusion de nos titres rejoint en moyenne 1,8 million de téléspectateurs par mois, qui demeurent à l'écoute durant au moins une demi-heure.

L'ONF est maintenant à un carrefour et, en sa qualité de producteur et distributeur public unique en son genre, il cherche activement des occasions de partenariat avec des entreprises du secteur privé œuvrant dans l'industrie de la production et de la distribution au Canada. L'Office reconnaît le rôle essentiel joué par le secteur privé pour atteindre une masse critique d'activités de production canadienne et pour soutenir une industrie importante. Il est également conscient du rôle essentiel joué par le secteur public pour aider à créer une industrie de production florissante, pour établir une infrastructure solide où s'épanouissent artistes et artisans ultracompetents, et pour assurer que la population canadienne accède à du contenu canadien de qualité. Par conséquent, l'ONF cherche à renouveler les relations entre les secteurs public et privé de manière que l'industrie canadienne et le public en profitent. Il se perçoit comme un complément vital du secteur privé. Les partenariats lui permettent d'élargir son rôle et son rayonnement, de partager ses compétences par tout le Canada et, ce faisant, de remplir son mandat qui consiste à produire et à distribuer du contenu canadien innovateur et éducatif qui suscite la discussion.

Le plan stratégique prévoit également la multiplication des points de contact avec la population canadienne. Dans ma tournée de consultations, j'ai été à la fois surpris et encouragé de me faire souvent poser la question « où puis-je mettre la main sur des films de l'ONF? » Les Canadiens et Canadiennes veulent accéder aux productions de l'ONF – les sondages et les consultations en témoignent. Avec les compressions budgétaires de 1995, l'ONF a fermé ses cinémathèques et vidéothèques aux quatre coins du pays. Seul le nouveau centre à la fine pointe a pu survivre à Montréal – il sert de modèle, attirant plus

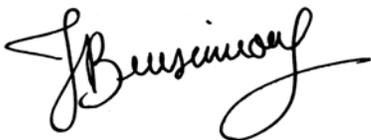
de 100 000 visiteurs par année. Nous avons commencé à en construire un autre à Toronto en décembre 2001, et nous prévoyons étendre ce réseau à l'échelle du pays dans les années qui viennent.

À même le Fonds Mémoire canadienne, le ministère du Patrimoine canadien nous aide à rendre notre collection plus accessible en nous versant une contribution financière pour que nous poursuivions la numérisation de notre collection de 10 000 titres; les titres numérisés sont alors plus amplement exploitables. Grâce à CinéRoute, un projet pilote réalisé en partenariat avec Canarie, nous pouvons diffuser en transit, sur demande des films transmis sur réseau à large bande dans plus de 55 universités et collèges canadiens. Nous souhaitons étendre ce service sur demande à domicile et dans les écoles, et nous visons principalement, de cette façon, à rejoindre la jeunesse.

Pour ménager une place au Canada dans le village planétaire, nous sommes également en quête de partenariats de production à l'étranger. Notre nouvelle Unité de coproduction internationale, mise sur pied en janvier, a conclu des ententes-cadres pour le développement et la coproduction de programmes audiovisuels avec des partenaires internationaux comme ARTE France, l'Institut national de l'audiovisuel et LARK International, un consortium regroupant quatre stations de PBS aux États-Unis. Grâce à ces ententes, l'ONF et ses productions ont accès à des diffuseurs étrangers. Ces ententes sont également bénéfiques pour les producteurs indépendants du Canada et de l'étranger avec lesquels nous réalisons des coproductions.

Pour garantir la maximisation des investissements dans les productions, dans la distribution et dans tous les types de partenariats, nous avons créé une unité de distribution commerciale chargée de rationaliser ainsi que d'accroître les ventes et les recettes tirées de nos films et de notre collection, y compris les compilations et les plans d'archives.

Nos productions appuient les efforts déployés par le Canada pour affirmer son identité dans un monde noyé de messages issus d'une culture dominante. À l'Office national du film, nous savons que c'est essentiel depuis maintenant 63 ans. Je suis convaincu que le présent *Rapport de rendement* montrera, une fois de plus, l'intérêt général des productions financées avec l'appui de l'État, et le leadership dynamique dont fait preuve l'Office pour remplir son mandat de produire des œuvres captivantes qui servent le public canadien.

A handwritten signature in black ink, reading 'Jacques Bensimon' in a cursive style.

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

## **PARTIE II**

## Partie II : Aperçu de l'Office national du film

### 1. Mandat et mission

L'Office national du film (l'ONF ou l'Office) est l'organisme fédéral chargé d'administrer la *Loi nationale sur le film*.

Depuis 1939, l'ONF joue un rôle culturel et social essentiel en qualité de producteur et distributeur et, à ce titre, donne à la population canadienne et au monde des documentaires, des films d'animation et des longs métrages de fiction canadiens originaux.

L'Office 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 ».*

L'ONF énonce ainsi sa mission<sup>1</sup> :

*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.*

La vision de l'ONF est la suivante :

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

On trouvera dans les annexes de plus amples renseignements sur l'Office, dont l'organigramme, la description des programmes et d'autres détails.

---

<sup>1</sup> Depuis la publication du *Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002* de l'ONF, la mission de l'Office a été revue. Les énoncés de la mission et de la vision actuels figurent dans le présent *Rapport sur le rendement*.

## **2. Description des secteurs de service et du programme de l'ONF**

### **Description du programme de l'Office national du film**

L'ONF est un organisme culturel qui relève du ministère du Patrimoine canadien. Il est administré par un conseil d'administration nommé par le gouverneur en conseil et présidé par le commissaire du gouvernement à la cinématographie.

L'Office national du film du Canada est un lieu exceptionnel de création. Les films sont produits dans les deux langues officielles et ce, par l'entremise de ses Programmes français et anglais, de ses propres cinéastes ainsi que de cinéastes indépendants de toutes les régions du pays. On retrouve ses studios de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa (fermeture en 2002-2003), Montréal, Québec, Moncton et Halifax.

À l'étranger, ses bureaux sont situés à Londres (intégré dans le bureau de Paris en 2002-2003), à Paris et à New York (en 2002, le bureau de Paris est devenu le bureau principal de la distribution commerciale des films de l'ONF pour le marché européen).

L'ONF est une maison de production et de distribution intégrée disposant d'une vaste collection de films, d'un laboratoire de conservation, ainsi que des services de postproduction et de recherche et développement. Ces derniers, tout comme les Directions des Communications et Développement des réseaux, de la Distribution commerciale, des Ressources humaines et de l'Administration, sont logés au Bureau central de Montréal alors que son Service de relations gouvernementales est localisé au siège social de l'ONF à Ottawa.

### **Description des secteurs de service**

L'ONF comprend un seul programme, un seul secteur d'activité et un seul mandat, qui est de « faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. » À cette fin, il compte sur les ressources et les activités de trois secteurs de service, soit la production d'œuvres audiovisuelles, la distribution de ces œuvres auprès des publics canadiens et étrangers, et l'administration de ses affaires.

*En qualité de producteur public*, l'ONF s'assure que l'interprétation des réalités et de l'imaginaire canadiens offre un haut niveau de qualité, permet l'innovation et l'avancement artistique et technologique, et porte sur de grands enjeux de société et des faits de la vie quotidienne.

*En qualité de distributeur public*, l'ONF s'assure que les films qu'il produit rejoignent le grand public et des auditoires spécialisés en ayant recours aux circuits de diffusion et aux systèmes de distribution les plus appropriés à sa mission, et en faisant en sorte que sa collection audiovisuelle patrimoniale soit préservée et accessible par l'entremise de systèmes performants.

En qualité d'organisme public, l'ONF s'assure d'une saine gouvernance de ses activités et de ses ressources en encourageant la créativité, la productivité et la responsabilité de son personnel.

### 3. Réalisations en matière de rendement

#### *Renseignements financiers*

---

<b>Office national du film</b>	<b>\$</b>
Dépenses nettes prévues	60 607 000
Autorisations totales nettes	64 728 350
<b>Dépenses nettes réelles en 2001-2002</b>	<b>63 090 622</b>

---

*Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :*

- *les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettes prévues);*
- *les autorisations représentent les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes);*
- *la somme vraiment dépensée (dépenses nettes réelles en 2001-2002).*

L'ONF répartit ses budgets entre ses objectifs décrits à la Partie III de la façon suivante :

Production d'œuvres audiovisuelles	64 %
Distribution, mise en marché et amélioration de l'accès aux œuvres audiovisuelles	25 %
Soutien à la gestion	11 %

### 4. Principaux risques

L'ONF continue d'améliorer son cadre de gestion des risques en mettant en œuvre la fonction de contrôleur moderne et ses pratiques de gestion exemplaires, en repérant et en évaluant constamment les risques par des vérifications régulières ainsi qu'en respectant ses obligations redditionnelles et autres que lui impose la *Loi*.

Par exemple, en 2001-2002, l'Office a élaboré des stratégies et un plan d'action en vue précisément d'atténuer les risques dans le domaine de la distribution génératrice de recettes. En 2002-2003, il mettra l'accent sur la mise en œuvre de ces mesures. L'ONF

entreprendra en outre de repérer et d'évaluer les risques liés à ses systèmes de gestion de l'information.

Comme l'importance relative de certains risques varie au fil du temps, l'Office les contrôle soigneusement et ajuste ses stratégies au besoin.

### **Risques externes**

Les risques externes qui jouent sur le rendement comprennent les changements apportés aux pratiques de gestion et d'organisation gouvernementales et parlementaires.

Ces risques englobent également le fait que les productions de l'ONF n'ont pas suffisamment accès aux canaux de diffusion et de distribution. Compte tenu de l'accès limité à la grille de programmation ou à des créneaux favorables, la population canadienne ne peut voir les films de l'Office ou les voit difficilement. En l'occurrence, l'ONF est incapable ou a grand mal à engager le dialogue avec la population sur des sujets qui intéressent celle-ci. Par conséquent, il risque de ne pas remplir une partie de son mandat et des objectifs qu'il s'est fixés.

### **Atténuation des risques**

Pour atténuer les risques, l'ONF multiplie les efforts pour mettre en œuvre le *Cadre de gestion intégrée du risque* préconisé par le Conseil du Trésor, qui est un processus systématique, proactif et continu visant à faire en sorte que l'organisation dans son ensemble comprenne, gère et fasse connaître les risques. En ce qui concerne l'ONF, il s'agit de prendre des décisions stratégiques qui contribuent à la réalisation de son mandat et de ses objectifs.

## **5. Principaux partenaires**

L'ONF est depuis toujours un chef de file en matière de production cinématographique et audiovisuelle, et poursuit dans cette veine en s'unissant à des partenaires prestigieux en vue d'élaborer et de coproduire une programmation audiovisuelle de grande qualité.

Les partenariats jouent un rôle clé dans la réussite de l'ONF et dans l'exécution de son mandat. Seuls les partenariats nous permettent d'entreprendre des activités diversifiées et de viser de nouveaux horizons. Nous cherchons activement des alliances stratégiques qui appuient les priorités de l'ONF, ce qui suppose de forger des alliances avec des diffuseurs, des entreprises de télécommunications, des grandes maisons de production, des organismes à vocation sociale et des entreprises privées. Les partenariats peuvent aussi prendre la forme d'ententes de collaboration avec d'autres organismes publics.

## **Partenaires de production et de distribution**

Pour exécuter son programme de production et de distribution de films, l'ONF s'associe souvent à des maisons de production et de distribution du secteur privé de même qu'à des télédiffuseurs publics et privés, soit pour la coproduction de films, soit pour la diffusion ou la distribution de ses produits.

Par ailleurs, les partenariats canadiens nous permettent d'appuyer directement le travail communautaire. Ainsi, parce que nos équipes de production des volets animation et jeunesse ont créé la série *Animapaix/Show Peace*, dont le titre *La Danse des brutes/Bully Dance*, nous avons été en mesure de participer à un partenariat multisectoriel organisé à l'échelle nationale afin de promouvoir le thème « Finie l'intimidation! » (*No More Bullies*) dans les écoles et collectivités canadiennes.

En outre, nous nous associons à des distributeurs de documents pédagogiques canadiens dans le but d'offrir en ligne nos produits aux écoles.

En janvier 2002, dans le but de réaffirmer sa présence pleine et entière sur les marchés étrangers et dans un monde fourmillant d'idées, l'ONF a créé une unité de coproduction internationale, chargée de développer des partenariats clés ou d'établir des ententes-cadres avec des diffuseurs et autres organismes internationaux. Dès les premiers mois de sa création, l'unité a conclu bon nombre d'ententes-cadres avec des partenaires internationaux tels ARTE France, l'Institut national de l'audiovisuel et LARK International, un consortium de quatre stations de PBS (KCTS/Seattle, KUHT/Houston, KETC/St-Louis et Nebraska Educational Telecommunications); ces ententes visent le développement et la coproduction de documents audiovisuels dans les genres documentaire, animation et fiction.

Divers partenaires internationaux sont sur le point de conclure d'autres ententes; ces partenaires, comme l'ONF, désirent renouveler le processus de création et favorisent la production de documents audiovisuels offrant une alternative culturelle ou éducative à la programmation purement commerciale. De plus, la collaboration avec des coproducteurs associés à des diffuseurs étrangers permettra à l'ONF d'élargir son auditoire et de faire rayonner la culture canadienne dans le reste du monde. En retour, les Canadiennes et Canadiens seront exposés à un plus large éventail de points de vue sur divers enjeux sociaux en cette ère de mondialisation.

## **Partenaires du portefeuille de Patrimoine canadien**

Pour atteindre certains de ses objectifs, l'ONF compte sur l'appui et la collaboration du ministère de Patrimoine canadien et des organismes de son portefeuille de manière à coordonner les activités patrimoniales à l'avantage de toute la population canadienne ainsi qu'à respecter les priorités pangouvernementales. L'ONF participe activement à l'examen gouvernemental de la *Loi sur la radiodiffusion* et des définitions de la notion de contenu canadien.

De plus, avec d'autres organismes et sociétés d'État membres du portefeuille, l'ONF collabore à l'élaboration de différentes politiques intégrées par la voie de groupes de travail (par exemple, ceux sur l'international, sur la politique de l'audiovisuel et sur la diffusion externe). Il s'agit d'organismes culturels, de sociétés d'État et de directions générales relevant du Ministère qui sont mandatés par le sous-ministre pour trouver des points communs, partager information, compétences et leçons acquises, élaborer des directives et des cadres stratégiques ainsi qu'obtenir des ressources financières et autres.

L'ONF s'associe fréquemment à des organismes culturels fédéraux pour la production ou la distribution de films. Il entretient des relations avec Téléfilm Canada et le Conseil des arts du Canada pour tenter d'harmoniser les politiques, ainsi qu'avec les réseaux SRC/CBC pour trouver des occasions de production ou de diffusion. Ainsi, en septembre 2001, la CBC a rendu hommage aux cinéastes innovateurs des années 60 ayant œuvré à l'ONF dans la série *NFB Classics*, animée par l'actuel président de l'Office, Jacques Bensimon.

*L'Entente pour le développement des arts et de la culture de la francophonie canadienne* entre le gouvernement du Canada et la Fédération culturelle canadienne-française, conclue en mars 2002, constitue un autre exemple de collaboration multipartite. En se joignant aux autres signataires gouvernementaux – soit le ministère du Patrimoine canadien, le Conseil des arts du Canada, le Centre national des Arts et Radio-Canada – l'ONF indiquait son intention de participer encore davantage à la vie culturelle des communautés francophones minoritaires au pays.

### **Partenaires institutionnels**

L'ONF entretient également un partenariat avec tout un réseau de bibliothèques publiques partout au Canada pour le prêt et la location de ses films.

## **6. Liens avec les priorités gouvernementales – Contribution de l'ONF aux priorités du gouvernement fédéral**

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, le gouvernement du Canada est déterminé à atteindre les objectifs suivants :

- Offrir aux Canadiens et aux Canadiennes des choix culturels canadiens qui reflètent entièrement la diversité de l'expérience canadienne;
- [Mettre] les Canadiens en relation les uns avec les autres [et] avec le monde.

(Source : *Patrimoine canadien, Budget des dépenses 2001-2002, Partie III – Rapport sur les plans et les priorités*)

Dans la même veine, le discours du Trône de janvier 2001 mettait l'accent sur l'engagement gouvernemental eu égard à l'innovation, à la formation, à la notion de

Canada branché, ainsi qu'aux services aux segments spéciaux de la population que sont les enfants, les jeunes, les Autochtones et les communautés de toutes origines culturelles.

L'ONF partage avec le gouvernement canadien et le ministère du Patrimoine canadien des engagements clés en matière de résultats, soit offrir aux Canadiens et aux Canadiennes :

- Un contenu culturel canadien plus diversifié et plus accessible, dans les deux langues officielles;
- Un appui pour un secteur culturel plus diversifié et plus durable;
- Un encouragement et un soutien pour bâtir une société inclusive qui respecte les différences et qui valorise notre citoyenneté commune;
- Des occasions d'être en relation les uns avec les autres, avec leurs diverses collectivités et de se comprendre;
- L'occasion d'éprouver un sentiment de fierté à l'égard de l'histoire, de la diversité, des traditions et des réalisations canadiennes;
- La promotion efficace de leurs valeurs et de leurs intérêts culturels partout dans le monde.

(Source : *Patrimoine canadien, Budget des dépenses 2001-2002, Partie III – Rapport sur les plans et les priorités*)

L'Office contribue à la réalisation des principaux objectifs du gouvernement canadien en ce qui a trait aux engagements susmentionnés. Par la nature même de son mandat, l'ONF crée des choix, favorise l'expression de voix diverses et donne accès à du contenu canadien de haute qualité dans les deux langues officielles. Les exemples qui suivent illustrent les moyens par lesquels l'ONF aide le gouvernement canadien à mener à bien ses principales priorités.

#### **a) Créer une pluralité de choix**

Les productions de l'ONF sont un outil fondamental qui permet l'expression et la diffusion de la culture canadienne sur une variété de sujets, selon divers points de vue, en communiquant les valeurs, les formes de sagesse, d'esthétique et de vision, et en laissant libre cours à l'imagination. Elles font comprendre la diversité des voix et des visions (culturelles, linguistiques et artistiques) aux Canadiens et Canadiennes. Par conséquent, ces productions servent de catalyseur ouvrant la voie au dialogue et à la discussion, et sont un moyen d'échange en même temps qu'une source de développement culturel et social.

L'avantage durable de la production de l'ONF est manifeste : aider à créer des liens entre les Canadiens et Canadiennes de tous âges et origines, à en créer entre le Canada et sa population et à faire rayonner la sensibilité et les points de vue canadiens à l'étranger.

L'ONF est garant d'un contenu de qualité qui excelle sur le plan artistique et suscite la discussion. Il produit des films qui abordent des sujets importants, difficiles ou controversés, et qui sont diffusés auprès de publics appropriés, incitant de la sorte les autres producteurs à en faire autant.

En temps qu'instrument dynamique de cohésion sociale, l'ONF doit véritablement refléter toute la diversité de la population canadienne et du monde. Nous créons un milieu où la diversité est au centre de nos activités, tant en matière de ressources humaines que de programmation.

Durant toute sa longue histoire, l'ONF a été un précurseur au chapitre des tendances sociales, un incubateur de nouveaux talents et un phare de la conscience sociale. En ce sens, il fait partie intégrante du tissu social canadien, mettant l'art au service de la cause sociale, donnant libre cours aux multiples voix du Canada tant à l'écran qu'en coulisses, au cinéma, à la télévision, dans le Web et les nouveaux médias.

#### **b) Appuyer un secteur culturel plus diversifié et plus durable**

Laissons la parole au commissaire du gouvernement à la cinématographie : « Les organismes publics sont à un carrefour et, en sa qualité de producteur et distributeur public unique en son genre, l'ONF a le devoir de prendre la tête du mouvement visant à regagner le terrain perdu par le secteur public ces dernières années. En fait, non seulement le regagner, mais l'étendre. Nous ne cherchons pas à nier le rôle essentiel du secteur privé, mais plutôt à collaborer avec lui. »

L'ONF recherche des occasions de partenariat avec des entreprises du secteur privé et du secteur indépendant œuvrant dans l'industrie de production au Canada. En 2001-2002, il a coproduit 15 films avec le secteur privé. Les partenariats offrent un moyen d'investir dans l'industrie canadienne, par l'entremise des centres de production de toutes envergures, de Halifax à Vancouver.

De plus, en 2001-2002, l'ONF a conclu 3000 contrats de service professionnel visant des activités de production. Ces contrats sont exécutés par des membres du secteur privé appartenant à l'industrie canadienne du cinéma.

#### **c) Mettre les Canadiens en relation les uns avec les autres**

L'ONF offre des occasions de rapprochement individuel et collectif ainsi que de compréhension mutuelle. Comme en témoignent ses antécédents, il est avant tout

déterminé à rapprocher les Canadiens et à leur fournir du contenu qui les représente, les fait se remettre en question et leur communique les aspirations du Canada.

L'ONF est résolu à multiplier les points de contact avec la population et à créer des possibilités d'accès à l'ensemble de son patrimoine, tant pour les élèves que pour les adultes. Ces points d'accès et d'information comprennent :

- ONF Montréal – La CinéRobothèque;
- La Médiathèque, à Toronto – qui ouvrira ses portes à l'automne 2002;
- Son site Web;
- La télédiffusion de ses films;
- CinéRoute;
- *Les Nouveautés de l'ONF*, une initiative par laquelle l'ONF rejoint ses auditoires chez eux en tirant parti des partenariats de projections participatives;
- Les bibliothèques publiques partenaires (51);

#### **d) Mettre les Canadiens en relation avec le monde**

Les productions et coproductions de l'ONF sont des moyens d'expression de voix canadiennes au pays et à l'étranger, des voix distinctes parmi les forces homogénéisantes de la mondialisation ainsi que de l'intégration verticale et horizontale. Du côté positif, on peut dire que, sur la scène internationale, les productions et coproductions de l'ONF sont reconnues pour leur sensibilité aux réalités culturelles ainsi que pour le talent et les compétences des artistes canadiens qui n'ont pas leur pareil.

Les prix remportés par les œuvres de l'ONF à l'échelle internationale constituent un remarquable indicateur de leur qualité, de leur pertinence et de leur caractère novateur.

Les productions et coproductions de l'ONF bonifient la place du secteur public dans l'industrie culturelle à l'échelle mondiale, tirent profit de la mondialisation des marchés qui se dessine, accroissent la notoriété internationale et les recettes de l'ONF en plus d'optimiser les synergies. Elles constituent un outil de développement culturel pour le Canada, pour le compte de la population canadienne.

#### **e) Innovation**

L'ONF a toujours été reconnu pour l'innovation; son fondateur, John Grierson, a planté le décor grâce à cette vision qu'il avait de l'art au service de la cause sociale. Dans les années 60 et 70, l'ONF s'est acquis une réputation d'innovateur dans ses productions et ses modes de fonctionnement. Non seulement l'organisme a-t-il alors inventé de

nouvelles façons d'utiliser le cinéma pour apporter des changements sociaux, mais en plus il a été le premier à utiliser la caméra comme prolongement de l'œil humain.

Pour favoriser un milieu propice à l'innovation, le plan stratégique 2002-2006 de l'ONF prévoit mettre en place l'infrastructure et les ressources nécessaires.

#### **f) Formation**

Conformément aux objectifs de l'ONF d'accueillir de nouvelles voix et d'encourager les nouveaux talents, l'Office se perçoit comme complément de formation structuré pour les jeunes Canadiens et Canadiennes qui s'appêtent à s'insérer dans le milieu. Avec ses divers programmes, l'ONF est le lieu de prédilection où les cinéastes talentueux de la relève peuvent réaliser leur premier, deuxième ou troisième film. Le Filmmaker Assistance Program (FAP) et l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC) de l'ONF sont conçus pour aider les cinéastes indépendants de la relève à achever leur film en leur offrant des conseils-experts et un appui financier. En 2001-2002, l'ONF a ainsi appuyé 195 films anglais de réalisatrices et réalisateurs prometteurs du secteur indépendant grâce au FAP, et 51 films français, grâce à l'ACIC, pour un total global de 246 films.

L'expérience en cinématographie offerte par l'ONF est également rehaussée par le patrimoine considérable que représente sa collection ainsi que le capital intellectuel et créatif de son personnel actuel et passé. Outre les classes de maître, l'Office propose un programme par lequel les cinéastes de la relève peuvent travailler avec du personnel chevronné en réalisation, en production, en scénarisation, en direction photo, ainsi qu'avec d'autres artisans du cinéma.

De plus, l'ONF invitera des cinéastes chevronnés à pratiquer leur art dans un milieu unique en son genre et à contribuer ainsi au patrimoine de l'Office en encadrant un cinéaste de la relève et en donnant des classes de maître.

L'ONF resserrera ses liens avec les écoles de cinéma du pays afin de maximiser les synergies au profit des nouveaux cinéastes et de la relève.

#### **g) Enfants et jeunes, peuples autochtones et diversité culturelle**

On trouvera les réalisations de l'ONF à l'égard de ces priorités gouvernementales sous la section « Premiers engagements clés en matière de résultats de l'ONF », aux pages 21 et 22.

## **Partie III**

## **Partie III : Rendement de l'ONF**

### **1. Objectifs, priorités et engagements en matière de résultats**

Comme l'indique le *Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002* de l'ONF, les objectifs du programme de l'Office sont les suivants :

**Produire des œuvres audiovisuelles qui reflètent les réalités et les points de vue canadiens tout en innovant dans divers aspects de la cinématographie, et distribuer et rendre accessibles ces œuvres.**

Cet énoncé intègre trois priorités stratégiques et plusieurs résultats escomptés qui constituent les engagements clés en matière de résultats pris par l'Office à l'endroit de la population canadienne, soit :

**Tableau des résultats stratégiques et des indicateurs de rendement**

<b>Offrir aux Canadiens et Canadiennes :</b>	<b>Engagements clés en matière de résultats pour 2001-2002 (conformément au RPP)</b>	<b>Indicateurs de rendement</b>
<p>1. Une production d'œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produire des documentaires d'opinion sur des enjeux sociaux importants et des portraits de la vie quotidienne;</li> <li>▪ Produire des courts métrages d'animation faisant appel à une variété de techniques et de formes de manière à permettre aux artistes de donner la pleine mesure de leur imagination et de leur créativité;</li> <li>▪ Élaborer des projets interactifs pour les jeunes publics.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;</li> <li>▪ Degré d'intérêt pour les films et degré de satisfaction de l'auditoire;               <ul style="list-style-type: none"> <li>- taille de l'auditoire à la télévision;</li> <li>- auditoires des marchés autres que la télévision;</li> <li>- achalandage du site Web;</li> </ul> </li> <li>▪ Degré de satisfaction de la clientèle;</li> <li>▪ Reconnaissance de la part de l'industrie cinématographique canadienne et internationale sous forme de prix;               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Performance dans les festivals canadiens et étrangers (prix remportés);</li> </ul> </li> <li>▪ Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Statistiques du FAP et de l'ACIC.</li> </ul> </li> </ul>
<p>2. L'accès aux œuvres de l'ONF sur les chaînes généralistes et spécialisées, dans les réseaux/canaux de distribution commerciaux et non commerciaux qui permettent</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intensifier la présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;</li> <li>▪ Développer et diversifier les marchés canadiens et internationaux.</li> <li>▪ Assurer la conservation de la collection de l'ONF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Développement et diversification des marchés;               <ul style="list-style-type: none"> <li>- marchés canadiens et étrangers;                   <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recettes</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<p>d'optimiser les auditoires des productions et coproductions de l'ONF;</p>	<p>et la rendre plus accessible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accessibilité à l'ensemble du patrimoine audiovisuel de l'ONF; <ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires;</li> <li>- utilisation de la collection.</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. Un organisme qui assure la gestion efficace et responsable des ressources pour le compte de la population canadienne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poursuivre le développement d'un système de gestion intégré, puissant et moderne;</li> <li>▪ Maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible;</li> <li>▪ Mettre en œuvre de nouveaux mécanismes permettant de mieux mesurer le rendement des ressources et des opérations.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niveau de ressources affectées à la production par rapport aux autres secteurs;</li> <li>▪ Améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources;</li> <li>▪ Recours à des évaluations, vérifications et autres études.</li> </ul>

Depuis la publication du *Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002* (RPP), un nouveau commissaire du gouvernement à la cinématographie, Jacques Bensimon, a été nommé à la tête de l'ONF (en juin 2001). Pour choisir la meilleure direction à imprimer à l'ONF, le commissaire a consulté des membres du personnel de l'ONF, des citoyens et citoyennes, des cinéastes, des représentants de l'industrie, des associations communautaires, des fonctionnaires et des gens du milieu politique afin d'établir de façon mieux éclairée le plan stratégique 2002-2006.

Publié en janvier 2002, ce nouveau plan présentait de nouveaux objectifs et des objectifs révisés pour la période 2002-2006. (On trouvera un complément de détail et d'analyse dans le Plan stratégique, disponible dans le site Web de l'ONF.)

Ces buts et stratégies s'harmonisent toujours avec les plans et les priorités 2001-2002, annoncées antérieurement dans le RPP. Les secteurs d'activités et les résultats stratégiques demeurent également les mêmes.

## **2. Méthode d'évaluation et de contrôle du rendement**

Les données présentées sont tirées de diverses sources :

- Contrôle du rendement des projets, activités et initiatives assuré par les gestionnaires de l'Office ainsi que par les partenaires et les collaborateurs et collaboratrices;
- Résultats d'un sondage téléphonique mené auprès de la clientèle pour mesurer son degré de satisfaction à l'égard du service de commandes téléphoniques (ligne sans frais) et des transactions électroniques (par le site Web) de l'ONF; le sondage a été mené par Décima, qui a rejoint 519 clients des marchés institutionnels (écoles, universités, bibliothèques et autres) et du marché consommateur;
- Résultats d'un sondage national auprès de la population canadienne pour connaître ses attitudes et son intérêt à l'égard du documentaire, son degré de reconnaissance de l'ONF et son appui à son endroit; le sondage a été mené par Pollara, qui a rejoint 1 953 Canadiens et Canadiennes en août et septembre 2001;
- Résultats d'un sondage auprès des clients institutionnels de l'ONF pour évaluer leur comportement d'achat en rapport avec les produits audiovisuels de l'Office, ainsi que leur perception de la valeur de ces produits et leur degré de satisfaction s'y rapportant; le sondage a été mené en mars 2002 par Corporate Research Associates Inc. et a consisté en une enquête téléphonique par échantillons aléatoires représentatifs du marché institutionnel de l'ONF, plus précisément auprès de 400 clients inscrits dans la base de données de l'Office;
- Système de gestion de l'information et données *Synchrone*;

### 3. Résultats stratégiques

Chacun des principaux objectifs de rendement de l'ONF mérite un examen qui souligne les aspects des stratégies mises en œuvre, les ressources utilisées et les outils de mesure. Un tel examen permet également d'évaluer l'efficacité des stratégies utilisées.

La section suivante précise les avantages tirés par la population canadienne de l'investissement à long terme fait par le gouvernement du Canada dans l'ONF. Les engagements clés en matière de rendement témoignent des réalisations de l'ONF.

Il importe de souligner que, pour la période 2002-2003 jusqu'à la période 2006-2007, l'Office rendra compte de son rendement en regard de son nouveau plan stratégique (disponible dans le site Web).

#### ***PREMIER ENGAGEMENT CLÉ EN MATIÈRE DE RÉSULTATS***

#### **1. Produire des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde**

##### **Présentation**

Puisque chaque année, l'ONF produit ou coproduit des films dont le contenu, le traitement et les auditoires cibles varient grandement, rendre des comptes sur chacun s'avère manifestement ardu. Par conséquent, nous utiliserons des indicateurs applicables à l'ensemble de la production de l'ONF, tout en soulignant les résultats obtenus par certaines productions lancées en cours d'année de manière à pouvoir fournir des exemples concrets du travail accompli.

Les outils utilisés pour mesurer jusqu'à quel point l'ONF remplit cet engagement clé sont notamment :

- Diversité des genres et des sujets traités dans ses productions;
- Degré d'intérêt pour les films et degré de satisfaction de l'auditoire;
- Reconnaissance de la part de l'industrie cinématographique canadienne et internationale sous forme de prix;
- Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes.

## Contexte

Le secteur canadien de la production audiovisuelle poursuit ses activités et la promotion de voix diversifiées dans sa programmation, et il offre toujours un accès concurrentiel aux canaux de télévision et aux systèmes de distribution ainsi que des mécanismes de financement stables.

Avec la multiplication des chaînes spécialisées, on assiste à un changement dans la nature de la demande en types de programmation particuliers. Ainsi, la demande en documentaires et en émissions pour enfants s'accroît.

Les spectateurs en redemandant, le documentaire est de nouveau en vogue à l'échelle internationale et les chaînes spécialisées investissent davantage dans les productions de ce genre. Le Canada et ses documentaristes occupent une place de choix sur ce marché.

L'ONF est bien placé pour satisfaire à la demande du public en documentaires et émissions pour enfants, et pour rendre accessibles des productions pertinentes sur les plans social et culturel. Selon une étude récente commandée par L'Observatoire du documentaire sous l'égide des Rencontres internationales du documentaire de Montréal, l'ONF serait le seul organisme public à offrir une solution de rechange aux tendances industrielles ou commerciales. Les documentaristes recommandent aussi « de préserver l'ONF en raison de ses traditions, de son intérêt pour la qualité et de son rôle d'alternative au système commercial ».

## Réalisations

**Conformément au *Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002*, l'ONF a rempli les engagements suivants :**

- ✓ **Produire des documentaires d'opinion sur des enjeux sociaux importants et des portraits de la vie quotidienne;**
- ✓ **Produire des courts métrages d'animation faisant appel à une variété de techniques et de formes de manière à permettre aux artistes de donner la pleine mesure de leur imagination et de leur créativité;**
- ✓ **Élaborer des projets interactifs pour les jeunes publics.**

En 2001-2002, l'ONF a terminé 78 nouvelles productions, soit 63 intégralement financées par l'Office et 15 coproductions. Il s'agit de films d'animation, de documentaires et de produits multimédias sur une variété de sujets conçus pour intéresser d'importants segments de la population canadienne en répondant à leurs besoins ou à leurs préoccupations, ou encore, destinés à des créneaux particuliers.

Les avantages de cet objectif ne s'évaluent et ne se mesurent qu'à long terme. L'un des défis de l'ONF consiste à s'assurer que ses œuvres continuent de faire connaître et comprendre des réalités qui évoluent ainsi qu'à permettre l'expression de voix nouvelles et de nouveaux phénomènes de société.

### **Diversité des genres et des sujets traités, et pertinence**

Les 78 nouvelles productions terminées par l'ONF en 2001-2002 se répartissent comme suit :

#### *Nombre de produits*

---

Documentaires	<b>48</b>
Films d'animation destinés aux enfants et aux jeunes	<b>14</b>
Films d'animation destinés aux enfants et aux jeunes (produits multimédias)	<b>15</b>
Compilations	<b>1</b>

---

Comme chaque année, l'ONF a abordé des thèmes importants. Par exemple, nous avons produit les documentaires suivants en 2001-2002 :

- ***Drug Deals: The Brave New World of Prescription Drugs.*** Les réalisatrices Elise Swerhone et Erna Buffie examinent les avantages de la recherche médicale et les dangers liés à la mise en marché hâtive des médicaments.
- ***Bacon, le film.*** Un film captivant et provocateur, une dénonciation de la nouvelle industrie du porc au Québec et de ses conséquences sur l'environnement, signé Hugo Latulippe. Au moment de sa diffusion à Télé-Québec en novembre, le film avait déjà suscité tant de débats que le gouvernement du Québec a prescrit de nouvelles directives pour gérer les problèmes de pollution que posait le lisier provenant des sept millions de cochons élevés et abattus dans 4 400 fermes de la province;
- ***Quelque chose dans l'air.*** Sylvie Dauphinais analyse le haut taux de maladies respiratoires dues à l'augmentation massive de l'usage de pesticides à l'Île-du-Prince-Édouard;
- ***Westray.*** De Paul Cowan, réalisateur déjà mis en nomination pour un Oscar, ce film raconte la vie de six personnes, veuves et anciens mineurs, qui ont vécu la tragédie minière ayant fait 26 victimes en Nouvelle-Écosse, en 1992; Cowan peint un portrait captivant, mais aussi incriminant, de l'indifférence eu égard à la sécurité des travailleurs manifestée par l'entreprise, à laquelle beaucoup impute le blâme;
- ***"Ah... The Money, The Money, The Money" – The Battle for Saltspring.*** Habitant l'île de Saltspring, Mort Ransen documente l'opposition des résidants à la coupe à blanc;

- ***Worst Case Scenario.*** Glynis Whiting relate la lutte engagée par la coalition de Clearwater contre les plans de forage d'un puits de gaz sulfureux près de Rocky Mountain House, en Alberta. Le documentaire révèle un conflit qui s'envenime. D'une part, des citoyens qui craignent pour leur sécurité; d'autre part, une industrie prospère qui contribue depuis longtemps au bien-être économique des Albertains.

### Les enfants et les jeunes

L'ONF met l'accent sur la production d'œuvres destinées aux jeunes; les faire participer au processus contribue au rapprochement des Canadiens et des Canadiennes entre eux tout en donnant au public cible l'occasion d'en apprendre davantage sur l'histoire, l'identité, les valeurs et le patrimoine canadiens. En 2001-2002, l'Office a produit 29 films d'animation (dont 15 productions interactives) visant particulièrement les enfants et les jeunes.

Les cinéastes qui se préoccupent de la jeunesse et de l'éducation sont présents partout au pays.

Par exemple :

- ***Learning Peace : A Big School with a Big Heart.*** Teresa MacInness tourne dans une école élémentaire de la Nouvelle-Écosse qui tente de trouver des solutions à l'intimidation et à la violence dans la cour de récréation;
- ***Where Did You Sleep Last Night?*** Court métrage de fiction dans lequel le Vancouvérois Cliff Skelton met en garde les adolescents contre les pièges de la vie dans la rue et de la prostitution;
- Site Web destiné aux jeunes de 9 à 12 ans en ligne depuis le 7 novembre 2001, ***La Mission/The Mission*** ambitionne en outre de faire rimer « science » et « plaisir ».

### Cinéastes autochtones et d'horizons culturels diversifiés

Les cinéastes autochtones et d'horizons culturels diversifiés se sont fortement distingués cette année avec des films comme :

- ***Atanarjuat l'homme rapide.*** De Zacharias Kunuk, est le premier long métrage tourné en Inuktitut; cette coproduction de l'ONF a obtenu un succès retentissant;
- ***The Tree That Remembers.*** Du Canadien d'origine iranienne Masoud Raouf, ce film rassemble sept Iraniens qui ont lutté pour la démocratie sous le règne du Shah et qui ont encore du mal à oublier leur héritage de douleur, de terreur et de mort;
- ***Film Club.*** Cyrus Sundar Singh a réuni d'anciens camarades de classe, dont bon nombre d'immigrants, qui étaient membres du même club de cinéma à l'école secondaire;
- ***Comme une odeur de menthe (A Scent of Mint).*** Pierre Sidaoui décrit l'odyssée pour se faire une nouvelle vie après avoir fui un pays déchiré par la guerre.

Le besoin d'une trame audiovisuelle qui permette de centrer les discussions sur divers enjeux – au sein même du Canada et par-delà ses frontières – demeure un moyen précieux de présenter différents points de vue aux auditoires et de contribuer à la préservation d'un tissu social solide. Dans la coproduction *Aftermath: the Remnants of War*, le cinéaste Daniel Sekulich donne un point de vue canadien sur les ravages de la guerre, même après la fin des combats. Parmi les autres faits saillants, *Vue du Sommet*, le cyber-documentaire qui, par son audace et son actualité interactive, a plongé les internautes au cœur du Sommet des Amériques.

Les sujets abordés dans les œuvres couvrent les domaines suivants :

- Peuples et cultures du Canada
- Arts et culture
- Diversité culturelle
- Géographie, nature et environnement ainsi qu'arts et médias
- Sujets à caractère social, moral et juridique
- Histoire, politique et gouvernement
- Psychologie et relations interpersonnelles
- Sports et activités récréatives
- Enfance, adolescence et famille
- Sciences et technologies

### **Degré d'intérêt pour les films de l'ONF et degré de satisfaction de l'auditoire**

#### Taille de l'auditoire à la télévision

Cet indicateur évalue jusqu'à quel point nous atteignons nos objectifs qui consistent à stimuler l'intérêt pour nos films et à rejoindre le plus vaste auditoire possible.

L'auditoire le plus vaste et le mieux documenté est celui de la télévision, notre principal moyen de distribution. L'auditoire cumulatif à la télévision dont il est question ici est fondé sur les cotes d'écoute Nielsen. On doit souligner que la méthode appliquée aux mesures d'auditoire est en évolution perpétuelle.

### *Auditoire cumulatif à la télévision canadienne pour 2001-2002*

---

<b>(en milliers de personnes)</b>	<b>2001-2002</b>
Programme français	9 529
Programme anglais	13 521
<b>Total</b>	<b>23 050</b>

---

Il est bon de signaler que, même si l'auditoire cumulatif est un indicateur utile, il ne tient aucun compte du succès retentissant de certains films lors de leur diffusion en primeur à la télévision, attirant un auditoire d'un demi-million de téléspectateurs ou plus. À ce chapitre, mentionnons la diffusion par la CBC de *Worst Case Scenario* et, par la SRC, d'*Il parle avec les loups*, dont les audiences ont été respectivement de 626 000 et de 584 000 personnes.

Il est également intéressant de noter que, du 1<sup>er</sup> avril 2001 au 31 mars 2002, 507 titres anglais ont été diffusés quelque 1 521 fois. Par comparaison, 152 titres français l'ont été environ 482 fois.

Les recherches en mesure d'auditoire se poursuivent et l'ONF est membre d'un groupe de travail – composé de représentants de Téléfilm Canada, du Fonds canadien de télévision, du CRTC, de Statistique Canada, du ministère du Patrimoine canadien – déterminé à collaborer avec les diffuseurs et les firmes spécialisées dans les cotes d'écoute BBM et Nielsen afin d'améliorer les systèmes de mesure.

#### Auditoires des marchés autres que la télévision – Le développement et le rayonnement du site Internet

Plus de 26 millions d'impressions ont été faites en 2001-2002 sur le site Internet de l'ONF au cours de 2 millions et demi de sessions d'utilisateurs qui, en moyenne, ont navigué dans le site durant une quinzaine de minutes. Depuis la restructuration du site en septembre 2001, les pages les plus populaires sont, dans l'ordre, les sections jeunesse, la collection de films, les pages sur les films récents et les boutiques.

### *Achalandage du site Web*

	<b>2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>
Pages visitées	21 308 770	26 069 470
Sessions d'utilisateurs	2 913 215	2 508 047

Il est aussi intéressant aussi de noter que, lors de la diffusion du documentaire *Shinny*, la section du site qui lui était consacrée a reçu 1 500 amateurs de hockey, dont plusieurs se sont laissés séduire jusqu'à partager leurs souvenirs et leur amour inconditionnel pour le sport national des Canadiens.

### Marchés autres que la télévision

Pour 2001-2002, l'ONF ne peut rendre de comptes sur les marchés autres que la télévision. Nous continuons à rechercher une méthode applicable aux marchés francophone et anglophone.

### **Attitudes, reconnaissance et appui de la population canadienne à l'endroit de l'ONF**

L'ONF a récemment (septembre 2001) commandé à Pollara un sondage national auprès de la population canadienne pour déterminer :

- ses attitudes à l'égard du documentaire et sa consommation de ce genre de films;
- sa reconnaissance et son appui à l'endroit de l'ONF.

L'étude consistait en un sondage téléphonique auprès de 1 003 Canadiennes et Canadiens sélectionnés au hasard et de 950 autres interrogés au passage.

Les résultats des deux sondages ont servi, et continueront de servir, d'étalon pour évaluer les efforts poursuivis par l'ONF et de guide pour élaborer de nouvelles stratégies.

Dans l'ensemble, l'ONF :

- Est reconnu par la population comme le chef de file de la production documentaire au Canada. Quelque 86 p. 100 des Canadiens et Canadiennes connaissent l'ONF quand ils se font poser directement la question, et environ 23 p. 100 d'entre eux le cite de leur propre chef quand on leur demande de nommer un producteur de documentaires et de courts métrages d'animation. Cette dernière donnée est de 5 p. 100 supérieure au résultat de 18 p. 100 obtenu lors d'une étude menée en 1994.

Le sondage nous apprend que l'ONF doit déployer des efforts pour :

- S'assurer que la population canadienne reconnaît ses films lorsqu'elle en voit à la télévision;
- Rendre ses films accessibles à la télévision;
- Promouvoir ses films.

L'analyse des données et de l'information sur la satisfaction de la clientèle aidera aussi à définir plus clairement les priorités à l'égard de l'amélioration du service, comme le prescrit le gouvernement dans son *Initiative d'amélioration des services*.

### **Performance dans les festivals canadiens et étrangers**

La reconnaissance de l'excellence des films de l'ONF par l'industrie canadienne et étrangère représente une mesure objective du caractère concurrentiel – donc de l'innovation, de la qualité et de la pertinence – de ses productions. Le tableau suivant fait état des prix remportés par les productions de l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année, par rapport aux années antérieures.

#### ***Prix remportés par les productions***

	<b>1999-2000</b>	<b>2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>
Canada	38	46	43
International	93	83	80
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>129</b>	<b>123</b>

L'ONF, ses cinéastes et ses productions ont récolté un nombre extraordinaire de prix et d'honneurs, qui traduisent la reconnaissance de l'excellence et de l'innovation de ses œuvres. Cette année, nous avons reçu 118 prix et mentions spéciales pour nos productions, et cinq prix honorifiques individuels, pour un total de 123 prix dans le cadre de festivals et de manifestations au Canada et à l'étranger.

Ainsi, plusieurs cinéastes se sont distingués en 2001-2002. Zacharias Kunuk, réalisateur d'*Atanarjuat*, a remporté la Caméra d'or, décernée au réalisateur d'un premier film, au Festival du film de Cannes. Le cinéaste inuit a également reçu le Génie de la meilleure réalisation et le prix Claude-Jutra décerné au réalisateur d'un premier long métrage de fiction. Cordell Barker a été mis en nomination pour un Oscar<sup>®</sup>, pour une deuxième fois, par l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences, en plus de décrocher huit autres prix pour son court métrage d'animation *Tombé du ciel (Strange Invaders)*. Paul Driessen a

remporté un prix Génie pour son dernier court métrage d'animation *Le garçon qui a vu l'iceberg/The Boy Who Saw the Iceberg*, qui a reçu dix prix jusqu'à présent. Le Génie du meilleur documentaire a été accordé à Paul Cowan pour *Westray*, tandis que *L'Armée de l'ombre*, de la documentariste Manon Barbeau, remportait le Géméaux du meilleur documentaire.

On trouvera ci-après la liste de quelques cinéastes, d'anciens ou anciennes de l'ONF et de productions de l'Office qui ont été honorés au Canada et à l'étranger en 2001-2002.

- Le cinéaste **Stéphane Drolet** a remporté le prix M. Joan Chalmers décerné au meilleur film ou vidéo documentaire.
- La plus haute distinction cinématographique du Québec a été décernée, une fois de plus, à un homme qui a fait carrière à l'ONF. Il s'agit du pionnier de l'animation **René Jodoin**, qui a reçu le prix Albert-Tessier (cinéma), assorti d'une bourse de 30 000 \$.
- Cinéaste de longue date à l'ONF, **Anne Claire Poirier** a reçu deux grands prix : le Prix du Gouverneur général des arts de la scène et le prix Jutra-Hommage, par lequel le Québec a reconnu sa contribution exceptionnelle au développement de la cinématographie de chez nous.
- L'ensemble de l'œuvre d'**Alanis Obomsawin** a aussi été de nouveau reconnu, cette fois par le prix-hommage D<sup>r</sup> Bernard Chagnan Assiniwi décerné lors du Festival Présence autochtone organisé par Terres en vues.
- Le Canadian Independent Film Caucus a récompensé le « parrain » du cinéma canadien, le regretté **Don Haig**, en lui décernant un prix d'excellence pour contribution exceptionnelle lors du Hot Docs International Documentary Festival; il s'agit d'un hommage au mentor et à sa contribution à des centaines de films.
- The Toronto Women in Film and Television a également mis à l'honneur le mentorat et l'excellence en matière de production quand l'organisme a décerné à la productrice de longue date **Silva Basmajian** le prix du mérite exceptionnel lors de la remise des Crystal Awards.
- L'ONF a reçu le prestigieux prix Peabody pour son documentaire *My Father's Camera*.
- L'American Culture Association a décerné à l'ONF le prix Ray and Pat Browne pour souligner sa contribution exceptionnelle à la culture américaine (pour la première fois attribué à un organisme non américain).

Nous tenons à souligner quelques autres réalisations :

- Le court métrage d'animation *When the Day Breaks*, de Wendy Tilby et Amanda Forbis, qui a remporté trois autres prix cette année, pour un total phénoménal de 37 en trois ans, dont une nomination pour un Oscar;
- Le court métrage d'animation de Eugene Fedorenko et Rose Newlove, *Le Village des idiots (Village of Idiots)*, qui a décroché 19 prix cette année, dont une nomination antérieure pour un Oscar;
- *Le Chapeau/The Hat*, de Michèle Cournoyer, qui a remporté 13 prix;
- *Âme Noire/Black Soul*, de Martine Chartrand, qui a recueilli 11 prix cette année, pour un total de 12.

## **Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes**

### Autochtones

L'ONF est depuis longtemps le principal producteur et distributeur de films autochtones au Canada. Depuis sa création, il a produit plus de 500 films sur les peuples autochtones au pays. De ce nombre, plus de 70 ont été produits par des Autochtones.

Dans le cadre de l'Aboriginal Filmmakers Program (AFP), il y a actuellement six (6) projets inscrits au calendrier de production de l'ONF par des réalisateurs autochtones. L'AFP est un programme national conçu pour encourager et soutenir la production et la coproduction d'œuvres audiovisuelles pertinentes, innovatrices et de grande qualité par des cinéastes autochtones, ainsi que pour contribuer à leur perfectionnement professionnel dans l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision.

### Diversité

L'ONF est le principal organisme du secteur culturel canadien à accorder une place de choix aux cinéastes autochtones ou issus de minorités visibles. Le Programme français a lancé le concours *Nouveaux regards*, ouvert aux francophones issus de minorités visibles. En ce qui concerne le Programme anglais, le concours *Reel Diversity*, qui était jusqu'alors organisé à l'échelle régionale, est maintenant devenu un événement national. Les gagnants ont l'occasion de réaliser un documentaire de 40 minutes qui sera à l'antenne des partenaires de diffusion du concours : CBC, Newsworld et VisionTV. On trouvera de plus amples renseignements dans le site Web de l'ONF à l'adresse [www.onf.ca](http://www.onf.ca).

Nous avons également assuré la promotion de la diversité cinématographique au sein de la culture dominante avec nos films comme *Raisin' Kane: A Rapumentary*, d'Alison Duke, qui a remporté le Prix HBO du documentaire, assorti d'une bourse de 5 000 \$, de l'Urbanworld Film Festival, à New York.

Ce sont là des points de départ pour la production de films pertinents sur le plan social, des films qui concrétisent la diversité culturelle du Canada. En produisant des films qui ne se contentent pas de décrire les minorités visibles, mais viennent d'elles. En communiquant en retour ces expériences aux collectivités canadiennes, nous encourageons le dialogue et le débat, et nous contribuons à l'exaltation de la tolérance par la compréhension et l'appréciation mutuelles.

L'ONF tient à donner aux jeunes cinéastes l'occasion de faire leurs premières armes dans le milieu cinématographique professionnel et, à cette fin, recourt à diverses initiatives :

- Filmmaker Assistance Program (FAP);
- Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC).

***Nombre de projets soutenus***

	<b>1999-2000</b>	<b>2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>
Aide au cinéma indépendant (ACIC)	68	66	51
Filmmaker Assistance Program	169	173	195
<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>239</b>	<b>246</b>

Comme le montrent les productions qu'il a réalisées en 2001-2002, l'ONF :

- A veillé à ce que ses productions reflètent la diversité canadienne, devant comme derrière la caméra;
- A permis à des cinéastes autochtones de la relève de réaliser des films à petit budget sous supervision, dans un milieu professionnel;
- A organisé ses ressources et ses structures pour superviser la production de premières œuvres;
- A consolidé ses programmes d'aide aux cinéastes indépendants.

**Défis**

- La demande en documentaires et en programmation jeunesse augmente, mais l'ONF dispose de ressources limitées pour produire de tels films;

- L'ONF produit des films et les rend accessibles, mais n'a pas suffisamment accès aux canaux de diffusion et de distribution;
- La définition et la mise au point d'outils de mesure du rayonnement des productions ainsi que du degré de dialogue et de discussions en résultant pose problème. Les outils actuels ne sont toujours pas assez perfectionnés pour évaluer, par exemple, la valeur de la diffusion d'un documentaire de l'ONF sur une chaîne documentaire par rapport à une chaîne grand public. En d'autres termes, ces outils ne mesurent pas la qualité de ce qui est vécu par l'auditoire et son incidence sur l'approfondissement de la compréhension et de la connaissance des Canadiens et des Canadiennes, mais plutôt la quantité, soit le nombre total de téléspectateurs ayant regardé le documentaire.

## *DEUXIÈME ENGAGEMENT CLÉ EN MATIÈRE DE RÉSULTATS*

### **2. Optimiser les auditoires grand public et spécialisés**

#### **Présentation**

L'une des principales responsabilités de l'ONF est de s'assurer qu'il utilise tous les canaux de distribution afin de rejoindre le public canadien et étranger des divers marchés en appliquant des stratégies de mise en marché efficaces, et de faciliter l'accès à sa collection de films, qui constitue l'un des plus importants patrimoines audiovisuels canadiens. Dans l'ensemble, il s'agit de faire en sorte que les télédiffuseurs, les établissements d'éducation, les bibliothèques et d'autres marchés utilisent davantage les productions audiovisuelles de l'ONF.

Les indicateurs suivants permettent de rendre compte du rendement de l'Office à cet égard, notamment :

- Progrès réalisés en matière de développement et de diversification des marchés, mesurés à partir des recettes et des locations de films de l'ONF;
- Accès au fonds audiovisuel de l'ONF, mesuré à partir de l'utilisation de la collection, y compris au moyen de CinéRoute, le projet pilote de cinéma sur demande par liaison Internet offert aux universités canadiennes.

#### **Contexte**

##### **Diffusion d'émissions canadiennes de qualité**

Nul ne peut nier que c'est au petit écran que l'ONF a la présence canadienne la plus notable. Pourtant, malgré tous les deniers publics investis dans la télévision canadienne

au cours de la dernière décennie, malgré la prospérité de l'industrie et l'offre accrue en programmation canadienne, les auditoires d'émissions canadiennes n'ont augmenté ni sur les chaînes francophones, ni sur les chaînes anglophones.

Avec la disponibilité accrue des services étrangers à la radiotélévision canadienne ces dix dernières années, maintenir les mêmes niveaux d'auditoires d'émissions canadiennes s'avère un défi.

En examinant le temps d'antenne de la programmation canadienne en anglais (particulièrement durant les heures de grande écoute), on trouve quelques tendances :

- Les chaînes canadiennes privées proposent essentiellement du contenu américain aux heures de grande écoute;
- Les réseaux privés de chaînes générales offrent très peu d'émissions canadiennes;
- La part de marché des chaînes générales s'est considérablement amenuisée au profit des chaînes spécialisées qui ont les objectifs de contenu canadien les plus bas;
- L'homogénéisation – Les mêmes émissions sont distribuées sur les nombreuses chaînes d'un même exploitant, et les reprises ont augmenté en proportion compte tenu de la faiblesse des auditoires, particulièrement sur les chaînes numériques.

L'ONF continuera de consacrer la majorité de ses ressources aux activités de production de manière à répondre à la demande accrue en contenu canadien dans les genres particuliers du documentaire, de la programmation pour enfants et du film d'animation.

Dans la même veine, il redoublera d'effort pour s'assurer un meilleur positionnement et veiller à ce que ses productions profitent d'un meilleur créneau dans la programmation des chaînes générales, spécialisées et numériques, en vue d'atteindre le maximum de Canadiens et Canadiennes.

De plus, compte tenu de la tendance continue à la baisse des droits de licence de radiodiffusion à l'échelle mondiale, du maintien des restrictions budgétaires sur les marchés éducatif et institutionnel, des faibles marges sur le marché consommateur et du délai de trois à sept ans prédit par les spécialistes pour que la prestation électronique commerciale sur demande devienne monnaie courante, les recettes de l'ONF n'ont pas augmenté au cours de la période de planification.

## Réalisations

**Conformément au Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002, l'ONF a rempli les engagements suivants :**

- ✓ **Intensifier la présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;**
- ✓ **Développer et diversifier les marchés canadiens et internationaux;**
- ✓ **Assurer la conservation de la collection de l'ONF et la rendre plus accessible.**

### **Développement et diversification des marchés**

Les recettes générées et le nombre de transactions témoignent de l'efficacité des stratégies de mise en marché utilisées par l'ONF, du succès obtenu et de l'attrait des films de la collection auprès des divers marchés.

#### Les marchés canadiens et étrangers

Cette année, en septembre, l'ONF a saisi une parcelle de l'avenir télévisuel avec le lancement de la chaîne numérique spécialisée Documentary Channel, dans laquelle l'ONF est partenaire. Nous fournissons à cette chaîne environ 100 heures de programmation par année, et nombre de ces titres occupent une plage-horaire réservée à l'ONF. Ainsi, cette chaîne a diffusé 91 films de l'ONF pour un total de 346 émissions en sept (7) mois.

Bien que la tragédie du 11 septembre ait grevé le budget de divertissement des compagnies aériennes, nous avons malgré tout vendu à ces dernières quelque 30 productions : des courts métrages d'animation et quatre documentaires (*Western Eyes*, *Just a Wedding*, *Tokyo Girls* et *The Railrodder*).

Les recettes tirées de la vente de copies et de vidéocassettes sont en baisse, alors que celles des marchés de la télévision et des salles sont en hausse.

Encore cette année, l'ONF a mené une étude sur les clients institutionnels (c'est-à-dire les écoles, bibliothèques et autres organismes/établissements) pour évaluer :

- Leur comportement d'achat en rapport avec les produits audiovisuels de l'ONF;
- Leur perception de la valeur et de la satisfaction rattachées aux productions audiovisuelles de l'ONF.

L'étude révèle que les clients sont très satisfaits de la qualité et du contenu canadien des produits de l'ONF et que celui-ci pourrait accroître considérablement sa part de marché s'il améliorait la pertinence de ses productions en regard des programmes d'études.

L'étude a également mis en évidence des occasions à saisir sur les marchés du DVD et en matière de développement du site Web. En ce qui concerne ce dernier point, l'avantage supplémentaire réside en ce que la plupart des clients disposent d'un accès à Internet. En fait, il semble que l'ONF puisse joindre la majorité d'entre eux par Internet. En l'occurrence, il importe que le site Web de l'ONF réponde aux besoins en ligne de la clientèle.

Le tableau suivant présente les recettes réalisées sur les différents marchés au Canada.

***Recettes selon les marchés***

	<b>1999-2000</b>	<b>2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>
	\$	\$	\$
Redevances			
Télévision	1 653 167	921 852	1 137 477
Salles de cinéma	140 754	120 190	124 638
Vente de copies et de Vidéocassettes	1 703 264	1 810 146	1 596 763
Locations	18 855	18 214	15 979
Vente de plans d'archives	681 989	676 503	783 203
<b>Total</b>	<b>4 198 029</b>	<b>3 546 905</b>	<b>3 658 060</b>

L'ONF a aussi établi des partenariats avec plus de 50 bibliothèques publiques dans les diverses régions du pays par lesquels elles peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses, en plus de recevoir gratuitement une copie de nos nouveautés, en retour d'un service de prêt ou de location de ces films à leur clientèle. Cette année, la clientèle a emprunté 217 964 documents auprès de ces bibliothèques. En vertu de ces partenariats, les Canadiens et Canadiennes des communautés de langue officielle vivant en situation minoritaire ont accès aux productions de l'ONF dans leur propre langue, conformément aux responsabilités de l'Office découlant des articles 41 et 42 de la *Loi sur les langues officielles*.

Et en 2001-2002, les recettes sur les marchés étrangers ont été de 1 572 508 \$. Les ventes ont en effet subi le contrecoup de l'important ralentissement économique qui a suivi les événements du 11 septembre. Un peu partout dans le monde, les diffuseurs ont en outre modifié leur approche globale de la programmation, ce qui a provoqué une baisse de la demande.

Celle-ci est néanmoins demeurée encourageante sur le marché institutionnel, particulièrement aux États-Unis, où les acheteurs recherchaient des titres sur les enjeux sociaux et la santé. Ces tendances internationales se sont reflétées sur les résultats de distribution, avec 53 p. 100 des recettes provenant du marché institutionnel; 35 p. 100 de

la télévision; 7 p. 100 du marché consommateur; les 5 p. 100 restants, des salles et d'autres sources.

***Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires***

<b>1999-2000</b>	<b>2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>
198 102	208 660	217 964

Ce marché a connu une augmentation de près de 10 000 prêts par rapport au dernier exercice.

**Accessibilité au fonds audiovisuel de l'ONF**

ONF Montréal constitue un point de liaison clé avec le grand public et nous ouvrirons d'autres médiathèques sur ce modèle, d'abord à Toronto, à l'automne 2002. La médiathèque offre au public un lieu privilégié pour chercher et visionner les films de l'ONF par l'entremise de la CinéRobothèque; les jeunes et les cinéastes de la relève peuvent participer à des ateliers d'animation et à des ateliers de maîtres sur le documentaire. La médiathèque abrite également un cinéma, une salle d'exposition et un centre de distribution électronique. Cette dernière année, ONF Montréal a accueilli plus de 100 400 visiteurs, soit une légère augmentation par rapport au dernier exercice, et vendu plus de 2 300 vidéocassettes, soit 15 p. 100 de plus qu'à l'exercice précédent. Les activités d'ONF Montréal ont engendré des recettes de 334 800 \$, une bonne augmentation par rapport à l'année 2000-2001.

Utilisation de la collection

Au cours de l'année, nous avons poursuivi le transfert de nouveaux titres sur vidéodisques qui ont été ajoutés au catalogue de la CinéRobothèque et rendus disponibles auprès de la clientèle. L'effet combiné d'un plus grand nombre de productions disponibles et de l'amélioration de l'accessibilité à l'information sur les films a contribué au maintien de l'exploitation de ce riche patrimoine audiovisuel canadien.

*Titres\* différents vendus ou loués au Canada et à l'étranger en 2001-2002, selon la décennie de production*

	2000-2001	2001-2002
1921-1930 †	2 titres	2 titres
1931-1940 †	27 titres	45 titres
1941-1950	210 titres	215 titres
1951-1960	400 titres	405 titres
1961-1970	629 titres	624 titres
1971-1980	989 titres	887 titres
1981-1990	1 180 titres	1 137 titres
1991-2002	1 613 titres	1 500 titres
Total	5 050 titres	4 815 titres

\* *Les versions anglaises et françaises comptent pour des titres différents.*

† *L'ONF est le dépositaire de certaines collections de films produits par d'autres organismes gouvernementaux avant sa fondation en 1939.*

Il y a lieu de souligner ici l'attrait et l'intérêt que présente la collection de l'ONF auprès des publics canadiens et étrangers, puisque plus de 45 p. 100 des titres vendus ou loués ont été produits il y a plus de 20 ans. Cette constatation révèle que les productions de l'Office demeurent des outils de référence majeurs quelle que soit leur année de production. Elle valide en outre l'importance accordée à la préservation des films de l'ONF et à leur accessibilité la plus large possible.

CinéRoute permet maintenant aux universités et aux centres de recherche canadiens d'accéder à 800 films de l'ONF et, selon une évaluation récente, les utilisateurs sont en règle générale heureux de cet accès et très satisfaits de la qualité de la transmission.

Comme nous l'avons souligné précédemment, l'ONF est résolu à multiplier les points de contact avec la population et à créer des possibilités d'accès à l'ensemble de son patrimoine. Voici ses objectifs pour 2001-2004 :

- Faciliter l'accès à des documents d'apprentissages numérisés, notamment des clips audio et vidéo et des ressources ciblant les jeunes et le personnel enseignant dans La Médiasphère, une nouvelle section du site de l'ONF;
- Numériser 5 000 de nos 10 000 titres;
- Fournir l'accès à des extraits numérisés de 7 000 de nos films;
- Accroître le nombre de films de l'ONF disponibles par CinéRoute;
- Élargir le banc d'essai de CinéRoute à 2 000 clients et clientes;
- Veiller à ce que CinéRoute soit pleinement opérationnel d'ici la fin de 2004.

## Défis

- Le coût de la numérisation de la collection;
- La mise en place du réseau à large bande;
- Les questions liées aux droits d'auteur;
- La tendance à la baisse des droits de licence de radiodiffusion, le maintien des restrictions budgétaires dans le secteur public touchant le marché de l'éducation et le marché institutionnel, et les faibles marges sur le marché consommateur. Pour ces raisons et d'autres encore, les recettes de l'ONF n'augmenteront vraisemblablement pas, même si nous espérons que le nombre de transactions génératrices de recettes soit à la hausse;
- Les indicateurs sont commodes pour évaluer jusqu'à quel point les productions de l'ONF sont utilisées par divers marchés canadiens et étrangers mais, à long terme, il faudra trouver des outils qui permettent de mesurer l'impact des œuvres de l'ONF, tout particulièrement en ce qui a trait au degré auquel l'image de marque ONF continue de faire connaître le Canada au public canadien et étranger;
- Ajoutons que les stratégies globales de mise en marché utilisées pour accroître la visibilité des œuvres audiovisuelles de l'ONF et les faire mieux connaître sont constamment revues pour s'assurer de leur efficacité.

## ***TROISIÈME ENGAGEMENT CLÉ EN MATIÈRE DE RÉSULTATS***

### **3- Gérer les ressources de manière efficace et responsable**

#### Présentation

L'ONF vise à resserrer le lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus pour s'assurer que les ressources sont bel et bien utilisées avec efficacité et efficience. Au nombre des indicateurs utilisés à ce chapitre, mentionnons les suivants :

- niveau de ressources affectées à la production par rapport aux autres secteurs;
- améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources;
- recours à des évaluations, vérifications et autres études afin de pressentir et planifier les changements à apporter éventuellement aux directives et programmes et, s'il y a lieu, apporter ces changements avec à-propos.

## Contexte

### Contexte technologique

L'ONF doit satisfaire aux besoins et aux attentes de la population canadienne en matière de prestation de service électronique. Il doit également répondre aux attentes croissantes des internautes plus futés qui prévoient accéder facilement et rapidement à un éventail de ressources intégrées pertinentes.

La numérisation des collections, la création d'expositions virtuelles, les tribunes et le dialogue, ainsi que les services électroniques exigent tous des investissements importants. À cette fin, l'ONF a demandé au ministère du Patrimoine canadien l'appui financier du Fonds Mémoire canadienne en vue de la numérisation de sa collection.

L'ONF cherche toujours de nouvelles stratégies pour résoudre le problème de pression des coûts ainsi que les questions liées aux droits d'auteur, à la durabilité et à la capacité d'entraîner tous les partenaires, d'accrocher les jeunes et de bâtir ses auditoires de l'avenir.

### Réalisations

**Conformément au *Rapport sur les plans et les priorités 2001-2002*, l'ONF a rempli les engagements suivants :**

- ✓ **Poursuivre le développement d'un système de gestion intégré, puissant et moderne;**
- ✓ **Maintenir les coûts administratifs de production au plus bas niveau possible;**
- ✓ **Mettre en œuvre de nouveaux mécanismes qui permettront de mieux mesurer le rendement des ressources et des opérations.**

### **Ressources affectées à la production**

L'un des moyens permettant à l'ONF de s'assurer qu'il y a un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus consiste à attribuer la majeure partie de ces ressources à la production d'œuvres de grande qualité. L'ONF a consacré environ 64 p. 100 de son budget 2001-2002 à la production cinématographique, par rapport à 25 p. 100 à la distribution et à la mise en marché, et à 11 p. 100 au soutien à la gestion.

À cette fin, l'ONF poursuit ses efforts pour maintenir ses coûts administratifs de production au plus bas niveau possible.

## *Ressources de production*

(en millions de dollars)

	<b>Dépenses réelles 1999-2000</b>	<b>Dépenses réelles 2000-2001</b>	<b>Dépenses réelles 2001-2002</b>
Production (coûts directs)	40,0 (67 %)	43,5 (69 %)	40,6 (64 %)
Administration de la production	1,6	1,7	1,6
Coût net du programme de l'ONF	59,3 (100 %)	63,0 (100 %)	63,0 (100 %)

L'ONF considère que sa priorité est de produire des œuvres qui contribuent à répondre aux priorités du gouvernement fédéral, c'est-à-dire des œuvres de grande qualité qui font rayonner le Canada, favorisent le rapprochement des Canadiens et des Canadiennes entre eux, et établissent des liens avec le monde. L'ONF participe à des coproductions avec divers partenaires, s'assurant ainsi une mise en commun des ressources des secteurs public et privé.

### **Améliorations apportées aux systèmes internes et externes**

Nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à permettre à l'ONF de remplir ses objectifs : produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et atteindre l'auditoire le plus efficacement possible. Voici les initiatives mises en œuvre à cette fin :

- Élaboration d'une base de données sur les ententes de distribution conclues avec des intermédiaires canadiens et étrangers, en vue de fournir à l'ONF un outil de gestion dynamique permettant d'améliorer la perception des redevances et de réduire la période de règlement. Le système automatisera également la facturation liée au module financier Oracle;
- Prise des mesures et consultations nécessaires pour mettre en œuvre la fonction de contrôleur moderne selon les principes énoncés par le Conseil du Trésor;
- Mise en œuvre, en collaboration avec TPSGC, des nouvelles lignes directrices gouvernementales en matière de sécurité, d'accès aux bâtiments, de traitement du courrier et d'autres aspects liés à la sécurité du personnel et des visiteurs, à la lumière des événements du 11 septembre;
- Lancement de quatre boutiques électroniques entièrement intégrées, de sorte que les consommateurs et les institutions du Canada ont accès à toute la collection de l'ONF pour laquelle il détient les droits de vente, en français et en anglais;
- Lancement d'applications de mise en marché intégrée permettant de faire profiter les internautes de la création et de la gestion de promotions internes. La mise en œuvre

du module « Gestion des relations avec la clientèle » a permis d'améliorer l'efficacité de la gestion et du traitement des commandes, de rehausser le service à la clientèle et sa facilité d'accès au site, de réduire le dédoublement des tâches et d'accroître le partage des données pertinentes au sein de l'Office;

- Mise en œuvre finale du système d'information intégré *Synchrone*. L'idée d'*un film – un dossier* permet aux employés d'accéder directement aux renseignements nécessaires aux diverses opérations. Ce projet devient maintenant une composante essentielle de la gestion de l'information;
- Progrès du Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA). Ce module de gestion des droits intrants (c'est-à-dire la partie des droits que nous devons acquérir pour pouvoir exploiter une œuvre) est terminé et nous permettra de gérer plus efficacement et plus facilement une quantité très importante de droits provenant de secteurs diversifiés. Nous entreprenons maintenant la conversion des données, et le module des droits extrants est en construction.

Dans l'ensemble, ces systèmes permettent à l'ONF de mieux gérer ses ressources en resserrant les liens entre ressources utilisées et résultats souhaités.

### **Satisfaction de la clientèle**

Afin de maximiser la qualité du service, d'adapter sa prestation et de mieux répondre aux besoins de la clientèle, l'ONF contrôle le taux de satisfaction de cette dernière et en recueille les commentaires.

Offrir un service de qualité est une préoccupation constante de l'Office. En 2001-2002, l'ONF a commandé à Décima un sondage téléphonique sur la satisfaction de la clientèle à partir d'un échantillon important (519 personnes au total). L'échelle de mesure de la satisfaction s'harmonisait à un outil utilisé par l'ensemble du gouvernement fédéral.

L'ONF a reçu une note globale de 95 p. 100 relativement à la satisfaction; 72 p. 100 de la clientèle s'est déclarée « très satisfaite » et 97 p. 100 « satisfaite ou très satisfaite » de la qualité et de la rapidité d'exécution des transactions téléphoniques, et 94 p. 100 « satisfaite ou très satisfaite » en ce qui concerne les transactions électroniques.

### **Recours à des évaluations, vérifications et autres études**

L'une des priorités de l'ONF consiste à pressentir et à planifier les changements à apporter éventuellement aux directives et programmes en raison de facteurs contextuels ou autres. Les évaluations, vérifications et autres études fourniront des renseignements détaillés et pertinents sur le rendement, de manière à permettre à l'Office d'améliorer ses opérations. Dans certains cas, de telles études donnent des informations utiles sur l'évolution de la situation.

L'ONF s'engage à entreprendre des évaluations et des vérifications conformément aux nouvelles directives du gouvernement fédéral. Ces travaux l'aideront à remplir l'objectif

de gestion plus efficace et efficiente des ressources en présentant les changements à apporter aux directives et programmes, en quantifiant les résultats et les modifications à mettre en place, en gérant les risques et en mettant en œuvre un plan de vérification à long terme.

Pour 2002-2003, l'ONF a reçu un généreux engagement du Secrétariat du Conseil du Trésor, soit une allocation de 100 000 \$ du Centre d'excellence en évaluation du Conseil du Trésor. Grâce à ces ressources supplémentaires et aux conseils éclairés du personnel du Centre, l'Office pourra consacrer plus de ressources à la préparation d'un plan d'évaluation triennal et de cadres d'évaluation ainsi qu'à l'exécution d'un plus grand nombre d'évaluations.

## ANNEXES

## **Annexe I : Rapports consolidés**

### **Modernisation de la fonction de contrôleur**

L'ONF a établi un plan de mise en œuvre en vue de moderniser la fonction de contrôleur. En 2001-2002, l'Office a mis l'accent sur les éléments suivants :

- Mise en œuvre de systèmes financiers intégrés et de la stratégie d'information financière (SIF);
- Évaluation des risques par la vérification interne;
- Amélioration des rapports de gestion par l'harmonisation des banques de données;
- Établissement de critères pour assurer la qualité de l'information.

### **Paiements de transferts**

En 2001-2002, l'ONF a versé 322 000 \$ en paiements de transferts répartis comme suit : 12 000 \$ en subventions pour encourager des artistes primés lors d'événements cinématographiques d'importance qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international; le reste a été versé en contributions pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour participer à la promotion de la cinématographie canadienne. Dans tous les cas, il s'agit de versements de faible valeur faits à plusieurs bénéficiaires différents.

### **Politiques spéciales sur les voyages**

L'ONF est un employeur distinct et, de ce fait, peut appliquer sa propre politique sur les voyages. En réalité, l'ONF suit de très près la politique du Conseil du Trésor, et toute différence ne pourrait avoir qu'une incidence quasi négligeable. Il est à remarquer qu'à l'ONF, la même politique sur les voyages s'applique à toutes les catégories de personnel, incluant les personnes nommées par le Gouverneur en conseil et les cadres supérieurs.

### **Gestion du matériel**

Depuis plusieurs années déjà, l'ONF tient des registres de ses stocks de biens meubles et des biens destinés à la vente (produits audiovisuels). Des dénombrements et des réévaluations se font à intervalles réguliers de sorte que nos états financiers reflètent constamment la valeur réelle de ces biens.

### **Initiative sur l'amélioration des services**

L'ONF a mis en œuvre les mesures du gouvernement préconisées dans son *Initiative sur l'amélioration des services*. On trouvera aux pages 23, 30 et 44 de plus amples

renseignements sur la méthode de recherche et les résultats des sondages sur la satisfaction de la clientèle effectués par l'ONF en vertu des directives gouvernementales.

## **Annexe II : Rendement financier**

Les tableaux 1 et 2 de la Section B présentent les crédits accordés à l'ONF pour l'année 2001-2002 en comparaison avec les dépenses réelles. L'écart entre les autorisations totales et les dépenses réelles découle de retards imprévus dans le déroulement de projets de production et dans le développement du site Web.

Le tableau 3 montre l'évolution des dépenses de l'ONF au cours des dernières années. Les sommes représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les recettes générées par nos activités. Les écarts proviennent de fluctuations dans les recettes et des ajouts au crédit pour la charge de travail supplémentaire et les rajustements aux conventions collectives.

Le tableau 4 montre les recettes disponibles. La prolifération des chaînes spécialisées a entraîné une diminution notable de la valeur des redevances versées pour les productions.

Une petite partie de nos ressources est consacrée à des paiements de transfert faits au titre de subventions et contributions. La ventilation figure au tableau 5.

Le tableau 6 montre comment se répartit l'utilisation de notre fonds renouvelable, qui sert à financer le fonds de roulement des activités commerciales et la valeur nette des immobilisations.

## A. Tableaux financiers récapitulatifs

### Tableau financier 1 - Sommaire des crédits approuvés

<b>Besoins financiers par autorisation (millions de dollars)</b>				
		<b>2001-2002</b>		
<b>Crédit/Programme</b>		<b>Dépenses nettes prévues</b>	<b>Autorisations totales nettes</b>	<b>Dépenses réelles nettes</b>
86	Fonds renouvelable de l'ONF national du film - Déficit de fonctionnement	60,6	64,7	63,0
(L)	Fonds renouvelable de l'ONF national du film	0,4	0,4	1,0
<b>Total pour l'Agence</b>		<b>61,0</b>	<b>65,1</b>	<b>64,0</b>
<p>Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettes prévues);</li> <li>· les autorisations représentant les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes) : comprennent le report de fonds de l'année précédente et les augmentations reliées aux conventions collectives. Ces sommes comprennent aussi des attributions spéciales reçues dans le cadre du Fonds Mémoire.</li> <li>· la somme vraiment dépensée (dépenses réelles nettes en 2001-2002).</li> </ul>				

Le déficit de fonctionnement paraissant dans le fonds renouvelable de l'ONF est entièrement financé par un crédit parlementaire annuel (crédit 86 pour l'année 2001-2002), ce qui représente une situation assez unique dans les autorisations du budget des dépenses. Seuls le fonds de roulement relié aux opérations commerciales de l'ONF et la variation dans la valeur nette des immobilisations sont financés au moyen d'un crédit législatif. (voir également le tableau 6).

**Tableau financier 2 – Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles**

<b>Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en millions de dollars)</b>			
<b>2001-2002</b>			
<b>Opérations de l'ONF</b>	<b>Dépenses prévues</b>	<b>Autorisations totales</b>	<b>Dépenses réelles</b>
ETP	490	490	502
Fonctionnement*	69,2	73,4	69,6
Capital	–	–	–
Subventions et contributions votées	0,3	0,2	0,3
<b>Total des dépenses brutes</b>	<b>69,5</b>	<b>73,6</b>	<b>69,9</b>
Moins :			
Recettes disponibles	(8,9)	(8,9)	(6,9)
<b>Total des dépenses nettes</b>	<b>60,6</b>	<b>64,7</b>	<b>63,0</b>
Autres recettes et dépenses			
Recettes non disponibles	–	–	–
Coût des services offerts par d'autres ministères**	–	–	–
<b>Coût net du programme</b>	<b>60,6</b>	<b>64,7</b>	<b>63,0</b>
* <i>Incluent les cotisations aux régimes d'avantages sociaux des employés et les indemnités de départ.</i>			
** <i>Coût des services offerts par d'autres ministères 25 285 \$.</i>			

**Tableau financier 3 – Comparaison dans le temps entre les dépenses totales prévues et les dépenses réelles**

Comparaison dans le temps entre les dépenses totales prévues et les dépenses réelles (en millions de dollars)					
	Dépenses réelles 1999-2000	Dépenses réelles 2000-2001	2001-2002		
			Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
Opérations de l'Office national du film	68,5	71,0	69,5	73,6	69,9
<b>Total</b>	68,5	71,0	69,5	73,6	69,9

Ce tableau indique l'évolution des dépenses de l'Office national du film au cours des dernières années. Les montants représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les recettes générées par nos activités. Les variations proviennent des fluctuations dans les recettes et des rajustements au crédit parlementaire pour la charge de travail accrue et les conventions collectives

Pour 2001-2002, nous présentons les dépenses prévues au budget principal des dépenses du début de l'exercice. Les autorisations totales représentent les sommes additionnelles reçues pour couvrir des rajustements aux conventions collectives et pour le report de fonds de l'année précédente. Cette somme comprend aussi une attribution spéciale reçue dans le cadre du Fonds Mémoire. Les dépenses réelles représentent l'utilisation véritable des fonds.

Il est à remarquer que l'Office national du film n'a qu'un seul secteur d'activité.

#### Tableau financier 4 – Recettes disponibles

<b>Recettes disponibles (en millions de dollars)</b>					
<b>Recettes disponibles</b>	<b>Recettes Réelles 1999-2000</b>	<b>Recettes Réelles 2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>		
			<b>Recettes prévues</b>	<b>Autorisations totales</b>	<b>Recettes réelles</b>
Opérations de l'Office national du film	8,5	8,0	8,9	8,9	6,9
<b>Total des recettes disponibles</b>	<b>8,5</b>	<b>8,0</b>	<b>8,9</b>	<b>8,9</b>	<b>6,9</b>

#### Tableau financier 5 – Paiements de transfert

<b>Paiements de transfert (en millions de dollars)</b>					
	<b>Dépenses réelles 1999-2000</b>	<b>Dépenses réelles 2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>		
			<b>Dépenses prévues</b>	<b>Autorisations totales</b>	<b>Dépenses réelles</b>
<b>Subventions</b>	0,007	0,008	0,012	0,012	0,012
<b>Contributions</b>	0,323	0,227	0,307	0,238	0,310
<b>Total des paiements de transfert</b>	<b>0,330</b>	<b>0,235</b>	<b>0,319</b>	<b>0,250</b>	<b>0,322</b>

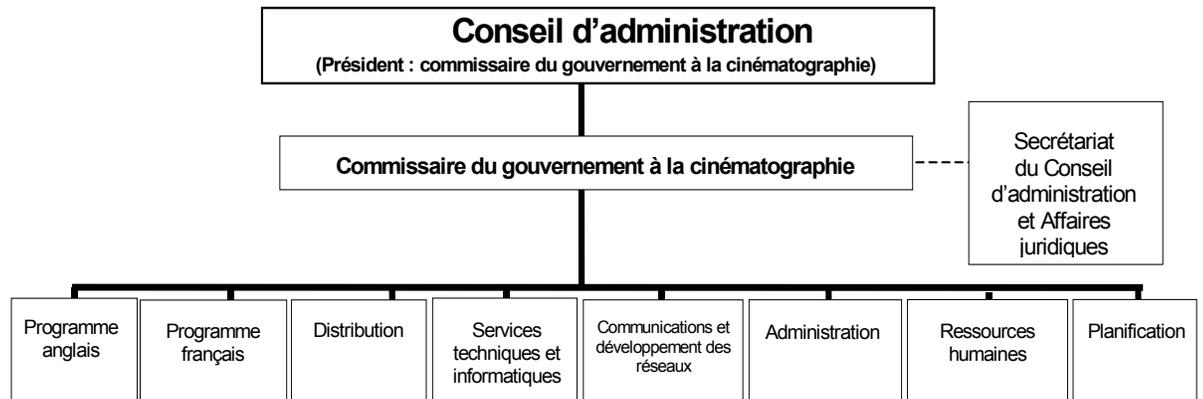
**Tableau financier 6 – Sommaire financier du fonds renouvelable**

<b>Sommaire financier concernant le fonds renouvelable</b>					
<b>Fonds renouvelable de l'Office national du film (millions de dollars)</b>					
	<b>Dépenses réelles 1999-2000</b>	<b>Dépenses réelles 2000-2001</b>	<b>2001-2002</b>		
			<b>Dépenses prévues</b>	<b>Autorisations totales</b>	<b>Dépenses réelles</b>
Recettes (crédit parlementaire)	59,8	63,0	60,6	74,7	63,0
Dépenses nettes	(59,8)	(63,0)	(60,6)	(74,7)	(63,0)
Profit (ou perte)	0	0	0	0	0
Ajouter les éléments n'exigeant pas l'utilisation des fonds :					
Dépréciation/amortissement	(2,9)	(2,8)	(2,0)	(2,0)	(3,0)
Modification du capital de fonctionnement	0,6	0,0	0,4	0,4	0,0
Activités d'investissement :					
Acquisition de biens amortissables	1,9	5,4	2,0	2,0	3,3
<b>Excédent de trésorerie (besoin)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>2,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>
<b>Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)</b>	<b>10,8</b>	<b>13,4</b>	<b>13,8</b>	<b>13,8</b>	<b>13,7</b>
<b>Note :</b> Le fonds renouvelable de l'Office national du film est autorisé par la <i>Loi sur les fonds renouvelables</i> pour les opérations commerciales reliées à la production et à l'exploitation de la collection des produits audiovisuels de l'ONF.					

## Annexe III : Aperçu de l'Office national du film

### A. Organigramme

L'organigramme suivant illustre la structure organisationnelle et hiérarchique sur laquelle s'appuie l'ONF pour assurer au jour le jour que ses secteurs de services donnent un rendement optimal, tant au plan de l'efficience qu'à celui de l'efficacité



## **Centres de responsabilité**

Sous la direction du ou de la Commissaire, le programme est divisé en neuf (9) principaux centres de responsabilités.

Le **Programme anglais** gère les activités de production en langue anglaise et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne.

Le **Programme français** gère les activités de production en langue française et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne.

La **Distribution** est chargée des activités de mise en marché et de vente à l'étranger, et gère la participation de l'ONF à des festivals canadiens et étrangers.

Les **Services techniques et informatiques** comprennent les services techniques ainsi que le développement et le soutien informatiques.

Les **Communications et le Développement des réseaux** englobent les communications, les affaires gouvernementales, la gestion de la collection et de l'information, la Cinémathèque de plans d'archives et divers services de soutien à la distribution ainsi que les services à la clientèle.

L'**Administration** regroupe les services financiers, les aménagements, les ressources matérielles.

Les **Ressources humaines** gèrent le personnel, la formation et le programme d'équité.

La **Planification** regroupe la planification, l'évaluation et la vérification interne.

Le **Secrétariat du Conseil d'administration et Affaires juridiques** s'occupe également de l'accès à l'information.

## **Annexe IV : Autres renseignements**

### **A. Personnes auprès desquelles obtenir des renseignements supplémentaires et sites Web**

- Maryse Charbonneau, directrice de l'Administration
- Claude Parent, directeur de la Planification et des Examens
- Audrey Doyle, Chef évaluation et analyste principale

*(Les personnes qui désirent obtenir des renseignements supplémentaires auprès des responsables des secteurs de service peuvent aussi consulter le site Internet (<http://www.onf.ca>) pour obtenir leurs coordonnées.)*

### **B. Lois appliquées et règlements connexes**

- *Loi sur le Cinéma*, S.R.C. 1985, ch. N-8 (la dernière modification est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> novembre 1995)