

# **Téléfilm Canada**

## **Du cinéma au téléphone cellulaire**

# Téléfilm Canada

## Pourquoi sommes-nous ici aujourd'hui?

- Pour vous donner un compte rendu de ma première année comme directeur général de Téléfilm Canada
- Pour obtenir vos commentaires sur nos priorités stratégiques afin d'aller de l'avant
- Mais avant tout – pour vous écouter et pour travailler avec vous

# Survol de l'an 1

## Augmenter les auditoires

- Le **cinéma canadien** a atteint un succès inégalé, la part du marché national s'élevant à 5,3 % en 2005
  - *C.R.A.Z.Y., Water, Maurice Richard*
  - *En français : une année exceptionnelle*
- En 2003-2004, les **émissions dramatiques** (appuyées par le FCT) comptaient pour 19 % de toute la programmation dramatique canadienne, mais ont attiré 35 % des auditoires
  - *Les Bougon - C'est aussi ça la vie !, Degrassi: The Next Generation, Trailer Park Boys*
  - *En français : majorité des 10 meilleures émissions*

## Survol de l'an 1 (suite)

- Les projets **nouveaux médias** ont rejoint des auditoires nombreux
  - *www.degrassi.tv, www.11someset.com, Mission Arctique : le Cyberdocumentaire*
  - *L'industrie francophone est particulièrement active dans le domaine du jeu*

# Survol de l'an 1 (suite)

## Développer le potentiel de l'industrie

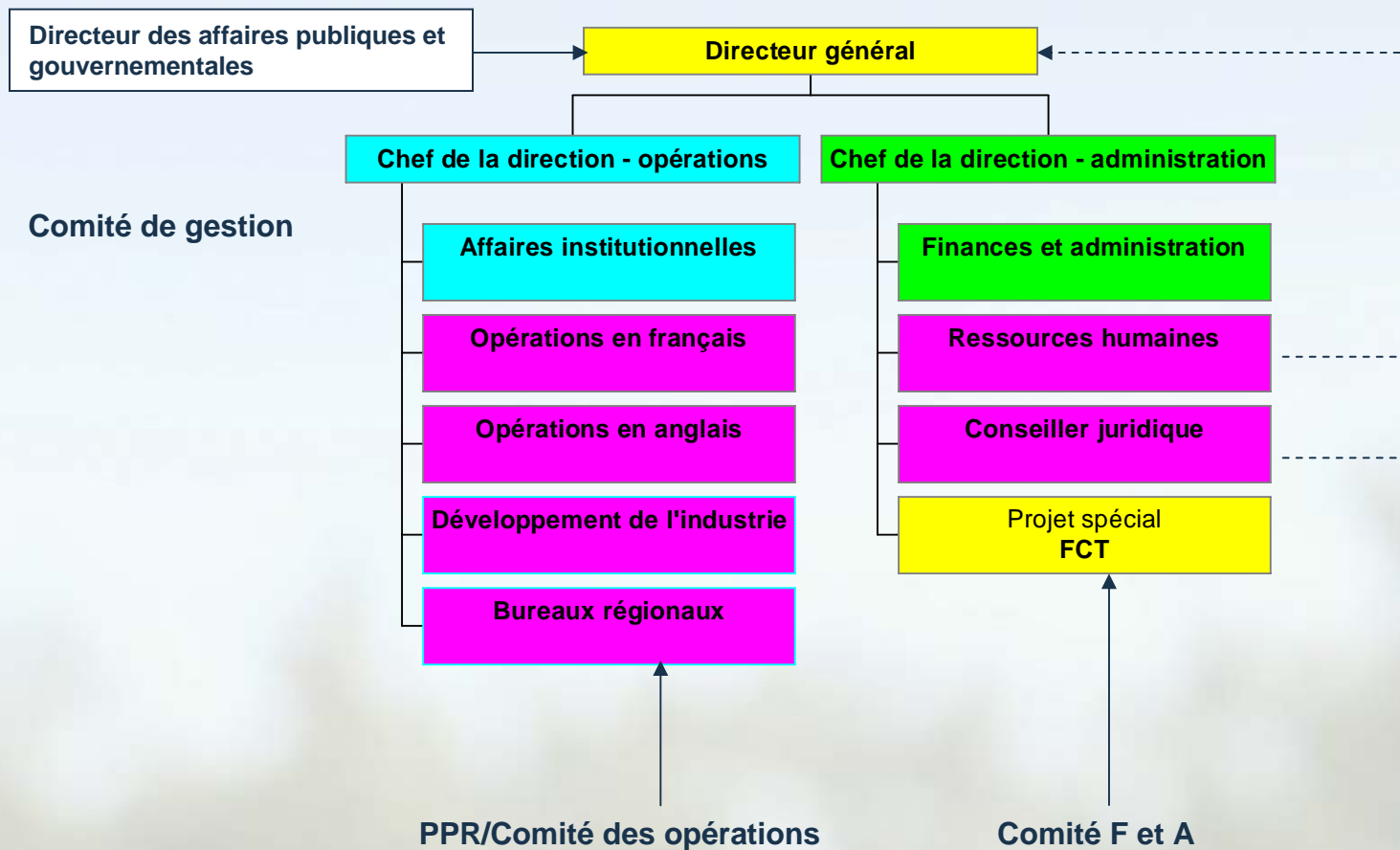
- Marchés et festivals internationaux
  - 350 sociétés canadiennes ont participé à sept marchés – taux de satisfaction de la clientèle supérieur à 80 %
  - Berlin 2006 : 14 films sélectionnés et 2 films primés (*Kamataki* et *In Between Days*), projections de Perspective Canada
  - Sundance 2006 : *Eve & The Fire Horse*
- Deux immersions à Paris : animation et long métrage
- Immersion en coproduction télévisuelle Canada-R.-U.
- Programme Déclic Prise I – prix d'excellence de la Canadian Diversity Producer's Association
- Programme pilote - long métrage documentaire destiné aux salles

# Survol de l'an 1 (suite)

## Un solide administrateur

- FCT : un conseil d'administration et une administration – économies administratives réinjectées dans l'industrie
  - Un contrat et un échéancier des versements
- Près de 250 clients utilisent notre service en ligne amélioré, eTéléfilm

# Aller de l'avant : une nouvelle structure



## **Aller de l'avant : une nouvelle collaboration avec le FCT**

- Un conseil (FCT) et une administration (Téléfilm)
- La conception des programmes relève de la direction et du conseil du FCT
- Le processus de décision sélectif relève désormais du marché par le biais des enveloppes de rendement des télédiffuseurs
- Les demandes sont reçues par les bureaux régionaux, analysées et finalisées à Toronto et Montréal – le bureau du Québec est responsable des francophones hors Québec
- Vos commentaires, préoccupations et suggestions quant au nouveau modèle du Fonds doivent être adressés à l'équipe de direction du FCT

## **Aller de l'avant : une nouvelle collaboration avec le FCT (suite)**

- Nous avons pris l'engagement d'offrir à l'échelle nationale des services de même qualité à tous nos clients, où que soit située leur entreprise. Des critères de qualité seront établis en collaboration avec le FCT.
- Les bureaux de Téléfilm situés partout au pays ont commencé à recevoir vos demandes depuis le 1<sup>er</sup> mars et ce, pour toutes les composantes du programme (PDD et PPC).
- Lorsque l'équipe administrative sera complète, les membres feront la tournée des bureaux pour assurer la clarté des politiques et des procédures à suivre pour la mise en application des principes directeurs du FCT.

# Le plan d'entreprise de Téléfilm

- Notre objectif fondamental d'augmentation des auditoires canadiens demeure inchangé.
  - Du succès chez nous d'abord, puis à l'étranger
    - maintien et augmentation du succès du cinéma de langue française
  - Une approche de type portefeuille mettant l'accent sur une diversité de formats, de genres, de budgets et de voix
  - Améliorer le potentiel de l'industrie (développement du talent, développement des auditoires, financement et ventes)

# Cinéma canadien

- Renouvellement du Fonds du long métrage du Canada – 2007-2008
- Approche asymétrique pour deux marchés linguistiques distincts – programmes et objectifs en matière de recettes-guichet
- Des histoires qui ont un potentiel de succès ici et sur la scène internationale
- Groupe de travail sur le long métrage

## Cinéma de langue anglaise

- Trois Groupes de discussion : prise de décisions, aspects créatifs, mise en marché
- Amélioration du développement des scénarios et de la mise en marché
- Nouveau directeur responsable du long métrage – pour les *décisions majeures* en matière d'investissement
  - En collaboration avec nos bureaux et nos clients
  - Aucune date de dépôt
  - Ressources pour la production régionale au Québec

## Cinéma de langue française

- Soutenir le succès actuel auprès des auditoires et le volume de production (investissements et ventes à l'international)
- Les marchés, les festivals et la coproduction sur la scène internationale – un rôle important
- Développer les auditoires des films de langue française à l'extérieur des grands centres du Québec
- Les initiatives de développement de l'industrie s'alignent avec l'objectif principal et celui du marché linguistique

## Nouveaux médias canadiens

- Renouvellement du Fonds des nouveaux médias du Canada – 2007-2008
- Les projets distinctement canadiens ne disposent pas des budgets nécessaires pour se tailler une place de choix sur la scène internationale
- Les ressources sont insuffisantes pour répondre à la demande qui ne cesse d'augmenter
- Perte de créateurs canadiens hautement mobiles au profit des activités de service
- Travailler avec l'industrie pour développer et mettre en place des outils de mesure des auditoires afin d'évaluer le succès du Fonds

## Engagement de Téléfilm envers les régions

- En tant que société d'État, nous sommes fidèles à l'engagement d'appuyer l'industrie dans l'ensemble du pays – incluant les francophones hors Québec et hors Montréal.
- Des partenariats sont en vue avec d'autres provinces pour la création de programmes pilotes PICLO
- Échelle régionale : PICLO en long métrage et nouveaux médias – IPOLC en anglais pour le Québec

## **Secteur du développement de l'industrie : Consolidation des activités complémentaires**

1. Augmenter les auditoires
  - Initiatives de développement des auditoires
  - Révision du programme Le Canada à l'affiche
2. Développer les compétences
  - Formation pour la relève
  - Développement professionnel pour les clients des minorités visibles et linguistiques
3. Développer le potentiel de l'industrie
  - Accréditation et initiatives en matière de coproduction
  - Marchés et festivals internationaux
  - Outils financiers et partenariats

# Améliorer notre administration

- Nouvelle version de eTéléfilm avec un système amélioré de suivi des dossiers, le dépôt direct, des comptes individuels et une procédure d'inscription simplifiée
- Sondage auprès des clients 2003
  - Nous a aidé à élaborer une Charte du service aux clients
- Sondage auprès des clients 2006
  - Avons-nous livré la marchandise?
  - Nous aidera à élaborer une charte sur la consultation
- Mise à jour de la *Loi sur Téléfilm Canada*

## .... Regard vers l'avenir

- Augmentation des auditoires au Canada
- Augmentation du financement de sources privées et publiques
- Alliances internationales stratégiques
- Stratégie pour les talents de la relève qui incarnent la diversité culturelle
- Un Téléfilm dynamique, transparent, proactif et efficace, ouvert aux changements et aux défis