



Le 7 mai 2009

Madame, Monsieur,

Téléfilm Canada et le Groupe des Fonds Rogers ont annoncé en 2008 le renouvellement d'une entente de trois ans pour le financement de ce programme, soit de 2008-2009 à 2010-2011. Ce partenariat a permis de réunir un budget annuel total de 1.375 million de dollars dont 2/3 pour le marché de langue anglaise et 1/3 pour les productions de langue française.

Téléfilm et le Groupe des Fonds Rogers se sont engagés à consulter les intervenants clés de l'industrie afin de revoir le programme et ses principes directeurs pour 2009-2010 et 2010-2011. Vous avez donc jusqu'au **28 mai 2009** pour [soumettre vos commentaires](#). Nous vous demandons également d'en informer tous les membres de votre association intéressés par le long métrage documentaire afin qu'ils puissent prendre une part active à cet exercice.

La consultation permettra de recueillir des commentaires sur les changements envisagés aux principes directeurs du Programme pour l'année 2009-2010 et de recueillir des informations plus spécifiques quant aux enjeux et aux opportunités auxquels fait face l'industrie afin d'appuyer la Société dans la mise à jour de son plan d'entreprise quinquennal prévu en 2010-2011.

Vous trouverez ci-joint l'information relative à la consultation de Téléfilm Canada et du Groupe des Fonds Rogers. Téléfilm s'engage à préserver le caractère confidentiel des commentaires reçus.

Nous vous remercions de votre participation à ce processus de consultation et nous attendons avec intérêt vos commentaires.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Elizabeth Friesen".

Elizabeth Friesen
Chef de la Direction – Opérations
Téléfilm Canada

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Robin Mirsky".

Robin Mirsky
Directrice exécutive
Groupe des Fonds Rogers

Pièces jointes

Programme pour le long métrage documentaire Téléfilm Canada et le Groupe de Fonds Rogers

1. Contexte

Téléfilm Canada a reconduit en 2007-2008 le programme pilote pour le long métrage documentaire mis en place en 2005-2006 en y investissant 1M\$ du Fonds du long métrage du Canada (le « FLMC ») et en développant de nouveaux partenariats avec le Groupe des Fonds Rogers et l'ONF. Téléfilm et le Groupe des Fonds Rogers ont par la suite conclu une entente de trois ans pour les années 2008-2009 à 2010-2011 pour l'établissement du Programme actuel.

L'objectif poursuivi par le Programme est d'augmenter les auditoires pour les longs métrages canadiens destinés aux salles, en finançant la production de projets de longs métrages documentaires destinés aux salles de cinéma du Canada.

Téléfilm et le Groupe des Fonds Rogers se sont engagés à consulter les intervenants clés de l'industrie afin de revoir le programme et ses principes directeurs pour 2009-2010 et 2010-2011. Vous avez donc jusqu'au **28 mai 2009** pour [soumettre vos commentaires](#).

2. Environnement

L'implication de Téléfilm et du Groupe des Fonds Rogers permet de financer avec le Programme, jusqu'à cinq productions par année, donc de doubler le volume annuel actuel de productions canadiennes. L'appétit du public canadien pour le long métrage documentaire ne cesse de croître, comme en témoignent les succès remportés par certains titres, comme par exemple *Le dernier continent*, *Manufacturing Landscapes*, *Les Voleurs d'enfance* de même que les critiques élogieuses entourant le lancement de productions telles que *Saving Luna* et *Voyage au bout de la torture*.

Le long métrage documentaire canadien destiné aux salles peine toutefois à se faire une place parmi les programmes disponibles pour les documentaires et les séries documentaires conçus pour la télévision. En 2006-2007, l'industrie canadienne n'a produit que 6 longs métrages documentaires sur un total de 435 productions documentaires.¹ Différentes difficultés imputables au manque de financement, de fenêtres de diffusion de même que d'incitatifs pour la distribution en salles, permettent d'expliquer ce volume de production peu élevé. Le programme pour le long métrage documentaire permet à l'industrie de saisir les occasions d'affaires et sur le long terme, permet au public canadien d'accéder à une plus grande diversité de productions canadiennes.

3. Objectifs de la consultation

La consultation permettra de recueillir des commentaires sur les changements envisagés aux principes directeurs du Programme pour l'année 2009-2010. De plus, la consultation permettra à Téléfilm Canada de recueillir des informations plus spécifiques quant aux enjeux et aux opportunités auxquels fait face l'industrie afin d'appuyer la Société dans la mise à jour de son plan d'entreprise quinquennal prévu en 2010-2011.

a) Modifications proposées au Programme

Au niveau des critères essentiels concernant les projets admissibles :

- Réduction du budget de production minimum de 750 000\$ à 600 000\$ pour les demandes présentées au volet d'aide à la production;
- Réduction du budget de postproduction minimum de 750 000\$ à 450 000\$ pour les demandes présentées au volet d'aide à la postproduction;

¹ D'après les chiffres publiés dans *Profil 2008, Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, CFTPA, PCH et APFTQ.

Au niveau des critères essentiels concernant l'évaluation des projets :

- Ajout des critères suivants : qualité du rapport de recherches; présentation des personnages/sujets; attrait pour les auditoires canadiens (cinémas et autres plateformes);

Au niveau des coûts admissibles pour l'étape de la postproduction :

- Ajout d'une note à l'effet que les projets doivent être présentés avant que le montage-images ne soit finalisé;

Au niveau de la date de dépôt :

- La prochaine date de dépôt sera fixée au 31 juillet 2009 pour faciliter la mise en place des structures financières des projets en tenant compte des autres dates de dépôt pour l'industrie.

b) Défis et opportunités

Quels sont les principaux défis et les principales opportunités pour la production de longs métrages documentaires par rapport aux aspects suivants:

- 1) La mise en place d'une structure financière ainsi que des conditions liées à l'obtention d'un investissement d'un diffuseur ou d'un distributeur, sur le marché canadien et le marché international;
- 2) L'accès aux décideurs et aux joueurs les plus importants de l'industrie comme les distributeurs, les diffuseurs, les partenaires de coproduction, etc.;
- 3) L'influence des nouvelles plateformes de diffusion et de l'environnement multiplateforme dans lequel les nouvelles productions sont diffusées;
- 4) Le développement professionnel, l'accès aux festivals internationaux et la mise en place d'activités promotionnelles pour augmenter le volume des ventes et des préventes.