

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

RAPPORT ANNUEL DE 2005-2006





Ontario

Ontario Media
Development
Corporation

Société de
développement
de l'industrie
des médias
de l'Ontario

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO)

175, rue Bloor Est, Édifice Sud, bureau 501, Toronto (Ontario) M4W 3R8

Publié par le ministère de la Culture © Gouvernement de l'Ontario, 2006 ISSN 0836-1363

Imprimé sur du papier recyclé



Avant-propos

La culture, c'est notre affaire

Derrière chaque entreprise à but lucratif se cache une excellente idée. C'est tout particulièrement le cas lorsque les « produits » en question sont les livres, les revues, la télévision, le cinéma, la musique ou les jeux et produits multimédias interactifs numériques. En fait, pour nos médias culturels, l'idée *est* le produit.

Ceci étant, des soutiens à la fois financiers et stratégiques sont nécessaires pour que d'excellentes idées puissent voir le jour. En 2005-2006, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario a, grâce au renouvellement de son financement, rapproché créativité et ressources, de façon à ce que les médias culturels de l'Ontario puissent s'épanouir.

La SODIMO aide les talents ontariens à se développer et à prospérer, aussi bien au Canada que sur les marchés internationaux...et ainsi à enrichir nos vies. Des médias culturels prospères enrichissent également l'économie ontarienne, en créant des emplois et en encourageant la croissance industrielle dans d'autres secteurs, tant culturels que non culturels. Si nous le savons, c'est parce que *La culture, c'est notre affaire*.

Notre mandat

La Société a pour mandat de stimuler l'emploi et les investissements en Ontario en :

- a) contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à la croissance de l'industrie des médias culturels et à la croissance d'emplois, d'investissements et de possibilités de production dans la province;
- b) facilitant et appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels par la stimulation de la production créatrice, l'innovation des modes de présentation et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs de cette industrie;
- c) favorisant et facilitant la coopération entre les diverses entités de l'industrie des médias culturels et entre les secteurs public et privé pour tirer parti des synergies en matière de conception et de création de produits comportant un contenu canadien original;
- d) favorisant la promotion et la commercialisation de l'industrie des médias culturels de l'Ontario pour que la province soit considérée comme un chef de file mondial dans ce domaine;
- e) administrant les programmes de crédits d'impôt provinciaux et les autres programmes et initiatives aux termes des lois pertinentes ou selon les directives d'un ministre du gouvernement de l'Ontario; et
- f) agissant comme un catalyseur dans le domaine de l'information, de la recherche et du développement technique dans l'industrie des médias culturels, à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

Message du président

À la ministre : L'honorable Caroline Di Cocco
Ministre de la Culture

Madame la ministre,

Au nom du conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), j'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel pour l'exercice 2005-2006.

À la SODIMO, notre devise, *La culture, c'est notre affaire!*, souligne le rôle important que jouent les industries culturelles de l'Ontario dans l'économie de la province. En tant qu'éléments clés du secteur du divertissement et de la création de la province, ces industries contribuent à hauteur de plusieurs milliards de dollars à l'économie et génèrent des dizaines de milliers d'emplois chaque année. Des recherches ont montré que le secteur du divertissement et de la création sera un élément phare de l'économie de la province au cours des 20 prochaines années – avec une croissance largement supérieure à celle d'un grand nombre d'industries traditionnelles.

Le 28 mars 2006, en reconnaissance du rôle vital que joue le secteur, le gouvernement de l'Ontario a accordé à la SODIMO un financement ponctuel de 23 millions de dollars. Cette somme est venue s'ajouter à l'annonce budgétaire faite en mars 2006, en vertu de laquelle 7,5 millions de dollars seront versés sur trois ans au profit d'un **Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création** pour l'acquisition de compétences, le renforcement de la capacité, la conception de prototypes et le marketing, des fonds qui seront cogérés par la SODIMO.

Le **Fonds de partenariats pour le secteur** reposera sur le succès que la SODIMO a connu jusqu'à présent dans le secteur des industries culturelles.

Vous constaterez au cours de la lecture de ce rapport que de nombreux exemples illustrent à quel point les programmes dynamiques de la SODIMO aident de manière tangible les intervenants à atteindre leurs objectifs commerciaux. Nous sommes reconnaissants au ministère d'avoir fait confiance à la SODIMO, et nous veillerons à ce que l'Ontario continue d'être reconnu comme une compétence mondiale au plan des investissements, de la création, de la production et de l'appréciation des produits originaux des médias culturels.

Respectueusement soumis,



Kevin Shea
Président

Message de la directrice générale

La SODIMO joue un rôle de chef de file en matière de soutien offert aux industries culturelles de l'Ontario pour leur permettre de réaliser leurs objectifs commerciaux – c'est-à-dire assurer la prospérité et créer un excellent contenu culturel pour la population de la province. Le mandat de la SODIMO consiste à offrir des possibilités de développement économique aux six industries des médias culturels de l'Ontario : les livres, les revues, le cinéma et la télévision, la musique et les produits multimédias interactifs numériques.

En tant que catalyseur des médias culturels de l'Ontario, nous promouvons, encourageons et tirons parti des investissements, des emplois et de la création d'un contenu original. Nous recourons pour ce faire à un ensemble de mesures alliant crédits d'impôts, programmes et services.

Sous l'égide d'un conseil d'administration dévoué, le personnel de la SODIMO offre à sa clientèle de tous les secteurs des initiatives intéressantes, en faisant preuve d'un engagement et d'un enthousiasme réels. La SODIMO prend ses responsabilités au sérieux. Voici quelques-uns des temps forts que nous avons connus cette année :

- La SODIMO a commandité **iSUMMIT 2006**, un événement qui a rassemblé plus de 300 professionnels des industries de la musique, du cinéma, de la télévision, de la téléphonie mobile, des produits multimédias interactifs numériques et des jeux vidéo, et dont le but était de se tenir au courant des tendances émergentes et d'envisager de nouveaux débouchés.
- Le **Programme d'accès aux marchés (PAM)** de la SODIMO a aidé 89 entreprises ontariennes à proposer leurs produits culturels sur des marchés étrangers.
- L'**Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique** a investi 1,5 million de dollars dans 15 longs métrages provinciaux. Le fonds était destiné à permettre un apport de capital afin de compenser les coûts de conception et le coût de financement final de la production de longs métrages autochtones dans la province.
- La **Conférence Six degrés d'intégration** de la SODIMO a touché une corde sensible chez plus de 300 participants. Le thème était le suivant : *Les industries culturelles et les nouvelles technologies* (ou comment les nouvelles technologies ont influé – et continueront d'influer – sur la création, la diffusion et la prestation de produits culturels).
- Le **Fonds du livre** de la SODIMO a accordé à 36 éditeurs ontariens un financement pour entreprendre des initiatives de marketing novatrices.

Aucune de ces activités n'aurait pu être entreprise avec succès sans le soutien et le dévouement de notre conseil d'administration et de notre personnel.

Respectueusement soumis,



Kristine Murphy
Directrice générale (par intérim)

Contenu original : Nourrir les racines

Les fonds de la SODIMO stimulent la création d'un contenu original

Par le biais de services de financement, de consultation d'experts et d'autres services, les programmes de la SODIMO encouragent aussi bien la création que le marketing efficace et la vente de produits originaux créés par les industries culturelles de l'Ontario.

Le Fonds du livre de la SODIMO, le Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues, le Fonds de musique de la SODIMO, l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique et le Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques encouragent les secteurs des médias culturels de l'Ontario à connaître une croissance constante.

Fonds du livre de la SODIMO

Trente-six éditeurs ontariens ont reçu un financement en 2005. Parmi eux, 29 ont fait état de ventes réelles et projetées d'un montant de 3 935 741 \$, pour des investissements de 594 694 \$. La rentabilité d'exploitation est par conséquent de 6,61 \$ par dollar investi, un chiffre impressionnant.

Récipiendaires de l'édition 2005 du Fonds du livre de la SODIMO :

Annick Press	House of Anansi Press	Pippin Publishing
Between the Lines	Insomniac Press	Porcupine's Quill
Brick Books	Irwin Law	R.K. Publishing
Canadian Scholars' Press	James Lorimer and Company	Sara Jordan Publishing
Coach House Books	Kids Can Press	Second Story Press
Cormorant Books	Maple Tree Press	Sumach Press
Crabtree Publishing Company	McArthur & Company	Thomas Allen Publishers
Dundurn Press	McClelland & Stewart	Thompson Educational Publishing
ECW Press	Napoleon Publishing	Tundra Books
Éditions Prise de parole	Natural Heritage Book	University of Toronto Press
Éditions du Vermillon	Oberon Press	White Knight Publications
Groundwood Books	Pembroke Publishers Ltd.	Wilfrid Laurier University Press

« M&S et ses semblables, les éditeurs canadiens, ont énormément bénéficié du Fonds du livre de la SODIMO. La vitesse et l'efficacité avec lesquelles le programme attribue et décerne les prix nous permet d'élaborer à temps des initiatives de marketing vraiment utiles. Par ailleurs, la souplesse du programme permet à chaque entreprise de réaliser des ébauches de plan de marketing adaptées à sa liste et à sa situation. Le financement de la SODIMO – qui s'ajoute à ce que notre entreprise engage normalement pour réaliser ses plans de marketing – nous permet également d'expérimenter et d'innover au-delà de notre publicité traditionnelle. Cela est de plus en plus crucial à l'heure où les possibilités de développement des médias du livre se font de plus en plus minces et où les éditeurs doivent trouver de nouveaux moyens de porter leurs livres à l'attention des consommateurs. »

— Susan Renouf, vice-présidente et éditrice associée, McClelland & Stewart

Contenu original : Nourrir les racines

Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues

Le Fonds a soutenu 22 éditeurs de revues ontariens indépendants. La compétition a été particulièrement féroce cette année, et le jury a été impressionné par la qualité des candidatures. Les candidats retenus ont reçu jusqu'à 75 % du montant total du budget de leur projet, une aide plafonnée à 25 000 \$.

Récipiendaires du Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues :

Alternatives Inc., <i>Alternatives Journal</i>	JM Publishing DIY, <i>Boat Owner</i>
C.E.BIZ Corp., <i>C.E.BIZ</i>	Jon R Group, <i>Visitor Guide</i>
Canadian Art Foundation, <i>Canadian Art</i>	Media Matters Inc., <i>Collision Repair</i>
Canadian Geographic Enterprises, <i>Canadian Geographic</i>	No Fear Publishing, <i>Fab</i>
Canadian Independent Film and Television, <i>Take One</i>	North Island Publishing, <i>Masthead</i>
Canadian Newcomer Magazine Inc., <i>Canadian Newcomer</i>	Outpost Inc., <i>Outpost</i>
Canadian Review of Books Ltd., <i>Books In Canada</i>	Promotive Communications Inc., <i>Biotechnology Focus</i>
Corporate Knights Inc., <i>Corporate Knights</i>	Sky News Inc., <i>Sky News</i>
Explore Media Ltd., <i>Explore</i>	Solstice Publishing, <i>Ski Canada</i>
Gripped Inc., <i>Gripped</i>	Verge Magazine Inc., <i>Verge</i>
Harworth Publishing, <i>SpaLife</i>	Youth Culture Inc., <i>Vervegirl</i>

« Le financement obtenu grâce au Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues a rendu possible la réalisation d'une campagne publicitaire à l'occasion du 10^e anniversaire d'Outpost, une campagne que nous n'aurions pas été en mesure de financer autrement. Avec des revenus publicitaires en hausse, les résultats de notre projet se font déjà sentir... En tant qu'éditeur de revue indépendant et entreprenant, nous sommes persuadés que ce programme de financement convient idéalement à notre industrie : il est axé sur les projets, offre un délai d'exécution rapide, et aide à financer notre entreprise en pleine croissance grâce à la mise en œuvre d'idées créatrices. »

— Matt Robinson, éditeur, *Outpost*

Fonds de musique de la SODIMO

Onze marques ontariennes ont été sélectionnées en vue de recevoir un soutien de la part du Fonds de musique de la SODIMO. Le Fonds octroie à des marques ontariennes la somme maximale de 25 000 \$ afin de contribuer à la croissance de leur entreprise par le biais de la mise en œuvre de nouvelles initiatives. Son objectif est de renforcer les marques indépendantes de la province.

Récipiendaires du Fonds de musique de la SODIMO :

Casablanca Kids Inc.	Last Gang Records Inc.	Six Shooter Records
The Children's Group Inc.	Linus Entertainment Inc.	True North Records
Do Right Music	Marquis Records	Urbnet Communications
Hi-Bias Records Inc.	Paper Bag Records	

« Le Fonds de musique de la SODIMO a permis à Last Gang Records de se concentrer, au cours de l'année passée, sur ses relations internationales en matière d'octroi de licences. De ce fait, nous avons connu un véritable succès avec Metric, MSTRKRFT, Emily Haines et Death From Above 1979 au Royaume-Uni, en Europe, au Japon et en Australie. Ce soutien s'est manifesté à un point tournant de la phase de développement de la marque et nous a permis de bâtir notre entreprise en nous appuyant sur la force du génie canadien. »

— Chris Taylor, Last Gang Records

Contenu original : Nourrir les racines

Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique

L'année 2005 a vu le lancement on ne peut plus réussi de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique – un programme pilote destiné à soutenir la prise en charge des coûts de développement final et à accorder un financement de dernier recours pour la production de longs métrages en Ontario.

- L'initiative a été élaborée pour soutenir une vaste gamme de projets dont la province peut tirer profit sur les plans culturel et économique. Les producteurs ontariens ont pu déposer des demandes d'un montant maximum de 50 000 \$ pour des projets de développement et d'un montant maximum de 250 000 \$ pour la composante finale de leur financement, afin de faire avancer les projets au stade de la production. Ce financement se présente sous la forme d'une avance remboursable.
- L'appel de demandes a été particulièrement bien entendu. Nous avons reçu 63 demandes : 36 projets de développement et 27 projets de production. L'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique a soutenu huit projets de production (un investissement de 1 230 000 \$) et six projets de développement (un investissement de 230 000 \$). Le montant total des budgets de production (calculé sur la base des demandes) des films ayant reçu une aide à la production cinématographique par le biais de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique a été supérieur à 50 millions de dollars.

Réциpiendaires du volet Production de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique :	Réциpiendaires du volet Développement de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique :
<i>100 Films and a Funeral</i> , 100 Films Inc. <i>Away From Her</i> , Pulling Focus Pictures Inc. <i>Citizen Duane</i> , Accent Entertainment Corp. <i>Fugitive Pieces</i> , Serendipity Point Films Inc. <i>Poor Boy's Game</i> , Conquering Lion Prod. <i>Rumspringa</i> , Amaze Film + Television Inc. <i>Step</i> , Sienna Films Inc. <i>Weirdsville</i> , Darius Films Inc.	<i>Finn On The Fly</i> , Amaze Film + Television Inc. <i>High Life</i> , Triptych Media Inc. <i>One Eyed Jacks</i> , Capri Films Inc. <i>Raven</i> , Pebblehut Too Inc. <i>Smashed</i> , Alcina Pictures Ltd. <i>Think Like A Heel</i> , Sarrazin Couture Entertainment Inc.

Réциpiendaire du volet production de l'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique, Julia Sereny, productrice chez Sienna Films, explique que sans cet investissement crucial, son film *Step* n'aurait pas vu le jour : « L'Initiative d'aide de la SODIMO à la production cinématographique contribuera à raviver la production autochtone en Ontario, ce qui implique une augmentation substantielle des dépenses locales et un soutien accru aux petites entreprises locales telles que la nôtre ».

Contenu original : Nourrir les racines

Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques

Vingt-deux demandes de financement dans le cadre du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques ont été reçues, et la SODIMO a investi un total de 550 000 \$ dans huit projets. La valeur approximative des projets ayant reçu un soutien par le biais du Fonds est de 2,7 millions de dollars.

Récipiendaires du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques :

Bitcasters: *Hollywood Tycoon*
Capybara Games Inc.: *Rising Tide*
Marblemedia: *The Art of Seduction*
OmniG Software: *Snow Rally Canada*

QuickPlay Media: *The Mars Project Interactive*
SailorJones Media: *Fundamental Freedoms*
Splashworks.com Inc.: *Mariposa*
TerraBuilder: *TerraBuilder: Moon*

« La SODIMO offre l'un des rares types de soutien et d'aide qui contribuent véritablement au succès de notre entreprise. Grâce à la SODIMO, nous entreprenons des projets plus originaux avec un potentiel largement supérieur à ce que nous faisons auparavant. »

— Nathon Gunn, président-directeur général, Bitcasters

Cinq projets pl@tform diffusés sur Sympatico/MSN

Le programme pl@tform de la SODIMO, géré par New Media Business Alliance, a officiellement présenté cinq projets au public sur Sympatico/MSN, en 2005-2006. Ces projets ont été conçus pour donner aux nouveaux producteurs de produits multimédias interactifs numériques la possibilité de faire valoir leurs talents par le biais d'une bourse maximale de 30 000 \$.

Move or Die, créé par Zap Dramatic, et *Above the Clouds*, créé par Email from the Edge Inc., ont été lancés en avril 2005. Ils ont également été présentés à l'occasion d'une exposition de produits inaugurée au Design Exchange, dans le cadre de Digifest, le festival canadien annuel de design et de culture numérique. En octobre 2005, Sympatico/MSN a lancé la deuxième vague de projets soutenus par pl@tform, qui comprenait *NovICE: A Beginner's Guide to Hockey* de Learning Edge Corp., *Global Kitchens* créé par Snoek Media, et *Wine Dating Game* de Wired Schoolhouse Inc.

Prix Trillium/Trillium Book Award

Hommage rendu aux auteurs ontariens

Toutes les personnes présentes au St. Lawrence Hall, le 27 avril 2005, étaient d'humeur plutôt festive à l'occasion de la 18^e édition annuelle de la remise des Prix Trillium. Les prix administrés par la SODIMO sont la distinction littéraire ontarienne la plus prestigieuse.

Les jurys de langue française et de langue anglaise ont passé en revue 325 ouvrages, un record à ce jour. L'honorable Madeleine Meilleur, ministre de la Culture, et la présidente de la SODIMO, Marcelle Lean, ont toutes deux eu l'honneur de présenter les résultats des délibérations des deux jurys. Les voici :

- *All That Matters* (Doubleday Canada), de Wayson Choy, ou le récit intime du passage à l'âge adulte de Kiam-Kim Chen dans le Chinatown de Vancouver des années 30 et 40, a reçu le Prix littéraire Trillium de langue anglaise assorti d'un chèque de 20 000 \$.
- Antonio D'Alfonso a reçu le Prix littéraire Trillium de langue française assorti d'un chèque de 20 000 \$ pour *Un vendredi du mois d'août* (Leméac Éditeur).
- Maureen Scott Harris repart avec le Prix de poésie Trillium assorti d'un chèque de 10 000 \$ pour son ouvrage *Drowning Lessons* (Pedlar Press).

Voici les finalistes français de l'édition 2005 du Prix Trillium/Trillium Book Award :

Marguerite Andersen, *Parallèles*
(Les Éditions Prise de Parole)

* Antonio D'Alfonso, *Un vendredi du mois d'août*
(Leméac Éditeur)

Jacques Flamand, *Quand éclate la pierre (1986-2004)*
(Les Éditions du Vermillon)

Maurice Henrie, *Les roses et le verglas*
(Les Éditions Prise de Parole)

Nathalie Stephens, *L'injure*
(Éditions de l'Hexagone)

Voici les finalistes anglais de l'édition 2005 du Prix Trillium/Trillium Book Award :

Shaughnessy Bishop-Stall, *Down To This*
(Random House Canada)

Roo Borson, *Short Journey Upriver Toward Ōishida*
(McClelland & Stewart)

Catherine Bush, *Claire's Head*
(McClelland & Stewart)

* Wayson Choy, *All That Matters*
(Doubleday Canada)

Jane Jacobs, *Dark Age Ahead*
(Random House Canada)

Alice Munro, *Runaway*
(McClelland & Stewart)

Michael Winter, *The Big Why*
(House of Anansi Press)

Voici les finalistes du Prix de poésie Trillium :

* Maureen Scott Harris, *Drowning Lessons* (Pedlar Press)

Ray Hsu, *Anthropy* (Nightwood Editions)

Rachel Zolf, *Masque* (The Mercury Press)

* Lauréats

Soutenir les produits culturels de haute qualité de l'Ontario...sur les marchés mondiaux

La SODIMO soutient efficacement la présence de l'Ontario sur les marchés internationaux de quatre manières différentes :

- 1) En participant avec tous les paliers de gouvernement et tous les organismes professionnels au parrainage d'activités de marketing sur les principaux marchés internationaux.
- 2) En aidant financièrement les producteurs artistiques et de médias de l'Ontario à optimiser leur présence sur les marchés internationaux et lors de manifestations internationales.
- 3) En fournissant un soutien stratégique aux entreprises culturelles de l'Ontario pour leur permettre de participer aux manifestations internationales de marketing, afin de tirer le meilleur parti de nouvelles possibilités de ventes.
- 4) En créant de nouvelles possibilités sur les marchés internationaux par le biais du réseautage, de la formation et de la sensibilisation.

Exporter la culture

Dans le cadre de ses activités de marketing à l'exportation, la SODIMO favorise la présence de l'Ontario aux principaux festivals et sur les grands marchés internationaux. La SODIMO s'est associée à des organismes d'autres provinces, et avec Téléfilm, sur les marchés MIPTV et MIPCOM TV de Cannes. Ce sont les deux plus importantes manifestations commerciales du calendrier télévisuel, et plus de 40 entreprises de l'Ontario se sont inscrites à chacun de ces marchés. Ces entreprises ont ainsi pu enregistrer plus de 20 millions de dollars de ventes, de prévisions de ventes et de pré-ventes pour ces deux marchés.

La SODIMO, avec ses partenaires fédéraux et provinciaux, a aussi soutenu le *Pavillon canadien* au **Festival de Cannes**, en créant un centre de marketing et d'affaires pour les producteurs et les distributeurs ontariens participant au festival. Cette année – pour la toute première fois – deux producteurs

ontariens avaient des films en compétition officielle au même moment : *La Vérité nue* d'Atom Egoyan et *A History of Violence* de David Cronenberg. La SODIMO et ses partenaires, la Guilde canadienne des réalisateurs - Ontario et le Toronto Film and Television Office, ont profité de cette occasion de marketing sans précédent en insérant trois annonces quotidiennes dans le magazine commercial londonien, *Screen International*, faisant ainsi la promotion de Toronto et de l'Ontario en tant que grands centres d'affaires.

Introduire les médias culturels sur de nouveaux marchés

Au cours de l'exercice 2005-2006, le **Programme d'accès aux marchés (PAM)** de la SODIMO a apporté son soutien financier et stratégique à 89 sociétés ontariennes, pour leur permettre de toucher des marchés étrangers en participant à des manifestations. Les ventes réalisées et prévues sur les marchés étrangers par les sociétés ontariennes de médias culturels se chiffrent à environ 62 000 000 \$.

- En mai 2005, six concepteurs de jeux ontariens ont participé à **E3**, une conférence sur la culture des jeux numériques, à Los Angeles.
- La première mission en Chine d'éditeurs canadiens de livres a atterri à Beijing en juin 2005 pour une tournée de 10 jours. La SODIMO s'est associée à l'Association of Canadian Publishers pour aider les huit éditeurs ontariens à découvrir de nouveaux débouchés sur le marché chinois (le marché de consommation qui connaît la croissance la plus rapide au monde).

Les professionnels qui ont profité de l'initiative du PAM de la SODIMO en 2005-2006 se sont montrés très élogieux à l'égard de ce programme. Michelle Henderson, The Children's Group, a déclaré : « Grâce à nos réunions programmées à l'avance et à la réception de l'Ontario, nous avons pu explorer de nouvelles possibilités avec nos clients actuels et avec des clients éventuels. Les réunions auxquelles nous avons participé étaient de la plus haute qualité et nous ont offert un grand nombre de possibilités d'expansion de nos affaires à travers le monde. »

Soutenir les produits culturels de haute qualité de l'Ontario...sur les marchés mondiaux

- Huit producteurs ontariens de documentaires ont participé à la manifestation **Sunny Side of the Doc**, à Marseille, en France, en juin et juillet 2005, avec le soutien de la SODIMO. Sunny Side est une manifestation annuelle clé qui rassemble 1 800 acheteurs, directeurs de rédaction, producteurs et décideurs internationaux de haut niveau, lors de forums et de présentations. Cette manifestation crée une atmosphère dynamique et génère des contacts intéressants pour la réalisation de véritables accords de coproduction.
 - Huit responsables de marque ontariens se sont rendus à **Popkomm** avec le soutien du PAM, en septembre 2005. Popkomm se tient à Berlin, en Allemagne, et c'est, par la taille, le second marché européen de la musique.
 - La SODIMO a apporté son soutien à la participation de huit producteurs ontariens de longs métrages à l'**American Film Market** de Santa Monica, en Californie, en novembre 2005, pour mener à bien le conditionnement et la vente de projets.
 - En novembre également, la SODIMO a permis à sept producteurs ontariens de documentaires de participer à l'**International Documentary Forum** à Amsterdam. Le forum est le plus important marché de mise en valeur de produits, permettant d'accéder aux diffuseurs internationaux de documentaires.
 - Janvier 2006 : les marques ontariennes de musique ont remporté un succès à Londres, au Royaume-Uni, avec le **Canada UK Music Symposium**, soutenu par la SODIMO et présenté par le Haut-commissariat du Canada à Londres, au Royaume-Uni.
 - En janvier 2006 également, la SODIMO a apporté son soutien à 11 marques ontariennes au **MIDEM** de Cannes, en France. La SODIMO était, en outre, l'un des partenaires du *stand du Canada* à la manifestation de cette année, de même que les conseillers internationaux en organisation qui étaient là pour offrir, avant la mise sur le marché, leurs conseils stratégiques concernant les principaux territoires de commercialisation. La SODIMO a également organisé une réception de réseautage très réussie, en partenariat avec huit sociétés importantes de l'Ontario, ce qui a permis à des sociétés ontariennes de nouer des contacts internationaux importants.
 - La SODIMO a apporté son soutien à trois producteurs ontariens de produits multimédias interactifs numériques travaillant dans le domaine de l'apprentissage électronique, pour qu'ils puissent assister à **BETT, the Educational Technology Show**, en janvier 2006, à Londres, en Angleterre.
 - En janvier 2006, la SODIMO a soutenu la participation à Washington, DC, de quatre producteurs de télévision au **Washington Sunny Side Rendezvous** pour vanter les mérites de projets auprès de radiodiffuseurs et de coproducteurs français et américains et effectuer des pré-ventes.
 - Le mois suivant, cinq producteurs ontariens, parrainés par la SODIMO, ont assisté au **Festival international du film de Berlin**. La SODIMO a contribué à coordonner leur présence au *stand du Canada* et à faciliter les réunions. Pour aider la délégation de l'Ontario à promouvoir les avantages du tournage en Ontario et de la coproduction avec des producteurs ontariens, la SODIMO a co-parrainé une réception de réseautage rassemblant de nombreux participants à l'ambassade canadienne.
 - En février 2006 également, huit cadres supérieurs de sociétés de l'industrie des médias culturels de l'Ontario ont été choisis pour participer au **KidScreen Summit**, à New York. Cinq des six groupes d'industries culturelles de la SODIMO y étaient représentés.
 - Le même mois, quatre producteurs ontariens ont assisté à **UK TV Immersion** à Manchester, en Angleterre, avec l'aide de la SODIMO. Cette initiative, dirigée par Téléfilm, a rassemblé 25 producteurs de télévision canadiens et britanniques dans le but d'explorer les possibilités de coproduction et d'établir des relations fondées sur une interprétation commune des modèles commerciaux concernés.
 - En mars 2006, la SODIMO a apporté son soutien à six concepteurs de jeux ontariens pour qu'ils puissent assister à la **Game Developers Conference** de San José, en Californie. Les sociétés ont assisté aux réunions de la conférence et ont participé à des manifestations de réseautage organisées par la SODIMO.
 - Le PAM de la SODIMO a apporté son soutien à 11 sociétés d'enregistrement ontariennes indépendantes pour qu'elles puissent assister à la **SXSW Music Festival and Conference** d'Austin, au Texas, en mars. Cette manifestation très cotée constitue la meilleure occasion de présenter ses produits, de réseauter, et de pénétrer ainsi sur le marché américain.
- Earl Rosen de Marquis Records a remercié en ces termes la SODIMO pour son soutien au séminaire britannique précédant le MIDEM et au MIDEM : « J'ai noué des contacts inestimables qui déboucheront sur des affaires pour Marquis. C'était l'un des MIDEM les plus productifs auxquels j'ai participé depuis de nombreuses années. La participation de la SODIMO nous a été très utile pour réaliser nos objectifs. »*

Soutenir les produits culturels ontariens d'excellente qualité...chez nous

Les marchés et les festivals constituent de bonnes opportunités de vente

Outre ses programmes et initiatives dans le domaine du marketing international, la SODIMO soutient activement les médias culturels ontariens sur les marchés nationaux. En 2005-2006, les ventes actuelles et prévues réalisées sur les marchés canadiens par les sociétés ontariennes des médias culturels ont totalisé environ 3 200 000 \$.

La SODIMO a accordé son soutien aux ventes nationales lors d'une grande série de manifestations en 2005-2006, par le biais de son programme **Marchés et festivals**. Vous trouverez ci-dessous une sélection des faits marquants de l'année :

- **Film Circuit**, organisé par le Toronto International Film Festival® Group, a reçu en 2005-2006 un financement de la SODIMO. Il assure la promotion et la diffusion de films canadiens et internationaux indépendants dans des centres régionaux de l'Ontario et à l'extérieur de la province, faisant ainsi croître le nombre de spectateurs et le niveau des recettes.
- **Le Hot Docs Canadian International Documentary Film Festival de 2005**, avril et mai 2005, a remporté le succès le plus éclatant à ce jour. La SODIMO a parrainé des activités professionnelles essentielles, telles que le *Toronto Documentary Forum*, les séances de marketing de *Rendezvous* auprès des directeurs de rédaction et les nouvelles réunions minutées entre producteurs qui ont pour vocation de faciliter les coproductions internationales.
- **Mags University**, juin 2005. La SODIMO a parrainé plusieurs séances sectorielles de l'Association des éditeurs de magazine canadiens, incluant *Getting on the Radar: Meet the Media Buyers and Planners*, qui a rassemblé des vendeurs d'espace publicitaire dans les magazines et des décisionnaires clés pour les achats dans les médias. La SODIMO a également parrainé une séance de la Presse spécialisée du Canada consacrée à la planification de l'avenir, qui incluait des rencontres en tête-à-tête avec le meilleur spécialiste canadien en prospective, Richard Worzel.
- **Banff Worldwide Television Festival**, juin 2005. La SODIMO a parrainé les tête-à-tête quotidiens. Les producteurs ontariens ont eu la possibilité d'organiser des rencontres avec des radiodiffuseurs et des distributeurs canadiens et internationaux pour vanter les mérites de leurs projets en cours de conception et des émissions achevées.
- **Worldwide Short Film Festival** du Canadian Film Centre, juin 2005. La SODIMO a parrainé le *Short Films, Big Ideas Symposium*, qui a fourni un accès aux programmeurs, aux agents et aux producteurs et permis de vendre des films à des acheteurs et distributeurs du monde entier.
- **North by Northeast**, juin 2005. La SODIMO s'est appuyée sur le succès de l'année dernière du *Reel Music Event*, qui a rassemblé les industries nationales du cinéma, de la télévision et de la musique pour une manifestation sur trois fronts. La journée a commencé par une table ronde sectorielle au cours de laquelle on a cherché à savoir comment les industries du secteur pourraient établir de meilleures relations d'affaires entre les différents secteurs. Elle a été suivie par plus de 200 rencontres en tête-à-tête entre les participants. La manifestation a été clôturée par une réception de réseautage à l'Office national du film du Canada.
- **Festival international du film de Toronto 2005® (TIFF)**. Le parrainage du bureau de ventes de la SODIMO au TIFF a permis d'accueillir plus de 900 acheteurs et vendeurs, contre 700 en 2004. Les rapports signalent une excellente année de vente de longs métrages ontariens comme *Metal* et *Lie with Me*, qui ont été vendus dans plusieurs pays.
- **Ontario-UK Co-production Forum**, septembre 2005. En collaboration avec le Consulat britannique de Toronto, la SODIMO a pris l'initiative et rassemblé plus de 20 sociétés ontariennes et 20 sociétés britanniques, et organisé environ 200 rencontres en tête-à-tête. Cette activité a débouché sur au moins un partenariat confirmé de production début 2006.
- **Conférence de coproduction Strategic Partners**, septembre 2005. La SODIMO a soutenu la participation de huit producteurs à cette réunion de Halifax. Des rencontres en tête-à-tête avec des producteurs et des dirigeants anglais, américains et allemands ont été organisées.
- **Festival international du film Cinéfest Sudbury**, septembre 2005. Le forum de l'industrie (*Industry Forum*), a reçu le soutien de la SODIMO en 2005-2006. Le forum continue à procurer des possibilités de réseautage et de développement des affaires aux participants du festival.
- **Word on the Street**, septembre 2005. Cette manifestation populaire en plein air à thème littéraire a attiré plus de 200 000 personnes en 2005 et offert l'occasion idéale d'agrandir le cercle des lecteurs enthousiastes. Magazines Canada a reçu le soutien de la SODIMO pour la « tente des magazines ».

Soutenir les produits culturels ontariens d'excellente qualité...chez nous

Marchés et festivals suite

- **Pavillon culturel de l'Ontario**, février 2006. La SODIMO a apporté son soutien au pavillon, qui a exposé des livres, de la musique et des magazines ontariens, lors de la super conférence de l'Ontario Library Association. Cette manifestation a soutenu trois associations partenaires – l'Organization of Book Publishers of Ontario (OBPO), Magazines Canada et la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) – et reçu un soutien supplémentaire du ministère de la Culture et de l'Ontario Libraries Association.
- **Semaine canadienne de la musique**, mars 2006. La SODIMO a parrainé des événements clés, incluant les *4th-annual Music for Screen-Based Media Series* de programmation et le *3rd International Marketplace*, fondé par la SODIMO pour créer un centre d'affaires pour les délégués locaux et internationaux.
- **Digital Music Summit**, mars 2006. Présenté par l'Association canadienne des éditeurs de musique, cet événement sur invitation a rassemblé des dirigeants de l'industrie des secteurs du contenu musical, de la technologie numérique et de la distribution en vue de se tenir au courant de l'évolution rapide de la distribution et du marketing de la musique. Ces informations permettront de nouer de nouveaux partenariats et de concevoir de nouveaux modèles commerciaux.
- **iSUMMIT 2006: Content That Pays**, mars 2006. La toute première conférence iSUMMIT, organisée par l'association des produits multimédias interactifs numériques de l'Ontario, s'est déroulée à Toronto, attirant plus de 300 professionnels de nombreuses industries incluant le cinéma, la télévision, la musique, la téléphonie mobile, les contenus interactifs numériques et les jeux vidéo. iSUMMIT, une manifestation « à guichets fermés », a offert aux intervenants de l'industrie du contenu numérique la possibilité de s'informer sur les tendances émergentes, de réseauter avec des contacts existants ou nouveaux et de découvrir des possibilités d'affaires.

« À NMBA, nous sommes particulièrement heureux du succès écrasant de notre premier iSUMMIT. Nombre des intervenants, commanditaires et délégués nous ont fait part de leur souhait de voir cette manifestation se renouveler en 2007 », a déclaré Ian Kelso, président de NMBA. « Nous sommes très reconnaissants à la SODIMO de son soutien, en tant que partenaire fondateur de cette conférence. »

Soutien accordé par la SODIMO aux organismes de commercialisation des médias culturels

La SODIMO accorde un soutien financier ciblé aux organismes commerciaux sectoriels au chapitre d'activités qui correspondent au plus près au mandat de la Société. En 2005-2006, la SODIMO a offert son soutien à 11 initiatives émanant d'organismes commerciaux ontariens, représentant les six secteurs des médias culturels. Voici les principaux projets :

- **Campagne de marketing pour la vente en kiosque de Magazines Canada** pour faire progresser les ventes au détail de magazines indépendants à travers la province. L'an dernier, la campagne a signalé une progression de plus de 10 % des placements et des ventes.
- La SODIMO a apporté son soutien à **Magazines Canada** pour la distribution de *école de diffusion*.
- **WIFT-T Film Incubator** est un programme de conception et de conditionnement de scénarii qui fera avancer plusieurs projets ontariens sur la voie de la production au cours de 2006.
- **Les séances 03 du Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens** au Summer Institute of Film and Television d'Ottawa ont été mises au point pour tenir compte des pôles d'intérêt commerciaux de la SODIMO. Il s'agissait de réunir des participants de haut calibre qui venaient vanter auprès de dirigeants du secteur leurs projets de films et d'émissions de télévision. Plusieurs projets présentés l'année dernière ont bénéficié d'un soutien en matière de développement.
- La SODIMO a participé au « **Book Charrette** », sous la direction de l'Association of Canadian Publishers (ACP). Cette manifestation, qui a revêtu la forme d'un « groupe de réflexion », a rassemblé 12 penseurs créatifs venant de différents horizons pour étudier comment rehausser le profil des auteurs et des éditeurs canadiens aux yeux du public et des bailleurs de fonds éventuels. Une vaste gamme d'idées créatives de marketing et de politique/de réglementation a vu le jour lors de cette séance animée. L'ACP fournira un rapport détaillé comportant un plan d'orientation stratégique complet pour les étapes suivantes.
- La SODIMO a également apporté son soutien aux organismes commerciaux ontariens suivants en 2005-2006 : l'Association canadienne des éditeurs de musique, la Documentary Organisation of Canada, la New Media Business Alliance et l'Ontario Book Publishers Organization.

L'Ontario : prêt pour son gros plan

Assurer la place de l'Ontario sous les projecteurs

Le Groupe cinématographique de la SODIMO joue un rôle important au plan du renforcement de la compétitivité de l'Ontario dans le domaine du cinéma et de la télévision, compétitivité qui est déjà considérable. Il promeut de façon agressive la province auprès des clients nationaux et internationaux, et soutient ces activités promotionnelles à l'aide de toute une variété de services, dont les suivants :

- 1) La recherche gratuite d'extérieurs et les services de facilitation pour les clients nationaux et internationaux.
- 2) Des outils de marketing innovants – y compris la *Base de données numériques sur les extérieurs*.
- 3) Le leadership et le soutien du bureau du marketing à Los Angeles.
- 4) Des plaidoyers en faveur de l'amélioration des services sectoriels, par le biais d'une communication régulière avec des partenaires clés.

Les activités de marketing du Groupe cinématographique de la SODIMO en 2005-2006 ont assuré la promotion de l'Ontario en tant qu'emplacement versatile et économique pour l'industrie cinématographique et télévisuelle :

- **Base de données numériques sur les extérieurs.** La base de données s'est enrichie cette année pour inclure près de 6 000 extérieurs individuels, représentant plus de 123 000 images individuelles : une composante clé des efforts de marketing de la SODIMO. Le site a reçu plus de 31 000 visites en ligne en 2005-2006 et il a été utilisé pour créer 821 ensembles numériques sur les extérieurs. En réponse à la rétroaction des intervenants, la SODIMO est actuellement en train de planifier un remaniement en profondeur de son système de base de données, destiné à augmenter sa rapidité et sa convivialité et à jeter les bases pour une utilisation future multi-plateforme.
- **Forum cinématographique régional.** Pour la troisième année consécutive, la SODIMO a accueilli cette manifestation d'une journée, en novembre. Le personnel a présenté des informations sur l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle et sur les programmes et les services de la SODIMO aux responsables locaux de la liaison

cinématographique de toute la province. Ce forum est un excellent moyen pour la SODIMO de faire preuve de leadership, de partager son expertise et d'encourager le réseautage dans les milieux régionaux du cinéma afin de profiter des avantages financiers que la production cinématographique et télévisuelle apporte à l'économie ontarienne.

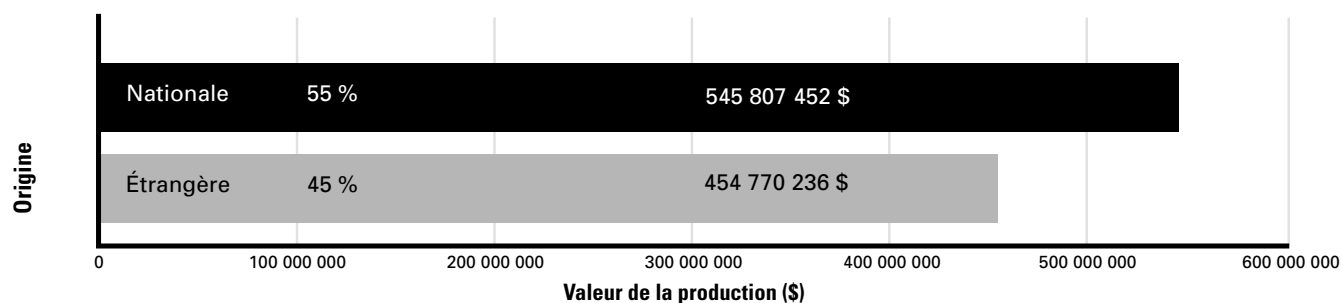
- **Toronto/Ontario Film Office.** Géré en partenariat avec FilmOntario et la Ville de Toronto, le Film Office continue à contribuer de façon notable à la santé de l'activité de production étrangère en Ontario, en faisant du marketing sur le terrain à Hollywood pour attirer la production cinématographique et télévisuelle en Ontario, et pour aider les producteurs et les fournisseurs canadiens à accéder au marché de Los Angeles. Au cours de l'exercice 2005-2006, 19 productions au total, représentant 196 millions de dollars en activité économique dans la province, ont été tournées en Ontario après avoir reçu l'aide du Film Office.
- **Conception d'une nouvelle image de marque.** En collaboration avec ses partenaires de FilmOntario et de la Ville de Toronto, la SODIMO a participé aux travaux de conception d'une nouvelle image de marque et de produits de marketing, pour aider à commercialiser les industries cinématographique et télévisuelle de l'Ontario, aussi bien au Canada qu'à l'étranger. Les produits arborant le nouveau logo « You Belong Here » et un design particulier ont été dévoilés en octobre au cours de la mission de marketing à Los Angeles et à l'American Film Market.
- **Missions de marketing.** Des dirigeants des groupes Développement de l'industrie et Crédits d'impôt de la SODIMO ont pris part à plusieurs missions de marketing à Los Angeles et à New York cette année. Ces missions ont permis de cimenter nos relations avec des clients clés, de recueillir des renseignements sur la scène de la production actuelle et de mettre en valeur les avantages du tournage de films dans la province. Plusieurs projets, qui ont finalement choisi l'Ontario comme lieu de tournage, ont été à l'origine discutés lors de ces réunions, y compris *Jumper* de la 20th Century Fox, *Take The Lead* de New Line Cinema, et trois longs métrages de Sidney Kimmel Entertainment, *Charlie Bartlett*, *Talk To Me* et *Lars and The Real Girl*.

Voici ce que déclare Richard Donner, directeur de 16 Blocks : « Mon équipe de Toronto était sans aucun doute l'une des meilleures, si ce n'est LA meilleure avec laquelle j'ai jamais travaillé. La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario s'est montrée très professionnelle et coopérative, et elle a toujours été présente pour soutenir nos efforts. Ce fut une merveilleuse expérience. »

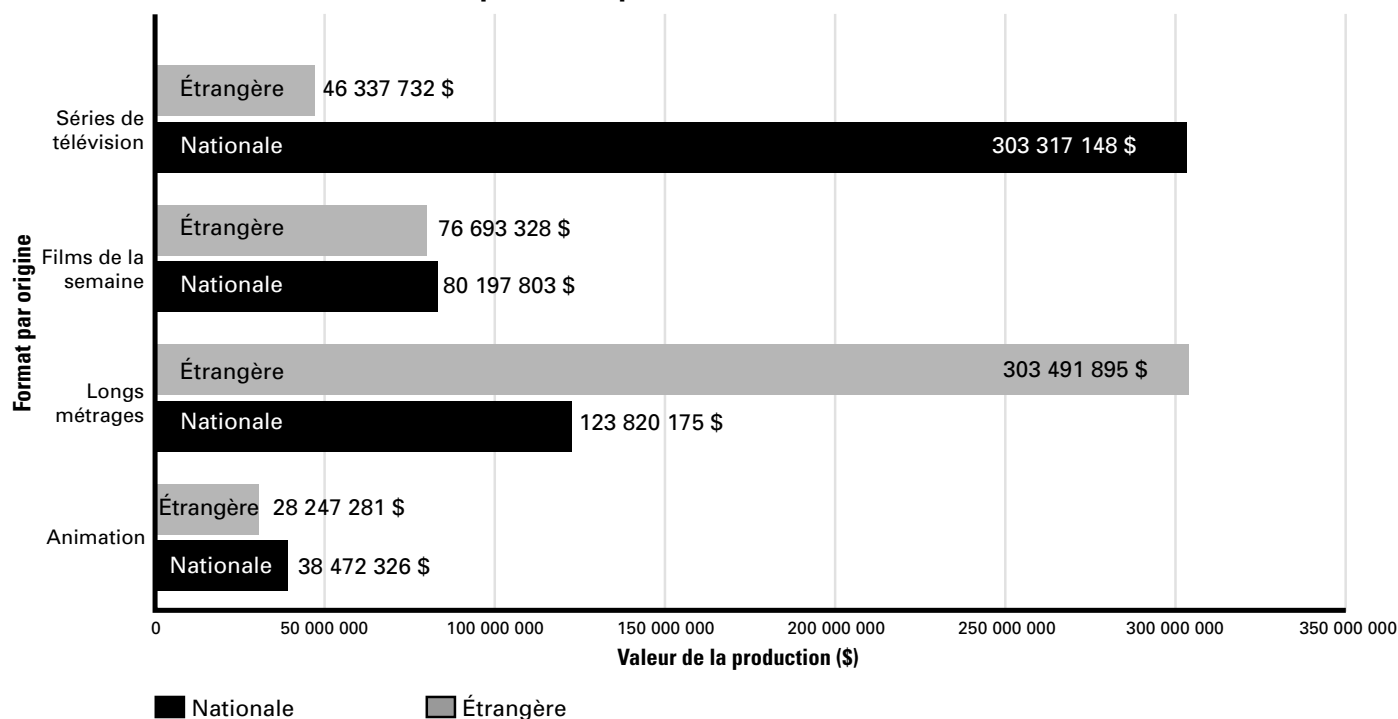
L'Ontario : prêt pour son gros plan

TOURNAGE DE FILMS ET D'ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION, 2005-2006

Activités de production cinématographique et télévisuelle en Ontario – 2005-2006



Ventilation de l'activité de production par format - 2005-2006



Origine	Valeur de la production (\$)	Pourcentages
Étrangère	454 770 236 \$	45 %
Nationale	545 807 452 \$	55 %
Total	1 000 577 688 \$	

SOURCE : Les chiffres déclarés par la SODIMO correspondent aux montants dépensés en Ontario.

Les crédits d'impôt permettent aux médias culturels de l'Ontario d'avoir un impact

Hausse du nombre de demandes de crédits d'impôt

La SODIMO co-administre avec le ministère des Finances six **crédits d'impôt** remboursables. Ils concernent les industries du cinéma, de la télévision, des médias numériques, de l'édition de livres et de l'enregistrement sonore. Ces crédits importants contribuent à l'ancrage des emplois, protègent l'investissement et stimulent la production de contenu en Ontario. De nombreux bénéficiaires reconnaissent que ces programmes ont permis de soutenir ou d'accroître leur production dans un milieu toujours plus concurrentiel.

L'année 2005-2006 a été une excellente année pour les crédits d'impôt de la SODIMO. La Société a certifié 1 084 projets culturels pour une valeur de crédits d'impôt estimée à 110 248 166 \$. Nous avons reçu 942 demandes : une progression de 23 % par rapport aux 766 demandes de l'exercice 2004-2005.

CRÉDITS D'IMPÔT CO-ADMINISTRÉS PAR LA SODIMO :

Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne

Un crédit d'impôt remboursable de 30 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes admissibles, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production

Un crédit d'impôt remboursable de 18 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger admissibles, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques

Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger, basées en Ontario, sur les coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour l'animation numérique et les effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques

Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger admissibles, basées en Ontario, sur les coûts ontariens admissibles pour les produits multimédias interactifs numériques créés en Ontario.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition

Un crédit d'impôt remboursable de 30 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes basées en Ontario sur les dépenses admissibles pour les œuvres littéraires admissibles créées en Ontario.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore

Un crédit d'impôt remboursable de 20 % dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes admissibles, basées en Ontario, sur les dépenses admissibles de production et de marketing pour les enregistrements sonores admissibles de nouveaux artistes ou groupes canadiens.

Demandes de crédits d'impôt reçues et certificats 2005-2006

	Nombre de demandes	Nombre de certificats établis	Nombre de projets	Valeur totale des projets
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition	285	263	263	8 823 566 \$
Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore	99	357	141	7 435 673 \$
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne	383	293	293	646 278 446 \$
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production	77	67	67	802 940 121 \$
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques	56	49	141	163 175 872 \$
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques	42	35	179	20 422 535 \$
Total général de tous les crédits d'impôt	942	1 064	1 084	1 649 076 213 \$

Note : Les demandes au titre du CIOESAI et du CIOPMIN concernent l'année financière d'activité du demandeur et peuvent inclure des productions multiples. Les projets en vertu du CIOES peuvent recevoir plus d'un certificat par projet.

Les crédits d'impôt permettent aux médias culturels de l'Ontario d'avoir un impact

Changements apportés aux crédits d'impôt

Des changements importants ont été apportés en 2005-2006 aux six crédits d'impôt pour les médias culturels au fil des budgets provinciaux annoncés au cours de cet exercice.

Budget provincial de l'Ontario du 11 mai 2005 :

- Augmentation de 20 % à 30 % du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle et de 11 % à 18 % du crédit d'impôt pour les services de production.
- Élimination du plafond de 48 % qui existait précédemment pour le crédit d'impôt pour les effets spéciaux et l'animation informatiques.
- Explication de l'expression « auteur canadien admissible », pour le crédit d'impôt pour les maisons d'édition, et élargissement des catégories d'admissibilité à ce crédit d'impôt.
- Assouplissement des conditions exigées pour le crédit d'impôt pour l'enregistrement sonore concernant la durée minimale pendant laquelle une société doit exercer des activités d'enregistrement sonore, la durée minimale d'écoute des enregistrements et les accords de distribution.
- Assouplissement des conditions du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques concernant la détention d'un minimum de 90 % des droits d'auteur sur les produits admissibles.

Ces changements entraîneront une compétitivité accrue des crédits d'impôt de l'Ontario pour les médias culturels, ainsi qu'un accroissement de leur accessibilité.

Budget provincial de l'Ontario du 23 mars 2006 :

- Prolongation proposée du taux de 18 % du crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production jusqu'au 31 mars 2007.
- Augmentation proposée de 20 % à 30 % du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques pour les sociétés admissibles, selon les conditions en vigueur.
- Application de l'admissibilité à ce crédit d'impôt au taux de 20 % aux sociétés qui dépassent le critère de taille actuel, et aux travaux assujettis au principe de la rémunération des services, en Ontario.

Remarque : Ces modifications budgétaires n'ayant pas été entérinées par la loi lors de la clôture de l'exercice 2005-2006, la SODIMO a certifié les produits du crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques sur la base des conditions législatives en vigueur; toutefois, lorsque les changements auront été votés, ils auront un effet rétroactif basé sur les précisions figurant dans l'annonce budgétaire.

Autres nouveautés concernant les crédits d'impôt en 2005-2006

Réduction des délais pour les demandes de crédit d'impôt

Bien que la SODIMO ait connu une augmentation des demandes de crédit d'impôt en 2005-2006, le délai de traitement moyen de tous les crédits d'impôt pour les médias culturels a effectivement légèrement diminué et il est passé à 14 semaines.

Aide spécialisée continue de la SODIMO aux auteurs de demande

Outre la certification de produits culturels, le service des crédits d'impôt a entrepris des efforts de sensibilisation importants pour faire connaître et comprendre les crédits d'impôt et pour tenir les intéressés au courant des nombreux changements budgétaires. La SODIMO a organisé et/ou participé à 17 présentations sur les crédits d'impôt, allant de séances d'information à des manifestations pour les industries culturelles et des conférences.

Présentation au Comité

Le Comité permanent des comptes publics a demandé que la vérification de l'optimisation des ressources 2004 des crédits d'impôt des médias culturels lui soit présentée. La SODIMO a comparu avec les ministères des Finances et de la Culture devant le Comité permanent des comptes publics. À la suite de quoi, le Comité permanent a présenté son rapport sur « les crédits d'impôt pour les médias » à l'Assemblée législative. Ce rapport contenait plusieurs recommandations destinées à la SODIMO et aux ministères des Finances et de la Culture. La SODIMO a continué de collaborer avec les autres parties prenantes pour mettre à jour le protocole d'entente qui régit l'administration des crédits d'impôt.

Leadership et courtage du savoir

À la SODIMO, le « **courtage du savoir** » est un principe clé, soutenant tous les aspects de notre mandat. Exprimé simplement, cela signifie proposer les avantages de l'autorité et du savoir-faire en tant que ressource pour favoriser les possibilités d'affaires entre les industries culturelles. Les activités de courtage du savoir incluent la Conférence Six degrés d'intégration, le site Web de la SODIMO et les nombreuses initiatives de recherche de la Société.

« Six degrés d'intégration »

Les 8 et 9 février 2006, la SODIMO et le co-parrain, PricewaterhouseCoopers, ont présenté la cinquième conférence annuelle **Six degrés d'intégration**, qui a rassemblé plus de 200 leaders des industries culturelles ontariennes (entreprises d'édition de livres et de magazines, de production cinématographique et télévisuelle, d'enregistrement sonore et de produits multimédias interactifs numériques).

Le thème de cette année était : « Les industries culturelles et les nouvelles technologies ». La manifestation s'est concentrée sur la façon dont la technologie a modifié – et continuera à modifier – la création, la distribution et la prestation des produits culturels.

- L'expert en prévisions et en tendances, Jim Carroll, a ouvert la conférence avec un discours incitant à la réflexion, consacré à la façon dont les nouvelles technologies ont à jamais modifié notre manière de consommer, de distribuer et d'apprécier les produits culturels.
- PricewaterhouseCoopers a présenté une mise à jour dynamique globale de la tendance concernant l'industrie des loisirs.
- L'étude comparative « Canada en-ligne! » du Projet Internet Canada a examiné la manière dont l'utilisation d'Internet par les Canadiennes et Canadiens influence la consommation culturelle en comparaison du reste du monde.
- Les dirigeants de Lycos ont expliqué comment leur société fournit une plateforme aux créateurs culturels indépendants, comme aux sociétés mieux établies, pour mettre sur le marché et distribuer leurs produits.

Intégration en action

La conférence Six degrés d'intégration s'est terminée par une discussion en groupe dynamique, avec pour modératrice la productrice et animatrice de l'émission *Studio 2* de TVO, Paula Todd. Des experts de l'industrie ont fourni des informations de l'intérieur sur les défis et les possibilités face à la réalité « branchée » d'aujourd'hui. Raja Khanna de QuickPlay Media a incité les producteurs de contenu à tirer profit de ce qu'il appelait « la fenêtre de cinq minutes ». Linda Schuyler d'Epitome Pictures a relevé ce défi avec les « *webisodes* » de deux minutes de *Degrassi*, qui ont aidé à éveiller l'intérêt pour les séries suivantes. La réglementation de ce nouvel environnement constituera un défi, alors que les hommes politiques et les avocats veillent à ce que les droits des producteurs et des artistes soient protégés, selon Susan Abramovitch, associée et chef de la section Loisirs et médias chez Goodman & Carr LLP. Tracey Jennings, chef de la section Impôts, loisirs et médias chez PricewaterhouseCoopers, a invité les participants à adopter une approche proactive en mettant sur pied de nouveaux modèles commerciaux pour tirer profit des économies d'impôt dans le domaine de la distribution et du développement internationaux. Alfred Tolle, président-directeur général de Lycos, a déclaré que sa société cherchait à élargir les débouchés futurs pour les artistes, les musiciens, les auteurs et les photographes qui cherchent à créer leur propre « vitrine » sur Internet afin de commercialiser et de partager leurs idées et leurs produits dans le cadre de leur propre réseau social.

Leadership et courtage du savoir

La SODIMO sur Internet

Le site Web de la SODIMO continue de fournir au public, comme aux partenaires de l'industrie, un endroit commode où trouver les informations les plus récentes sur ses nombreux programmes et services, ainsi que des aperçus d'actualité sur l'industrie. Au cours de cet exercice, notre site a reçu 377 724 visites. Le site de la SODIMO a aussi offert aux visiteurs la possibilité de se connecter pour une baladodiffusion de la Conférence Six degrés d'intégration.

Recherche et planification à long terme

- La SODIMO, en collaboration avec les ministères des Finances et du Développement économique et du Commerce, et le nouveau ministère de la Recherche et de l'Innovation, a participé à un groupe de travail du **Secteur ontarien du divertissement et de la création**, animé par le ministère de la Culture. Le groupe a tenu sa première réunion en septembre 2005, en vue d'élaborer une approche stratégique permettant à la province d'accorder un soutien permanent en faveur de la croissance économique des industries créatives et culturelles.
- En décembre 2005, la SODIMO a coordonné et organisé deux **tables rondes de discussion** entre la ministre de la Culture et des représentants des industries télévisuelle et cinématographique, pour débattre des défis et des opportunités auxquels sont confrontés ces deux secteurs. À la fin de chaque table ronde, les représentants de l'industrie se sont engagés à fournir à la ministre une stratégie écrite.

Rapports 2005-2006 de la SODIMO

Travaux de recherche et rapports de la SODIMO

Trois études ont été réalisées au cours de cet exercice :

Canadian Books Count: A Study of the Ontario Library Acquisition Process

La SODIMO a apporté son soutien à une étude entreprise par l'OBPO intitulée *Canadian Books Count: A Study of the Ontario Library Acquisition Process*. Cette étude a été menée dans le but d'aider les éditeurs à mieux comprendre le système d'acquisition, à évaluer le pourcentage de livres écrits par des auteurs canadiens dans les bibliothèques de l'Ontario, et à identifier les facteurs qui influencent les décisions en matière d'achat de livres. L'étude a été diffusée lors de la super conférence de l'Ontario Library Association, à Toronto, en février 2006. Elle montre que les livres écrits par des auteurs canadiens représentent, en moyenne, 26 % des collections des bibliothèques publiques et 34 % des collections des bibliothèques scolaires.

Le rapport formule plusieurs recommandations pour augmenter le pourcentage de livres écrits par des auteurs canadiens faisant partie des collections des bibliothèques de l'Ontario, et notamment :

- mettre au point un système de suivi permettant de contrôler les ventes de livres canadiens tout au long du système d'acquisition et de catalogage;
- s'accorder sur une définition commune de l'expression « auteur canadien ».

Le rapport propose également des méthodes de collaboration entre éditeurs et grossistes pour faciliter l'identification et l'achat de livres canadiens par les bibliothèques.

Industries culturelles sélectionnées de l'Ontario, de 1996 à 2004

Au cours de l'exercice 2005-2006, la SODIMO a commandé une étude (effectuée par Statistique Canada) intitulée *Profil d'industries culturelles sélectionnées de l'Ontario, de 1996 à 2004*. L'étude :

- examine les industries de l'édition de livres et de revues, de l'enregistrement sonore et de la production cinématographique, vidéo et audio-visuelle;
- analyse les tendances récentes de l'offre et de la demande de biens et services culturels;
- analyse les dépenses gouvernementales pour chaque industrie sélectionnée;
- examine les tendances et les caractéristiques concernant la main-d'œuvre.

Les Canadiens et Internet

La SODIMO a soutenu le lancement de l'étude du **Projet Internet Canada** *Canada en-ligne!* et officiellement diffusé l'étude lors d'une conférence de presse en novembre 2005 — qui a suscité un intérêt considérable de la part des médias. La SODIMO se réjouit de son association avec le Consortium Canadien de Recherche sur les Médias et avec d'autres commanditaires de cette étude comparative exhaustive, qui compare les Canadiennes et Canadiens qui utilisent Internet à ceux qui ne l'utilisent pas, et qui étudie, d'un point de vue international, l'influence des technologies en ligne au Canada. L'étude révèle notamment que :

- 82 % de tous les Canadiens et Canadiennes se sont connectés à Internet à un moment ou un autre;
- la majorité des Canadiennes et des Canadiens sont de gros utilisateurs d'Internet, 56 % déclarant être en ligne au moins sept heures par semaine.

Des exemplaires complets des études sont disponibles sur le site Web de la SODIMO : www.omdc.on.ca.

SODIMO Conseil d'administration

Le conseil d'administration de la SODIMO établit les orientations stratégiques de la Société. Ses membres sont nommés par décret pour un mandat d'une durée maximale de trois ans.

Marcelle Lean, présidente – désignée le 7 février 1998; fin du mandat le 7 février 2006

Peter E. Steinmetz, vice-président – désigné le 7 février 1995; mandat reconduit le 7 février 2004

Lillyann Goldstein – nommée le 14 avril 2004

Valerie Hussey – nommée le 27 février 2002; mandat reconduit le 7 février 2005

Bryan Leblanc – nommé le 28 avril 2004

Bob Richardson – nommé le 10 novembre 2005

Melinda M. Rogers – nommée le 26 février 2001; mandat reconduit le 7 février 2004

Jeffrey Shearer – nommé le 7 octobre 2004

John B. Simcoe – nommé le 7 février 2003; mandat reconduit le 7 février 2006

Anne-Marie Smith – nommée le 7 février 2006

Stephen Stohn – nommé le 7 février 2001; mandat reconduit le 7 février 2004

Julie Thorburn – nommée le 28 avril 2004

Sheldon S. Wiseman – nommé le 14 avril 2004

La rémunération totale des membres du conseil d'administration pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2006 s'élevait à 11 950 \$

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

Les états financiers ci-joints ont été établis par la direction conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada, et leur établissement incombe à la direction. Lorsqu'elle a dû fournir des estimations ou des avis, la direction a établi les sommes visées de façon raisonnable, selon les conventions comptables généralement reconnues au Canada.

La direction tient un système de contrôles internes visant à fournir une assurance raisonnable que ses actifs sont protégés et que des renseignements financiers fiables sont disponibles de façon opportune. Le système inclut des politiques et des modalités officielles et une structure organisationnelle qui prévoit une délégation appropriée des pouvoirs et une ségrégation des responsabilités. Le conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario est chargé de veiller à ce que la direction s'acquitte de ses obligations. Il a constitué un Comité de vérification composé de ses propres membres. Le comité rencontre périodiquement les membres de la haute direction ainsi que le Bureau du vérificateur général de l'Ontario pour discuter des questions liées à la vérification, au contrôle interne, aux politiques comptables et aux rapports financiers. Les états financiers sont revus par le Comité de vérification avant d'être approuvés par le conseil d'administration.

Le Bureau du vérificateur général de l'Ontario effectue une vérification annuelle conformément au paragraphe 14(1) du Règlement de l'Ontario 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*. Le rapport du vérificateur précise la portée de l'examen et l'opinion du vérificateur.



Kristine Murphy
Directrice générale (par intérim)



Cherith Muir
Directrice (par intérim), Activités
opérationnelles et recherche

28 juillet 2006

Rapport du vérificateur

Au conseil d'administration de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
et à la ministre de la Culture

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario au 31 mars 2006, l'état des résultats et de l'évolution de l'actif net et l'état des flux de trésorerie de l'exercice clos à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à donner mon opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous les égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 2006, ainsi que les résultats de son exploitation et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.



Toronto, Ontario
28 juillet 2006

Gary R. Peall, CA
Sous-vérificateur général

Bilan

au 31 mars 2006

	2006 (en milliers de \$)	2005 (en milliers de \$) (Après ajustement – Note 9)
ACTIF		
Espèces et quasi-espèces	4 156	3 575
Montant dû au ministère (note 3)	23 000	2 639
Comptes à recevoir	57	133
Charges payées d'avance	77	43
Intérêts à recevoir	13	3
Actif à court terme	27 303	6 393
Immobilisations (note 4)	773	838
	28 076	7 231
PASSIF		
Comptes créditeurs – Programmes	603	362
Comptes créditeurs – Divers	252	437
Montant dû à la province	522	477
Obligation au chapitre des prestations acquises des employés (note 9)	463	363
Recettes différées (note 3)	23 000	2 639
	24 840	4 278
ENGAGEMENTS (note 7)		
ACTIF NET		
Montant investi dans les immobilisations	773	838
Non affecté	2 463	2 115
	3 236	2 953
	28 076	7 231

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Au nom du conseil :



Peter Steinmetz
Président (par intérim)



John Simcoe
Membre, Comité de vérification

État des résultats

de l'exercice clos le 31 mars 2006

	2006 (en milliers de \$)	2005 (en milliers de \$) (Après ajustement – Note 9)
RECETTES		
Ministère de la Culture	10 125	6 186
Frais d'administration des crédits d'impôt	762	532
Intérêts	199	154
Rendement des investissements en vertu des programmes d'aide	20	84
Financement du SRAS	-	100
Divers	108	91
	11 214	7 147
DÉPENSES		
Frais d'exploitation (notes 5 et 6)	6 100	6,188
Initiatives de développement de l'industrie	3 433	3 251
Subventions au groupe du Festival international du film de Toronto	1 265	1 265
Subventions au Centre canadien du film	-	225
Initiatives de recherche	133	31
Dépenses relatives au SRAS	-	323
	10 931	11 283
BÉNÉFICE (DÉFICIT) D'EXPLOITATION	283	(4 136)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

État de l'évolution de l'actif net

pour l'exercice clos le 31 mars 2006

	2006 (en milliers de \$)		2005 (en milliers de \$) (Après ajustement – Note 9)	
	Investi en immobilisations	Non affecté	Total	Total
Solde en début d'exercice	838	2 115	2 953	7 089
Bénéfice (déficit) d'exploitation	(479)	762	283	(4 136)
Investissement en immobilisations	414	(414)	-	-
SOLDE EN FIN D'EXERCICE	773	2 463	3 236	2 953

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

État des flux de trésorerie

pour l'exercice clos le 31 mars 2006

	2006 (en milliers de \$)	2005 (en milliers de \$ (Après ajustement – Note 9))
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE (UTILISÉ POUR) L'EXPLOITATION		
Bénéfice (déficit) d'exploitation	283	(4 136)
Amortissement des immobilisations	479	475
	762	(3 661)
VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT HORS TRÉSORERIE		
Comptes débiteurs	75	(62)
Montant dû au ministère	(20 361)	(2 639)
Charges payées d'avance	(33)	(13)
Intérêts à recevoir	(10)	35
Comptes créditeurs et montant dû à la province	101	(3)
Obligation au chapitre des prestations acquises des employés	100	(10)
Recettes différées	20 361	2 639
	233	(53)
ENCAISSEMENT NET PROVENANT DE (UTILISÉ POUR) L'EXPLOITATION	995	(3 714)
FLUX DE TRÉSORERIE UTILISÉ POUR LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT ET DE PLACEMENT		
Achat net d'immobilisations	(414)	(254)
AUGMENTATION (DIMINUTION) NETTE DES LIQUIDITÉS	581	(3 968)
Espèces et quasi-espèces en début d'exercice	3 575	7 543
Espèces et quasi-espèces en fin d'exercice	4 156	3 575

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Notes afférentes aux états financiers

31 mars 2006

1. HISTORIQUE

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (« la Société ») est un organisme du ministère de la Culture du gouvernement de l'Ontario, créée aux termes du Règlement 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement*, et à ce titre elle n'est pas assujettie au paiement de l'impôt sur le revenu. La Société encourage la croissance économique du secteur des médias culturels de l'Ontario et met l'accent sur l'établissement de partenariats stratégiques entre toutes les industries – cinéma, télévision, enregistrement sonore, édition de livres et de revues et médias interactifs numériques.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) Principes comptables

Ces états financiers ont été établis conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

b) Immobilisations

Les immobilisations sont enregistrées à leur valeur d'acquisition, diminuée du montant cumulé des amortissements. Les immobilisations sont amorties de façon linéaire sur les durées suivantes, commençant l'année d'acquisition ou l'année de mise en service si elle lui est postérieure :

Mobilier et matériel de bureau	10 ans
Matériel informatique	3 ans
Logiciels personnalisés	3 ans
Site Web	3 ans
Améliorations locatives	5 ans

c) Comptabilisation des recettes

Les subventions de fonctionnement du gouvernement sont comptabilisées durant la période de réception. Si elles ne sont pas reçues ou si les subventions concernent une période future, elles sont différées et sont comptabilisées durant la période suivante.

Les frais d'administration de crédits d'impôt sont comptabilisés lorsqu'ils sont gagnés, généralement lors de leur réception. Le rendement des investissements au titre des programmes d'aide financière est enregistré à l'encaissement, car il n'est pas possible de procéder à une estimation raisonnable des montants à recueillir.

d) Services d'apport

Les services d'apport reçus pour certains événements ne sont pas comptabilisés dans les états financiers.

e) Espèces et quasi-espèces

Les espèces et quasi-espèces comprennent la trésorerie, les comptes bancaires courants et les dépôts à court terme dont l'échéance est inférieure à 93 jours.

f) Estimations

L'établissement d'états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada oblige la direction à faire des estimations et des hypothèses qui influent sur les montants d'actif et de passif déclarés à la date des états financiers et sur les montants déclarés des recettes et des dépenses. Les montants réels peuvent être différents de ces estimations.

3. MONTANT DÛ AU MINISTÈRE

Au 28 mars 2006, le ministère de la Culture a approuvé un financement ponctuel supplémentaire de 23 millions de dollars pour la Société, que le conseil d'administration a alloué aux priorités stratégiques des trois prochains exercices financiers.

Notes afférentes aux états financiers

31 mars 2006

4. IMMOBILISATIONS

			2006 (en milliers de \$)	2005 (en milliers de \$)
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Mobilier et matériel du bureau	295	113	182	209
Matériel informatique	62	36	26	10
Logiciels personnalisés	992	604	388	346
Site Web	60	40	20	40
Améliorations locatives	390	233	157	233
	1 799	1 026	773	838

5. FRAIS D'EXPLOITATION

	2006 (en milliers de \$)	2005 (en milliers de \$) (Après ajustement – Note 9)
Salaires, traitements et avantages sociaux	4 019	3 808
Charges d'exploitation de la Société	443	480
Services de consultation	172	340
Amortissement des immobilisations	479	475
Publicité, promotion et publications	204	258
Aide aux programmes	625	673
Frais de voyage	158	154
	6 100	6 188

6. OPÉRATIONS ENTRE ENTITÉS APPARENTÉES

Certains frais d'aménagement de bureau ont été pris en charge par le ministère de la Culture et ne sont pas inclus dans l'État des résultats.

7. ENGAGEMENTS

- a) **Engagements dans le cadre des programmes**
La Société a donné son accord à des subventions et des prêts à hauteur d'un montant de 1 059 000 \$ (2005 – 100 000 \$) qui seront versés l'année prochaine sur les fonds existants, si et quand certaines conditions auront été remplies de façon satisfaisante par les bénéficiaires.

b) Engagements locatifs

La Société a pris des engagements dans le cadre de contrats de location-exploitation pour des locaux et du matériel informatique et de bureau qui représentent des paiements minimums futurs de 153 000 \$ pour les locaux et de 200 000 \$ pour le matériel informatique et de bureau. Le contrat de location pour les locaux expire le 31 octobre 2008 et les contrats pour le matériel informatique et de bureau à diverses dates au cours des quatre prochaines années.

Notes afférentes aux états financiers

31 mars 2006

8. OBLIGATIONS À L'ÉGARD D'AVANTAGES SOCIAUX FUTURS DEVANT ÊTRE VERSÉS AUX EMPLOYÉS

Les employés de la Société sont admissibles à des avantages sociaux qui ont été négociés pour l'ensemble des employés de la fonction publique de l'Ontario. Les engagements futurs à l'égard des avantages sociaux des employés de la SODIMO sont inclus dans les engagements estimés pour tous les employés provinciaux et sont comptabilisés dans les états financiers consolidés de la province. Ces avantages sociaux sont comptabilisés par la Société de la façon suivante :

a) Régimes de retraite

La Société verse des prestations de retraite à ses employés classifiés à temps plein qui cotisent à la Caisse de retraite des fonctionnaires et au Régime de retraite du Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario. Ces régimes sont comptabilisés sous forme de régimes à cotisations déterminées, car la Société ne dispose pas de renseignements suffisants pour utiliser la comptabilité pour régime à prestations déterminées. Les charges de retraite représentent les contributions obligatoires de la Société relatives aux régimes durant l'exercice. Les contributions obligatoires de la Société aux régimes de retraite pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2006 s'élevaient à 215 000 \$ (2005 – 200 000 \$) et elles sont incluses dans les frais d'exploitation.

b) Obligation au chapitre des prestations acquises des employés

Les coûts des indemnités de départ et des crédits de vacances non utilisés, prescrits par la loi et accumulés par les employés, sont comptabilisés lorsqu'ils sont accumulés par les employés admissibles. Ces coûts pour l'année se sont chiffrés à 100 000 \$ (2005 – (10 000 \$)). Ils sont inclus dans les frais d'exploitation, sous la rubrique des avantages sociaux des employés.

c) Autres avantages non liés à la pension, postérieurs à l'emploi

Le coût des avantages non liés à la pension, postérieurs à la retraite, est calculé et financé de façon continue par le ministère des Services gouvernementaux de l'Ontario. Par conséquent, il n'est pas inclus dans les présents états financiers.

9. MODIFICATION DE LA POLITIQUE COMPTABLE

Au cours des années précédentes, la Société n'a pas enregistré le passif relatif aux composantes législatives concernant les prestations de départ et les absences et congés rémunérés faisant partie des coûts de prestations futurs de son personnel, car ce passif avait été calculé et comptabilisé par la province dans ses états financiers. Bien que le gouvernement provincial continue de calculer ces coûts chaque année, et de les financer chaque année lorsqu'ils sont dus, le vérificateur général a demandé et la direction a accepté que la Société comptabilise aussi le passif relatif à ces coûts dans les présents états financiers. Cette modification de la politique comptable a été mise en œuvre au cours de l'exercice considéré et a été appliquée rétroactivement. Voici l'effet de cette modification :

	2005 Énoncé antérieurement	Augmentation (Diminution)	2005 Ajusté
Obligation au chapitre des prestations acquises des employés	-	363	363
Déficit des recettes sur les dépenses	(4 146)	10	(4 136)
Actif net – 1 ^{er} avril 2005	7 462	(373)	7 089

Renseignements supplémentaires

Non vérifié

LE TABLEAU SUIVANT ILLUSTRE LE FAIT QUE 85,5 % DES DÉPENSES DE LA SODIMO SONT LIÉS AUX PROGRAMMES, POUR L'EXERCICE CLOS 31 LE MARS 2006.

Ventilation des dépenses

pour l'exercice clos le 31 mars 2006

	Dépenses générales	Dépenses liées aux programmes	2006 Total (en milliers de \$)
Aide directe (provenant de l'État des résultats) :	-	4 831	4 831
Note 5 :			
Salaires, traitements et avantages sociaux	1 056	2 963	4 019
Charges d'exploitation de la Société	243	200	443
Services de consultation	23	149	172
Amortissement des immobilisations	149	330	479
Publicité, promotion et publications	86	118	204
Aide aux programmes	-	625	625
Frais de voyage	31	127	158
Total des dépenses	1 588	9 343	10 931
% du total	14,5 %	85,5 %	100 %

