

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Groupe de travail sur les enveloppes de rendement

Date : le 9 septembre 2015

Sujets de discussion

- 1) Introduction
- 2) Aperçu : recherche d'un meilleur équilibre
 - a. Équilibre entre les télédiffuseurs et les producteurs
 - b. Équilibre entre les grands télédiffuseurs et les petits télédiffuseurs indépendants
- 3) Facteurs de rendement actuels
 - a. Succès auprès de l'auditoire : émission originale en première diffusion (EOPD) et nombre total d'heures d'écoute (NHE)
 - b. Rendement historique
 - c. Droits de diffusion régionaux et Investissement dans les médias numériques
- 4) Propositions des intervenants
 - a. Facteur de rendement lié aux communautés de langue officielle en milieu minoritaire
 - b. Succès des longs métrages auprès de l'auditoire
- 5) Genres et marge de manœuvre

1. Introduction

Le Programme des enveloppes de rendement (ER) du FMC permet aux télédiffuseurs et à l'industrie de la production de planifier leur financement en allouant des fonds aux télédiffuseurs au début de chaque exercice financier selon des critères de rendement choisis et pondérés.

En outre, grâce à ce processus, les télédiffuseurs peuvent choisir les projets qui pourront faire l'objet d'une demande d'aide financière de la part des producteurs; le processus décisionnel se rapproche ainsi le plus possible des forces du marché¹.

Enfin, puisque le programme des ER se fonde sur des critères objectifs et des données vérifiables (statistiques sur l'auditoire et droits de diffusion des télédiffuseurs), il permet d'assurer l'efficacité administrative du FMC et une grande transparence devant l'ensemble des intervenants de l'industrie.

En 2015-2016, le Programme des ER représente 70 % du budget du Volet convergent du FMC.

Les résultats des calculs des ER 2015-2016 sont présentés dans le graphique 1 de l'annexe 1. Le graphique 3 présente quant à lui un aperçu des modifications apportées aux calculs des ER 2015-2016.

¹ Le programme des enveloppes s'applique au développement et à la production; toutefois, le groupe de travail ne se penchera que sur l'aide à la production.

2. Aperçu : recherche d'un meilleur équilibre

Le Programme des ER a été mis en place il y a plus de 10 ans, à une époque où l'industrie de la radiodiffusion était beaucoup moins consolidée qu'aujourd'hui et où elle n'était pas encore intégrée verticalement avec le secteur de la distribution de la radiodiffusion.

Certains intervenants estiment que, dans le marché actuel, les avantages du Programme des ER mentionnés précédemment doivent être évalués au regard de la perception de déséquilibre du système.

Ce déséquilibre s'applique autant à la relation entre les télédiffuseurs et le secteur de la production indépendante qu'à la relation entre les grands télédiffuseurs intégrés verticalement et les petits télédiffuseurs indépendants.

a. Équilibre entre les télédiffuseurs et les producteurs

La consolidation des télédiffuseurs continuant de s'accroître dans le paysage médiatique canadien, le FMC reconnaît que les sommes d'argent substantielles versées au titre du Programme des ER, parallèlement au fait que seuls les droits de diffusion des télédiffuseurs peuvent déclencher du financement du FMC, contribuent peut-être à un certain déséquilibre entre les télédiffuseurs et les producteurs.

Le FMC estime que trois avenues principales pourraient être explorées pour résoudre cette question :

- ajout de nouveaux déclencheurs de financement;
- réduction de l'allocation de financement du Programme des ER et adoption de nouveaux mécanismes de financement;
- mise en place de mesures de protection supplémentaires dans les Principes directeurs du Programme des ER.

Ajout de nouveaux déclencheurs de financement

Remarque : Relativement à cette question, les programmes du FMC sont encadrées par l'entente de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien, qui prévoit actuellement que les droits de diffusion des télédiffuseurs constituent les seuls déclencheurs de financement au titre du Volet convergent. Ainsi, toute modification évaluée dans la présente section exigerait d'abord la modification de cette entente.

Les nouveaux services de diffusion de contenu, comme CraveTV, shomi, Tou.tv, Club illico et NFB.ca/ ONF.ca, pourraient être inclus comme déclencheurs afin d'offrir aux producteurs indépendants des sources supplémentaires pour accéder au financement du FMC.

En premier lieu, ces nouveaux déclencheurs pourraient se limiter aux services numériques liés à un télédiffuseur canadien ou à une entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR), mais la porte pourrait s'ouvrir davantage par la suite pour inclure les services numériques indépendants du modèle classique de radiodiffusion.

Le FMC reconnaît toutefois que l'inclusion de déclencheurs liés à des groupes consolidés ne réglerait peut-être pas les déséquilibres, et qu'il ne s'agirait en fait que d'« ajouter des portes pour cogner à la même maison² ».

Parmi les autres difficultés liées à l'ajout de nouveaux déclencheurs, mentionnons le fait que le déclenchement par des télédiffuseurs continue à être obligatoire pour accéder à d'autres importantes sources de financement externes au FMC, notamment les fonds de production indépendants ainsi que les crédits d'impôt fédéraux, provinciaux et territoriaux. Il y aurait donc des manques à gagner dans les structures de financement de la production des projets qui n'auraient accès qu'à du financement du FMC.

Adoption de nouveaux mécanismes de financement

La réorientation des sommes actuellement affectées au Programme des ER vers de nouveaux mécanismes de financement constitue une autre avenue potentielle pour résoudre la question.

Toutefois, cette solution n'est souhaitable que si ce ou ces mécanismes de financement correspondent aussi bien ou mieux aux objectifs stratégiques du FMC relativement à la validation du marché, à la transparence et à l'efficacité administrative.

En outre, tel que nous l'avons indiqué précédemment, l'entente de contribution exige toujours des droits de diffusion d'un télédiffuseur pour déclencher du financement, et cette disposition demeure en vigueur pour tous les programmes du FMC du Volet convergent, y compris toute nouvelle initiative.

Le FMC a récemment commandé un rapport pour examiner différents modèles de financement adoptés par des organismes internationaux en vue de répondre à l'évolution rapide de l'environnement médiatique. Fort de cette recherche, le FMC prévoit être en mesure de discuter de propositions de programme à la réunion du groupe de travail du 10 novembre.

Mise en place de mesures de protection dans le Programme des ER

Le Programme des ER contient des dispositions qui pourraient être qualifiées de « mesures de protection pour les producteurs ». Bon nombre d'entre elles sont incluses dans la section Exigences et conditions en matière de droits de diffusion admissibles des Principes directeurs du programme.

Sans aucun doute, le FMC pourrait mettre en place d'autres mesures de protection afin d'équilibrer davantage le Programme des ER. Cependant, ces ajouts risquent d'aller à l'encontre d'autres mesures prises au cours des dernières années, le FMC orientant de plus en plus sa démarche vers le marché et cherchant, en règle générale, à simplifier ses Principes directeurs.

Ces questions seront abordées de façon approfondie par le groupe de travail qui se penchera sur les exigences seuil en matière de droits de diffusion et les droits supplémentaires, le 3 novembre.

b. Équilibre entre les grands télédiffuseurs et les petits télédiffuseurs indépendants

Le FMC reconnaît également les difficultés distinctes auxquelles se butent les petits télédiffuseurs comparativement aux grands dans le marché actuel.

² Il convient également d'évaluer si ces nouveaux déclencheurs numériques seraient en mesure de faire croître les enveloppes de rendement, puisqu'ils seraient tenus de fournir des données sur l'auditoire au FMC afin que ce dernier effectue les calculs d'ER pertinents. Le FMC est conscient qu'un tel processus pourrait être facilité par la récente mise sur pied par le CRTC du groupe de travail sur le boîtier décodeur pour faire suite aux décisions prises dans la foulée de l'audience *Parlons télé*.

Il y a quelques années, pour réduire les disparités entre les grands et les petits télédiffuseurs, il avait été proposé de créer un bassin de fonds d'ER uniquement pour les petits télédiffuseurs. Néanmoins, le FMC croit toujours que ce changement s'éloignerait beaucoup de la nature actuelle du Programme des ER, qui souhaite refléter le marché.

En outre, avec ce modèle, les petits télédiffuseurs devraient toujours faire rapport sur leur succès auprès de l'auditoire pour profiter entièrement du bassin de fonds distinct³. Cependant, puisque de nombreux petits télédiffuseurs ne souscrivent pas à Numeris, d'importants écarts demeurerait, même au sein de ce bassin distinct.

Le FMC a bien étudié la possibilité de faciliter, par un support financier, l'accès à Numeris pour les petits télédiffuseurs afin que leurs données sur l'auditoire soient prises en compte dans le calcul des ER. Cependant, après avoir analysé la possibilité en profondeur, il a été conclu que les gains potentiels réalisés à la suite de l'établissement de rapport sur les données sur l'auditoire ne produiraient pas suffisamment d'allocations d'ER pour justifier les coûts engagés.

De plus, si le FMC continue de chercher des façons d'assurer un accès significatif au Programme des ER par les petits télédiffuseurs⁴, il est néanmoins important de considérer le financement du FMC dans sa globalité.

Tel qu'il est illustré dans les graphiques de l'annexe 2, l'accès par les petits télédiffuseurs à tout le financement du Volet convergent a augmenté sur le marché de langue anglaise, car ceux-ci ont tiré profit de l'éventail de financement que le FMC offre à l'extérieur du Programme des ER. Cet accès décline sur le marché de langue française, toutefois; il apparaît donc opportun d'adopter une démarche asymétrique à l'égard de cette question.

3. Calcul des enveloppes de rendement : facteurs actuels

- a. *Succès auprès de l'auditoire : émission originale en première diffusion (EOPD) et nombre total d'heures d'écoute (NHE)*

Tel qu'il est illustré ci-dessous, le facteur de succès auprès de l'auditoire reçoit plus de la moitié de la pondération de l'ensemble des facteurs de rendement. Il est composé des sous-facteurs émission originale en première diffusion (EOPD) et nombre total d'heures d'écoute (NHE).

Tableau 1 – Facteurs d'enveloppes de rendement par marché

TOUS LES GENRES	LANGUE ANGLAISE	LANGUE FRANÇAISE
SUCCÈS AUPRÈS DE L'AUDITOIRE — NOMBRE TOTAL D'HEURES D'ÉCOUTE	40 %	40 %
SUCCÈS AUPRÈS DE L'AUDITOIRE — ÉMISSION ORIGINALE EN PREMIÈRE DIFFUSION	15 %	15 %

³ Le retrait complet des facteurs de succès auprès de l'auditoire des calculs ne semble pas réalisable.

⁴ Le FMC a récemment mis en œuvre un certain nombre de mesures pour aider les petits télédiffuseurs. Il a notamment permis aux télédiffuseurs d'obtenir des crédits d'ER par la Mesure incitative pour les médias numériques convergents et par les droits de diffusion de projets présentant des demandes au titre de programmes sélectifs.

RENDEMENT HISTORIQUE	15 %	25 %
DROITS DE DIFFUSION RÉGIONAUX	20 %	10 %
INVESTISSEMENT EN MÉDIAS NUMÉRIQUES	10 %	10 %

Même si le NHE reçoit la pondération la plus élevée, le FMC juge qu'il est approprié de se pencher sur la pertinence du sous-facteur EOPD en cette époque où le visionnement sur demande ne cesse d'augmenter.

Cela étant, le FMC reconnaît que la justification originelle de la mise en place du sous-facteur EOPD — encourager la création d'émissions originales — est toujours pertinente.

Au départ, en 2011, dans la foulée des décisions concernant les licences par groupe de propriété, le FMC a adopté une démarche globale dans son interprétation du sous-facteur EOPD et a permis aux groupes d'entreprises de télédiffusion d'obtenir des crédits au titre de l'EOPD pour *toutes les chaînes* sur lesquelles une émission était présentée en première diffusion au sein d'un groupe. Ainsi, les télédiffuseurs détenant de nombreuses chaînes ont un avantage distinct d'obtenir des crédits au titre de l'EOPD comparativement aux télédiffuseurs qui en possèdent peu.

En outre, pour tenir compte des différentes stratégies de programmation et de la portée des chaînes spécialisées, pour ces dernières, « EOPD » s'entend de trois diffusions (plutôt que d'une seule, dans le cas des chaînes généralistes) d'une émission ou d'une série d'épisodes constitutifs du projet, dans une période de sept jours.

Si la définition modulée d'EOPD visait à reconnaître ces distinctions, les observations des plus récentes soumissions sur l'auditoire montrent que le sous-facteur commence, dans certains cas, à dévier de l'objectif de récompenser le contenu véritablement original.

Qui plus est, si le FMC reconnaît que certains groupes de télédiffuseurs utilisent stratégiquement d'autres chaînes pour lancer discrètement certaines émissions avant leur diffusion ultérieure sur une chaîne généraliste — un nouveau moyen de constituer un auditoire —, il maintient qu'il convient de resserrer les paramètres relatifs à l'applicabilité de l'EOPD pour éviter la distorsion du principal intérêt de ce sous-facteur.

Par conséquent, par souci d'équilibre et de simplification, ainsi que pour récompenser de façon appropriée la programmation originale, le FMC propose de modifier la définition d'EOPD de la façon suivante.

D'abord, relativement aux groupes de télédiffuseurs, le FMC recommande de restreindre l'interprétation du sous-facteur EOPD afin que les crédits ne puissent être réclamés que par deux stations au maximum (dont une seule chaîne généraliste) au sein d'un groupe de télédiffuseurs.

Ensuite, le FMC propose que le nombre de diffusions admissibles au crédit d'EOPD soit établi à un, pour les télédiffuseurs généralistes et les télédiffuseurs spécialisés appartenant à de grands groupes, et à deux, pour ceux que le FMC définit présentement comme des petits télédiffuseurs spécialisés, indépendants et éducatifs.

Le FMC a procédé à la modélisation de cette option qui peut être trouvée en annexe 3. En général, ce modèle démontre un avantage pour les petits télédiffuseurs dans les deux marchés.

b. Rendement historique

Le facteur de rendement historique vise à stabiliser le financement consenti d'une année à l'autre aux diffuseurs et, par le fait même, aux producteurs. À cet égard, il contribue à la prévisibilité du Programme d'ER.

Néanmoins, le FMC estime que, de tous les facteurs actuels, c'est le rendement historique qui correspond directement le plus difficilement à ses objectifs stratégiques. C'est pourquoi, dans une volonté d'amélioration et de simplification continues du Programme des ER, il propose d'éliminer graduellement ce facteur, et de répartir sa pondération entre le succès auprès de l'auditoire et l'investissement en médias numériques.

Tel qu'il est montré à l'annexe 4, le FMC est néanmoins conscient qu'une réduction du rendement historique risque, toutes proportions gardées, de nuire de façon plus importante aux petits télédiffuseurs, en particulier sur le marché de langue française, ce qui pourrait, en retour, accroître le déséquilibre entre les petits et les grands télédiffuseurs.

C'est pourquoi le FMC préfère attendre les observations du groupe de travail sur cette question avant de présenter une proposition initiale à l'égard de la réduction de la pondération du rendement historique.

c. Droits de diffusion régionaux et investissement dans les médias numériques

Le FMC est d'avis que les facteurs Droits de diffusion régionaux et Investissement dans les médias numériques (MN) continuent de correspondre directement à l'orientation stratégique de Patrimoine canadien et aux objectifs stratégiques du FMC.

Le FMC offre un éventail de programmes et de mesures incitatives à l'extérieur du système d'ER qui visent à soutenir le développement et la production régionaux, en particulier sur le marché de langue anglaise. Toutefois, puisqu'une somme importante du financement du FMC est octroyée par le truchement du facteur de droits de diffusion régionaux — quelque 43,6 millions de dollars en 2015-2016, soit 34,9 millions pour le marché de langue anglaise et 8,7 millions pour le marché de langue française —, le FMC soutient que le déplacement de tout le financement régional pour l'affecter à d'autres programmes du FMC ne correspondrait pas aussi bien au marché et risquerait de coûter plus cher sur le plan administratif.

Le FMC estime que le facteur régional établit un équilibre en prenant en compte cette production de la façon qui reflète le mieux le marché au sein des programmes du FMC, tout en étant complété par d'autres programmes que celui des ER qui sont conçus sur mesure pour des communautés ou des considérations régionales précises.

En ce qui a trait à l'investissement dans les MN, comme le montrent les données présentées à l'annexe 5, le FMC recommande le *statu quo*, puisque ce facteur correspond aux exigences actuelles en matière de convergence et constitue un mécanisme éprouvé qui aide les petits télédiffuseurs à faire augmenter leurs allocations d'ER, en particulier sur le marché de langue anglaise. Sur le marché de langue française, si les grands télédiffuseurs accaparent la plus grande part du crédit attribué au titre de ce facteur, les petits télédiffuseurs affichent un meilleur rendement dans ce facteur comparativement aux autres.

4. Calcul des enveloppes de rendement : propositions des intervenants

a. Facteur lié aux communautés de langue officielle en milieu minoritaire

En février 2015, le Conseil québécois de la production de langue anglaise (QEPC) a proposé une série de mesures, notamment la mise en place d'un facteur de rendement lié aux communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) pour encourager les télédiffuseurs à commander davantage de productions de langue anglaise au Québec et freiner le déclin des dépenses d'ER des télédiffuseurs dans la province.

Parmi ces mesures, deux ont déjà été mises en place pour 2015-2016, soit l'accroissement du budget de la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire (qui est passé de 3,5 à 4 millions de dollars) et la hausse de la somme maximale octroyée par projet (qui est passée de 750 000 \$ à 800 000 \$). Le FMC fait également remarquer que le financement accordé au titre de la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire a toujours été inclus dans le calcul des ER pour tous les facteurs de rendement, excepté Investissement en médias numériques puisque le programme ne s'adresse qu'à la composante télévision.

Le QEPC juge néanmoins que la mise en place d'un facteur lié aux CLOSM demeure nécessaire, en plus des mesures décrites ci-dessus, pour faire changer le comportement des télédiffuseurs.

Le FMC observe que l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) n'a pas demandé de changement similaire pour la production des CLOSM sur le marché de langue française.

Le graphique 1 de l'annexe 6 indique que les projets de CLOSM obtiennent déjà un pourcentage important de l'allocation destinée au facteur régional sur le marché de langue anglaise, pourcentage ayant augmenté au cours des trois dernières années pour atteindre 18,4 %.

En outre, le graphique 2 montre que le financement accordé à des projets de CLOSM de langue anglaise a grimpé pour atteindre 12,7 millions en 2014-2015 (dont 8,8 millions du Programme des ER); il s'agit de la deuxième somme en importance des cinq dernières années. Qui plus est, cela représente près de 2,5 millions de plus que ce qui a été investi dans des projets de CLOSM de langue française (qui ont reçu substantiellement moins de fonds du Programme des ER).

Compte tenu de ce qui précède ainsi que du fait que l'allocation accrue de la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire pour 2015-2016 a déjà été entièrement dépensée, le FMC estime que les mesures actuellement en place pour soutenir la production des CLOSM semblent atteindre leurs objectifs et que l'ajout d'un nouveau facteur ne comportant pas de gain mesurable évident constituerait une couche supplémentaire inutile de complexité à un mécanisme dynamique et irait à l'encontre de l'objectif permanent du FMC à l'endroit de la simplification.

b. Succès de longs métrages auprès de l'auditoire

Dans le but de favoriser l'accroissement de la participation des télédiffuseurs au financement de longs métrages canadiens de langue anglaise destinés aux salles, l'Association canadienne de la production médiatique (CMPA) a proposé la mise sur pied d'une initiative pilote de trois ans constituée d'une stratégie à deux volets : a) la réduction de l'exigence-seuil en matière de droits de diffusion relativement aux longs métrages, pour la porter à 230 000 \$ ou 5 % des dépenses admissibles du projet (soit le montant le moins élevé) - (cette question sera abordée par le groupe de travail du 3 novembre); et b) l'ajout d'un mécanisme au facteur de succès auprès de l'auditoire pour les longs métrages.

La proposition précise que, pour les besoins des calculs d'ER, il n'y a pas de distinction entre le succès d'une série télévisée (qui compte généralement 13 épisodes par saison et possède donc intrinsèquement la capacité de constituer des auditoires au fil du temps) et celui remporté par une production unique comme un long métrage.

Ainsi, la modification du mécanisme actuel se justifierait par l'hypothèse voulant que le système désavantage les productions comme les longs métrages aux fins du calcul des ER du télédiffuseur et ne tienne pas proportionnellement compte des difficultés supplémentaires liées à l'attrait d'un auditoire comparable.

Par surcroît, selon la proposition, le système actuel motiverait les télédiffuseurs à axer leurs ressources limitées d'ER sur les séries qui, en définitive, obtiendront un succès supérieur auprès de l'auditoire, pour obtenir, comme conséquence directe, l'ER la plus importante possible.

La proposition sur le facteur de succès de longs métrages auprès de l'auditoire modifierait la méthode de calcul des ER en y incluant un multiplicateur « x3 » appliqué aux sous-facteurs de succès auprès de l'auditoire NHE et EOPD pour les longs métrages dramatiques de langue anglaise soutenus par le FMC. Ce multiplicateur offrirait une prime supplémentaire aux télédiffuseurs dans les calculs des ER, ce qui les inciterait davantage à participer au support de projets de longs métrages.

Tel qu'il est montré à l'annexe 7, au cours des cinq dernières années, le FMC a soutenu 12 projets de longs métrages dramatiques de langue anglaise. Il est à noter que ce nombre ne tient pas compte du plus petit sous-ensemble de films destinés aux *salles de cinéma*.

Le FMC reconnaît que la proposition permettra probablement d'accroître le soutien que les télédiffuseurs octroient aux longs métrages dramatiques de langue anglaise et remarque qu'elle est appuyée par Bell Média, CBC, Corus, Rogers Media, Shaw Media et Super Channel. Le FMC reconnaît aussi que la distinction entre long métrage et télévision évolue, et que dans le marché qui change rapidement, il est important que le contenu soit accessible sur le plus grand nombre de plateformes possibles.

Cependant, cette proposition soulève des inquiétudes qu'il est important d'aborder.

D'abord, le FMC se questionne à savoir si la proposition (en particulier le multiplicateur⁵) devra être appliquée aux autres genres (p. ex., aux longs métrages documentaires ou d'animation) et au marché de langue française. En effet, sur ce marché linguistique, le nombre de longs métrages dramatiques financés par le FMC est encore plus faible que sur le marché de langue anglaise, malgré l'exigence-seuil déjà proportionnellement inférieur. Cependant, puisqu'il s'agirait d'une initiative pilote, cette question pourrait être traitée ultérieurement.

Ensuite, à moins que de nouvelles mesures de contrôle ne soient mises en place, les crédits obtenus grâce au facteur de succès auprès de l'auditoire ne seraient pas nécessairement réinvestis dans de futurs projets de longs métrages. Actuellement, il n'y a aucun mécanisme pour assurer un tel investissement ciblé; en effet, l'allocation des fonds est à la discrétion de chaque télédiffuseur (s'ils respectent leurs restrictions respectives liées au genre).

Enfin, on ignore si les résultats potentiels du multiplicateur proposé valent la complexité accrue du système et si ce changement pourrait être utilisé par d'autres intervenants comme un précédent pour demander d'autres types de multiplicateurs de l'auditoire.

Afin de mesurer l'impact potentiel d'un multiplicateur, le FMC a procédé à une simulation fondée sur les projets de longs métrages dramatiques de langue anglaise financés par le FMC en 2012-2013. La simulation de l'annexe 7 a été effectuée en utilisant trois multiplicateurs (3x, 5x, 10x). Les résultats démontrent un impact assez marginal avec le multiplicateur 3x, particulièrement pour facteur EOPD. Le FMC reconnaît cependant que l'impact de la proposition, si elle était adoptée, pourrait être plus grand puisque les télédiffuseurs pourraient adapter leurs licences et leurs stratégies de programmation en conséquence.

Considérant ce qui précède, le FMC pourrait adopter la proposition (ses deux composantes) pour 2016-2017, ou encore, puisque le calcul des ER pour 2016-2017 sera fondé sur les présentations des données d'auditoire de l'année de diffusion 2014-2015, le FMC pourrait reporter à l'an prochain la prise de décision sur la portion de la proposition touchant au facteur de succès auprès de l'auditoire.

Le FMC préfère obtenir l'avis des membres du groupe de travail avant de prendre une décision.

⁵ Les exigences-seuils seront abordées par le groupe de travail du 3 novembre.

5. Calcul des enveloppes de rendement : genres et marge de manœuvre

a. Genres

Comme il est montré dans le tableau 3, en 2015-2016, le FMC a augmenté l'allocation du genre Variétés et arts de la scène (VAS) pour l'exercice, et a rajusté la part des autres genres en conséquence.

Tableau 3 : Allocations par genre

	ENVELOPPES DE LANGUE ANGLAISE	ENVELOPPES DE LANGUE FRANÇAISE
DRAMATIQUES	60 %	54 %
DOCUMENTAIRES	16 %	21 %
ENFANTS ET JEUNES	21 %	17 %
VARIÉTÉS ET ARTS DE LA SCÈNE	3 %	8 %

Le FMC estime qu'il est trop tôt pour tirer des conclusions ou dégager des tendances, et il ne recommande pas d'apporter d'autres modifications aux allocations par genre pour l'instant.

b. Marge de manœuvre

Tel qu'il est illustré à l'annexe 8, les parts des genres des engagements d'ER n'ont pas subi de grands changements au cours des cinq dernières années dans ni l'un ni l'autre des marchés linguistiques, même si la marge de manœuvre a été augmentée, pour atteindre 50 %, en 2010-2011. En se fondant sur ces données et sur le fait que les récentes décisions prises par le CRTC dans la foulée de l'audience *Parlons télé* n'ont pas eu d'impact sur les dépenses des télédiffuseurs en programmation canadienne ou en émissions d'intérêt national, le FMC est d'avis qu'il n'y aurait pas d'effets négatifs sur certains genres si la marge de manœuvre était portée à 100 %.

En outre, l'octroi d'une marge de manœuvre de 100 % à tous les télédiffuseurs répondrait aux objectifs permanents d'harmonisation et de simplification du FMC.

On pourrait toutefois faire valoir que cette mesure aurait pour conséquence d'éliminer le seul avantage que les petits télédiffuseurs possèdent au sein du Programme des ER.

ANNEXE 1

Graphique 1

Allocations totales, tous genres confondus, de 2011-2012 à 2015-2016

Langue anglaise	Allocation (en k\$)					Part (en %)					Différence sur un an (en %)				Différence sur un an (en k\$)			
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
CBC	62,918	62,177	58,141	52,957	51,720	33.3	34.2	33.5	30.4	29.7	0.9	-0.7	-3.1	-0.7	-741	-4,036	-5,184	-1,237
Bell Media	39,866	33,335	33,510	35,695	30,291	21.1	18.4	19.3	20.5	17.4	-2.7	0.9	1.2	-3.1	-6,531	175	2,185	-5,404
Shaw Media	31,310	29,456	27,340	24,777	26,802	16.6	16.2	15.8	14.2	15.4	-0.4	-0.4	-1.6	1.2	-1,854	-2,116	-2,563	2,025
Corus	31,115	28,729	27,702	26,683	26,178	16.5	15.8	16.0	15.3	15.0	-0.7	0.2	-0.7	-0.3	-2,386	-1,027	-1,019	-505
Rogers Media	4,936	5,902	9,712	9,883	9,301	2.6	3.2	5.6	5.7	5.3	0.6	2.4	0.1	-0.4	966	3,810	171	-582
Total, grands télédiffuseurs	170,145	159,599	156,405	149,995	144,292	90.1	87.8	90.2	86.1	82.8	-2.3	2.4	-4.1	-3.3	-10,546	-3,194	-6,410	-5,703
DHX	5,508	4,690	4,679	4,905	6,135	2.9	2.6	2.7	2.8	3.5	-0.3	0.1	0.1	0.7	-818	-11	226	1,230
APTIN	8,070	8,828	4,050	4,516	5,719	4.3	4.9	2.3	2.6	3.3	0.6	-2.6	0.3	0.7	758	-4,778	466	1,203
New Tang Dynasty TV	0	0	50	3,338	5,055	0.0	0.0	0.0	1.9	2.9	0.0	0.0	1.9	1.0	0	50	3,288	1,717
TVO	1,409	2,428	2,482	2,390	3,784	0.7	1.3	1.4	1.4	2.2	0.6	0.1	0.0	0.8	1,019	54	-92	1,394
Allarco	51	677	607	3,405	2,688	0.1	0.4	0.4	1.9	1.5	0.3	0.0	1.5	-0.4	626	-70	2,798	-717
Blue Ant Media	584	1,683	2,264	2,405	1,899	0.3	0.9	1.3	1.4	1.1	0.6	0.4	0.1	-0.3	1,099	581	141	-506
Knowledge	849	1,431	970	655	1,212	0.4	0.8	0.6	0.4	0.7	0.4	-0.2	-0.2	0.3	582	-461	-315	557
Stornoway	1,379	1,136	1,130	1,346	747	0.7	0.6	0.7	0.8	0.4	-0.1	0.1	0.1	-0.4	-243	-6	216	-599
Gusto	0	0	0	50	558	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.3	0	0	50	508
ZoomerMedia	998	1,005	415	603	499	0.5	0.6	0.3	0.3	0.3	0.1	-0.3	0.0	0.0	7	-590	188	-104
Fight Media	0	0	0	50	438	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2	0	0	50	388
Hollywood Suite	0	0	0	50	328	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2	0	0	50	278
AMI	0	0	0	50	302	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.2	0	0	50	252
WIN HD	0	0	0	50	262	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0	0	50	212
OUTv	0	50	50	50	226	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	50	0	0	176
YES TV	7	102	50	50	50	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	-0.1	0.0	0.0	95	-52	0	0
Enveloppes minimales ¹	n.d.	50	180	230	315	0.0	0.0	0.1	0.2	0.2	0.0	0.1	0.1	0.0	n.d.	130	50	85
Total, petits télédiffuseurs	18,855	22,080	16,927	24,193	30,217	9.9	12.2	9.8	13.9	17.2	2.3	-2.4	4.1	3.3	3,225	-5,153	7,266	6,024
Total général	189,000	181,679	173,332	174,188	174,509	100	100	100	100	100					-7,321	-8,347	856	321
Valeur de 1 % (en k\$)						1,890	1,817	1,733	1,742	1,745								
Langue française	Allocation (en k\$)					Part (en %)					Différence sur un an (en %)				Différence sur un an (en k\$)			
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Radio-Canada	34,046	36,305	32,715	30,525	32,894	37.8	40.6	38.2	35.4	38.1	2.8	-2.4	-2.8	2.7	2,259	-3,590	-2,190	2,369
TVA	20,839	17,959	22,067	24,103	21,773	23.1	20.1	25.7	27.9	25.2	-3.0	5.6	2.2	-2.7	-2,880	4,108	2,036	-2,330
Bell Média	14,319	12,987	12,728	12,071	12,233	15.9	14.6	14.9	14	14.2	-1.3	0.3	-0.9	0.2	-1,332	-259	-657	162
Corus Média	5,105	5,409	5,769	5,844	5,282	5.7	6.1	6.7	6.8	6.1	0.4	0.6	0.1	-0.7	304	360	75	-562
Total, grands télédiffuseurs	74,309	72,660	73,279	72,543	72,182	82.5	81.4	85.5	84.1	83.6	-1.1	4.1	-1.4	-0.5	-1,649	619	-736	-361
Télé-Québec	8,102	8,410	7,992	6,343	6,089	9.0	9.4	9.3	7.4	7.0	0.4	-0.1	-1.9	-0.4	308	-418	-1,649	-254
TV5	1,177	1,364	1,312	2,159	3,238	1.3	1.5	1.5	2.5	3.7	0.2	0.0	1.0	1.2	187	-52	847	1,079
TFO	3,175	3,965	1,426	3,174	2,958	3.6	4.5	1.7	3.7	3.4	0.9	-2.8	2.0	-0.3	790	-2,539	1,748	-216
V Média	1,997	1,874	963	1,104	1,123	2.2	2.1	1.1	1.3	1.3	-0.1	-1.0	0.2	0.0	-123	-911	141	19
APTIN	1,282	875	517	611	552	1.4	1.0	0.6	0.7	0.6	-0.4	-0.4	0.1	-0.1	-407	-358	94	-59
DHX	0	16	79	177	234	0.0	0.0	0.1	0.2	0.3	0.0	0.1	0.1	0.1	16	63	98	57
Enveloppes minimales	n.d.	100	126	120	135	0.0	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	-0.1	0.0	n.d.	26	-6	15
Total, petits télédiffuseurs	15,733	16,604	12,415	13,688	14,329	17.5	18.6	14.5	15.9	16.4	1.1	-4.1	1.4	0.5	871	-4,189	1,273	641
Total général	90,042	89,264	85,694	86,231	86,511	100	100	100	100	100					-778	-3,570	537	280
Valeur de 1 % (en k\$)						900	893	857	862	865								

Remarque : Groupes de propriété selon la situation actuelle.

ANNEXE 1 (suite)

Graphique 2

Langue anglaise		
	Tendance, allocations	Tendance, différences
CBC		
Bell Media		
Shaw Media		
Corus		
Rogers Media		
Total, grands télédiffuseurs		
DHX		
APTN		
New Tang Dynasty TV		
TVO		
Allarco		
Blue Ant Media		
Knowledge		
Stornoway		
Gusto		
ZoomerMedia		
Fight Media		
Hollywood Suite		
AMI		
WIN HD		
OUTtv		
YES TV		
Enveloppes minimales ¹		
Total, petits télédiffuseurs		
Total général		

Langue française		
	Tendance, allocations	Tendance, différences
Radio-Canada		
TVA		
Bell Média		
Corus Média		
Total, grands télédiffuseurs		
Télé-Québec		
TV5		
TFO		
V Média		
APTN		
DHX		
Enveloppes minimales		
Total, petits télédiffuseurs		
Total général		

ANNEXE 1 (suite)

Graphique 3

Le FMC a légèrement modifié les calculs d'ER en 2015-2016 :

- L'allocation octroyée au genre Variétés et arts de la scène a été augmentée (langue française et langue anglaise).
- Les nouveaux participants ont maintenant une limite de trois ans (en vigueur rétroactivement, ce qui signifie que 2015-2016 est la *troisième* année) pour faire passer leur allocation d'enveloppe au-delà du seuil de 50 000 \$, faute de quoi, ils ne seront plus admissibles au Programme des ER.
- La possibilité de combiner les allocations d'ER de langue française et anglaise pour les petits télédiffuseurs dont l'enveloppe est inférieure à cinq millions de dollars ne s'applique plus aux télédiffuseurs à chaîne unique bilingue.
- Les exemptions à la restriction liée au marché linguistique du facteur des droits de diffusion régionaux pour les télédiffuseurs tenus de diffuser en langue française et anglaise comme condition de licence ont été éliminées.

ANNEXE 2

Accès des télédiffuseurs à tout le financement convergent

	K\$					%					
Langue anglaise	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	
ER	17,344	16,794	19,178	16,040	23,925	9.6	9.0	10.6	9.3	13.9	
Mesures incitatives	602	2,484	5,442	9,111	9,019	8.3	21.9	22.1	47.0	39.7	
Programmes sélectifs	6,411	6,966	7,438	5,490	7,027	98.2	91.4	92.9	85.5	84.2	
Total, petits télédiffuseurs	24,357	26,244	32,058	30,641	39,971	12.5	12.8	15.1	15.4	19.7	
ER	163,447	169,494	160,990	156,779	148,330	90.4	91.0	89.4	90.7	86.1	
Mesures incitatives	6,638	8,849	19,192	10,267	13,717	91.7	78.1	77.9	53.0	60.3	
Programmes sélectifs	115	654	570	930	1,316	1.8	8.6	7.1	14.5	15.8	
Total, grands télédiffuseurs	170,200	178,997	180,752	167,976	163,363	87.5	87.2	84.9	84.6	80.3	
Total général	194,557	205,241	212,810	198,617	203,334						
Langue française	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	
ER	19,468	16,041	16,539	12,351	13,308	21.8	17.7	18.5	14.4	15.3	
Mesures incitatives	528	610	989	551	1,378	28.5	36.8	16.2	8.8	23.5	
Programmes sélectifs	5,000	3,850	3,311	7,544	5,343	47.2	38.0	31.8	67.1	50.3	
Total, petits télédiffuseurs	24,996	20,501	20,839	20,446	20,029	24.6	20.1	19.7	19.8	19.3	
ER	69,736	74,360	72,879	73,453	73,894	78.2	82.3	81.5	85.6	84.7	
Mesures incitatives	1,327	1,046	5,124	5,735	4,498	71.5	63.2	83.8	91.2	76.5	
Programmes sélectifs	5,588	6,290	7,100	3,691	5,288	52.8	62.0	68.2	32.9	49.7	
Total, grands télédiffuseurs	76,651	81,696	85,103	82,879	83,680	75.4	79.9	80.3	80.2	80.7	
Total général	101,647	102,197	105,942	103,325	103,709						

ANNEXE 3

1 modèle EOPD (à l'exception des petits télédiffuseurs spécialisés - 2 EOPD retenus)

Anglais

Changement des allocations							
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Documentaire	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène	Somme	Enveloppe actuelle	Changement
Grand	\$ (641,505)	\$ (69,294)	\$ 9,163	\$ 111	\$ (701,526)	\$ 144,291,906	-0.5%
Petit	\$ 641,505	\$ 69,294	\$ (9,163)	\$ (111)	\$ 701,526	\$ 19,650,194	3.6%
Grand total	\$ (0)	\$ 0	\$ (0)	\$ 0			
Changement des allocations							
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Documentaire	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène			
Conventionnel	\$ 29,582	\$ 305,141	\$ 415,398	\$ 111			
Spécialisé	\$ (671,088)	\$ (374,435)	\$ (406,235)	\$ -			
Spécialisé - petit	\$ 641,505	\$ 69,294	\$ (9,163)	\$ (111)			
Grand total	\$ (0)	\$ 0	\$ (0)	\$ 0			
Changement des allocations							
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Documentaire	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène	Somme	Enveloppe actuelle	Changement
AMI	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 301,626	0.0%
APTN	\$ 11,061	\$ 3,042	\$ (9,142)	\$ (112)	\$ 4,850	\$ 5,719,490	0.1%
Bell	\$ 1,389	\$ 154,473	\$ (18,405)	\$ -	\$ 137,458	\$ 30,290,714	0.5%
Blue Ant	\$ -	\$ 13,144	\$ (21)	\$ -	\$ 13,122	\$ 1,899,192	0.7%
CBC	\$ 29,582	\$ 213,808	\$ 214,330	\$ 111	\$ 457,832	\$ 51,720,492	0.9%
Channel Zero	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,000	0.0%
Corus	\$ (672,477)	\$ 1,736	\$ (47,863)	\$ -	\$ (718,604)	\$ 26,178,408	-2.7%
Crossroads	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,000	0.0%
DHX	\$ 408,104	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 408,104	\$ 6,134,636	6.7%
Knowledge	\$ 8,382	\$ 45,087	\$ -	\$ -	\$ 53,468	\$ 1,211,584	4.4%
Rogers	\$ -	\$ (45,324)	\$ 6,413	\$ -	\$ (38,911)	\$ 9,300,516	-0.4%
Shaw	\$ -	\$ (393,988)	\$ (145,313)	\$ -	\$ (539,301)	\$ 26,801,776	-2.0%
TVO	\$ 213,958	\$ 7,268	\$ -	\$ -	\$ 221,227	\$ 3,784,444	5.8%
Zoomer	\$ -	\$ 753	\$ -	\$ 2	\$ 755	\$ 499,222	0.2%
Grand total	\$ (0)	\$ 0	\$ (0)	\$ 0			

Français

Changement des allocations								
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Série documentaire	Somme - Documentaire oeuvre unique	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène	Somme	Enveloppe actuelle	Changement
Grand	\$ (285,523)	\$ (121,378)	\$ (15,685)	\$ (439)	\$ (1,982)	\$ (423,025)	\$ 72,181,332	-0.6%
Petit	\$ 285,523	\$ 121,378	\$ 15,685	\$ 439	\$ 1,982	\$ 423,025	\$ 14,194,984	3.0%
Grand total	\$ 0	\$ (0)	\$ (0)	\$ (0)	\$ 0			
Changement des allocations								
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Série documentaire	Somme - Documentaire oeuvre unique	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène			
Conventionnel	\$ 39,705	\$ 117,503	\$ 59,525	\$ 34,388	\$ 22,772			
Conventionnel - petit	\$ 271,633	\$ 50,696	\$ 13,688	\$ 437	\$ 1,971			
Spécialisé	\$ (325,227)	\$ (238,881)	\$ (75,210)	\$ (34,826)	\$ (24,754)			
Spécialisé - petit	\$ 13,890	\$ 70,683	\$ 1,997	\$ 1	\$ 11			
Grand total	\$ 0	\$ (0)	\$ (0)	\$ (0)	\$ 0			
Changement des allocations								
	Somme - Enfants et jeunes	Somme - Série documentaire	Somme - Documentaire oeuvre unique	Somme - Dramatique	Somme - Variétés et arts de la scène	Somme	Enveloppe actuelle	Changement
APTN	\$ -	\$ 204	\$ -	\$ 1	\$ 2	\$ 207	\$ 552,368	0.0%
Bell	\$ (321,407)	\$ (166,143)	\$ (54,172)	\$ (5,777)	\$ (17,702)	\$ (565,201)	\$ 12,232,618	-4.6%
Corus	\$ 2,385	\$ (64,525)	\$ -	\$ (9,617)	\$ -	\$ (71,757)	\$ 5,282,214	-1.4%
DHX	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 234,162	0.0%
SRC	\$ 39,147	\$ 109,289	\$ 25,564	\$ 8,890	\$ 4,756	\$ 187,646	\$ 32,893,948	0.6%
TFO	\$ 13,890	\$ 1,978	\$ 1	\$ -	\$ 6	\$ 15,875	\$ 2,958,216	0.5%
TQ	\$ 271,633	\$ 50,696	\$ 13,688	\$ 187	\$ 1,186	\$ 337,389	\$ 6,089,204	5.5%
TV5	\$ -	\$ 68,327	\$ 1,996	\$ -	\$ -	\$ 70,323	\$ 3,238,388	2.2%
TVA	\$ (5,647)	\$ -	\$ 12,923	\$ 6,066	\$ 10,964	\$ 24,306	\$ 21,772,552	0.1%
V	\$ -	\$ 174	\$ -	\$ 251	\$ 789	\$ 1,213	\$ 1,122,646	0.1%
Grand total	\$ 0	\$ (0)	\$ (0)	\$ (0)	\$ 0			

ANNEXE 4

Part du rendement historique comparativement aux autres facteurs, tous genres confondus Part (en %) des allocations d'ER

Langue anglaise																
Pondération du RH = 15 %																
	Différence positive ou négative	2011-2012			2012-2013			2013-2014			2014-2015			2015-2016		
		RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence
CBC		37.7	32.5	5.2	36.2	33.8	2.4	34.8	33.4	1.4	33.5	30.0	3.5	33.0	29.1	3.9
Bell Media		19.6	21.4	-1.8	19.7	18.1	1.6	21.0	19.1	1.9	20.7	20.5	0.2	20.3	16.9	3.4
Shaw Media		16.9	16.5	0.4	16.8	16.1	0.7	16.7	15.6	1.1	15.7	14.0	1.7	15.3	15.4	-0.1
Corus		15.9	16.6	-0.7	15.7	15.9	-0.2	14.9	16.2	-1.3	15.6	15.3	0.3	16.1	14.8	1.3
Rogers Media		1.8	2.8	-1.0	2.0	3.5	-1.5	2.3	6.2	-3.9	2.7	6.2	-3.5	3.9	5.6	-1.7
Total, grands télédiffuseurs		91.9	89.8	2.1	90.4	87.4	3.0	89.7	90.5	-0.8	88.2	86.0	2.2	88.6	81.8	6.8
DHX		3.0	2.9	0.1	4.0	2.3	1.7	3.9	2.5	1.4	2.6	2.9	-0.3	2.0	3.8	-1.8
APTN		2.4	4.6	-2.2	2.7	5.3	-2.6	3.3	2.2	1.1	5.4	2.1	3.3	5.4	2.9	2.5
New Tang Dynasty TV		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	-2.3	0.0	3.4	-3.4
TVO		0.9	0.7	0.2	1.0	1.4	-0.4	1.0	1.5	-0.5	1.3	1.4	-0.1	1.3	2.3	-1.0
Allarco		0.0	0.0	0.0	0.1	0.4	-0.3	0.1	0.4	-0.3	0.7	2.2	-1.5	0.8	1.7	-0.9
Blue Ant Media		0.1	0.3	-0.2	0.1	1.1	-1.0	0.1	1.5	-1.4	0.4	1.6	-1.2	0.6	1.2	-0.6
Knowledge		0.3	0.5	-0.2	0.3	0.9	-0.6	0.4	0.6	-0.2	0.4	0.4	0.0	0.4	0.8	-0.4
Stornoway		0.3	0.8	-0.5	0.4	0.7	-0.3	0.6	0.7	-0.1	0.5	0.8	-0.3	0.5	0.4	0.1
Gusto		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	-0.4
ZoomerMedia		1.1	0.4	0.7	1.0	0.5	0.5	0.9	0.1	0.8	0.5	0.3	0.2	0.4	0.3	0.1
Fight Media		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	-0.3
Hollywood Suite		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	-0.2
AMI		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	-0.2
WIN HD		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	-0.2
OUTtv		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	-0.1
Total, petits télédiffuseurs		8.1	10.2	-2.1	9.6	12.6	-3.0	10.3	9.5	0.8	11.8	14.0	-2.2	11.4	18.2	-6.8
Total général		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0	
Valeur de 1 % (en k\$)		\$284	\$1,606		\$272	\$1,543		\$260	\$1,471		\$260	\$1,475		\$261	\$1,480	

Langue française																
Pondération du RH = 25 %																
	Différence positive ou négative	2011-2012			2012-2013			2013-2014			2014-2015			2015-2016		
		RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence	RH	Autres facteurs	Différence
Radio-Canada		39.2	37.4	1.8	39.0	41.3	-2.3	39.2	37.9	1.3	42.0	33.3	8.7	42.6	36.6	6.0
TVA		22.5	23.4	-0.9	22.2	19.5	2.7	23.1	26.7	-3.6	21.5	30.1	-8.6	23.0	25.9	-2.9
Bell Média		11.8	16.3	-4.5	12.6	14.4	-1.8	13.5	14.8	-1.3	12.1	14.2	-2.1	12.0	14.9	-2.9
Corus Média		6.5	6.4	0.1	6.2	6.8	-0.6	5.5	7.1	-1.6	5.1	7.3	-2.2	5.0	6.5	-1.5
Total, grands télédiffuseurs		80.0	83.5	-3.5	80.0	82.0	-2.0	81.3	86.5	-5.2	80.7	84.9	-4.2	82.6	83.9	-1.3
Télé-Québec		9.2	8.9	0.3	9.3	9.5	-0.2	9.2	9.4	-0.2	8.1	7.1	1.0	7.7	6.9	0.8
TV5		1.3	1.3	0.0	1.2	1.6	-0.4	1.2	1.7	-0.5	1.4	2.9	-1.5	2.0	4.3	-2.3
TFO		3.8	3.4	0.4	3.7	4.7	-1.0	3.3	1.1	2.2	5.5	3.1	2.4	4.3	3.1	1.2
V Média		4.0	1.6	2.4	3.9	1.5	2.4	3.4	0.9	2.5	2.9	1.2	1.7	2.1	1.0	1.1
APTN		1.7	1.3	0.4	1.9	0.7	1.2	1.6	0.3	1.3	1.4	0.5	0.9	1.3	0.4	0.9
DHX		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0.1	-0.1	0	0.3	-0.3	0.0	0.4	-0.4
Total, petits télédiffuseurs		20.0	16.5	3.5	20.0	18.0	2.0	18.7	13.5	5.2	19.3	15.1	4.2	17.4	16.1	1.3
Total		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0		100.0	100.0	
Valeur de 1 % (en k\$)		\$225	\$675					\$214	\$642		\$215	\$646		\$216	\$648	

Remarque : Groupes de propriété selon la situation actuelle.

ANNEXE 4 (suite)

Part du rendement historique dans l'allocation totale, tous genres confondus
Part (en %) des allocations d'ER par télédiffuseur

<i>Langue anglaise (pondération du facteur = 15 %)</i>	<i>2011-2012</i>	<i>2012-2013</i>	<i>2013-2014</i>	<i>2014-2015</i>	<i>2015-2016</i>
<i>CBC</i>	17.0	15.9	15.5	16.5	16.7
<i>Bell Media</i>	13.9	16.1	16.3	15.1	17.5
<i>Shaw Media</i>	15.3	15.5	15.9	16.5	14.9
<i>Corus</i>	14.5	14.9	14.0	15.2	16.0
<i>Rogers Media</i>	10.6	9.2	6.1	7.0	11.0
<i>DHX</i>	15.2	23.2	21.8	14.0	8.7
<i>APTN</i>	8.3	8.3	21.3	31.3	24.4
<i>New Tang Dynasty TV</i>	n.d.	n.d.	n.d.	0.0	0.0
<i>TVO</i>	17.6	11.1	10.0	14.3	9.1
<i>Allarco</i>	25.6	2.4	5.8	5.4	8.0
<i>Blue Ant Media</i>	6.5	1.2	1.0	3.9	8.7
<i>Knowledge</i>	9.8	6.2	10.3	16.5	8.2
<i>Stornoway</i>	6.3	10.2	13.5	9.5	18.2
<i>Gusto</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.0
<i>ZoomerMedia</i>	31.1	27.2	53.4	19.6	22.4
<i>Fight Media</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.0
<i>Hollywood Suite</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.1
<i>AMI</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.0
<i>WIN HD</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.0
<i>OUTtv</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1.2

<i>Langue française (pondération du facteur = 25 %)</i>	<i>2011-2012</i>	<i>2012-2013</i>	<i>2013-2014</i>	<i>2014-2015</i>	<i>2015-2016</i>
<i>Radio-Canada</i>	25.9	24.0	25.7	29.6	27.9
<i>TVA</i>	24.3	27.5	22.4	19.2	22.8
<i>Bell Média</i>	19.5	22.6	23.3	22.2	21.3
<i>Corus Média</i>	25.1	23.2	20.5	18.7	20.6
<i>Télé-Québec</i>	25.7	24.7	24.6	27.5	27.2
<i>TV5</i>	25.6	19.7	19.4	14.2	13.6
<i>TFO</i>	27.1	20.7	48.7	37.2	31.6
<i>V Média</i>	44.8	46.7	57.3	44.0	39.7
<i>APTN</i>	30.1	47.3	67.6	47.8	49.1
<i>DHX</i>	n.d.	0.0	0.0	0.0	0.0

ANNEXE 5

Part du facteur investissement en médias numériques dans l'allocation totale

Tous genres confondus

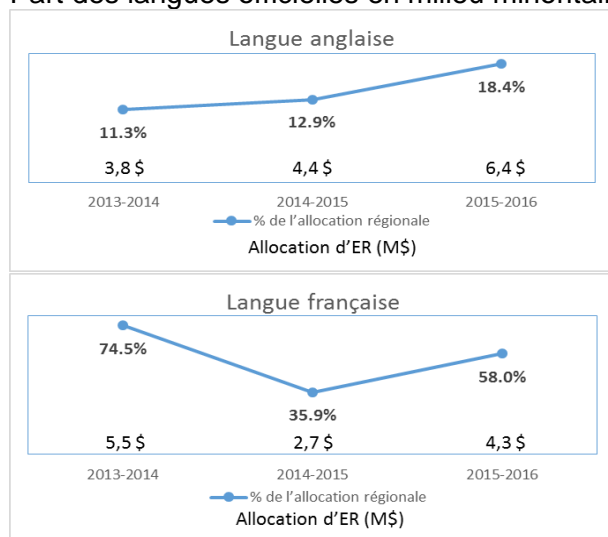
Part (en %) des allocations d'ER par télédiffuseur

<i>Langue anglaise</i>					
%	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16
Pondération du facteur	5	10	10	10	10
CBC	22.0	22.4	48.8	21.3	18.7
Bell Media	9.5	14.3	1.9	1.8	2.2
Shaw Media	12.5	0.0	5.7	6.2	3.3
Corus	12.2	15.4	8.8	8.7	4.9
Rogers Media	7.1	7.9	6.8	2.2	1.4
Total, grands télédiffuseurs	63.3	60.0	72.0	40.2	30.5
DHX	5.4	4.2	4.0	2.4	3.3
APTN	22.7	21.7	3.3	3.2	5.3
New Tang Dynasty TV	0.0	0.0	0.0	19.0	28.7
TVO	0.9	0.9	1.2	0.0	1.1
Allarco	0.0	1.1	2.2	17.7	11.5
Blue Ant Media	0.9	7.8	10.6	9.8	4.6
Knowledge	1.8	3.3	1.1	0.2	1.7
Stornoway	0.0	0.4	5.6	7.0	3.5
Gusto	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7
ZoomerMedia	5.0	0.6	0.0	0.5	0.9
Fight Media	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5
Hollywood Suite	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9
AMI	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
WIN HD	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
OUTtv	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
Total, petits télédiffuseurs	36.7	40.0	28.0	59.8	69.5
Total général	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Valeur de 1 % (en k\$)	95	182	173	174	174
<i>Langue française</i>					
%	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16
Pondération du facteur	5	10	10	10	10
Radio-Canada	55.1	52.5	32.1	35.4	32.5
TVA	5.9	16.6	36.0	30.2	27.6
Bell Média	12.2	9.5	13.9	8.3	13.0
Corus Média	5.0	1.5	2.9	1.6	2.6
Total, grands télédiffuseurs	78.2	80.1	84.9	75.5	75.7
Télé-Québec	8.2	9.2	6.9	5.7	5.1
TV5	1.1	1.8	1.4	4.8	5.2
TFO	5.6	5.2	5.4	10.7	10.0
V Média	3.1	0.0	0.0	0.9	2.1
APTN	3.8	3.7	1.4	2.4	1.9
DHX	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total, petits télédiffuseurs	21.8	19.9	15.1	24.5	24.3
Total général	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Valeur de 1 % (en k\$)	45	89	86	86	86

ANNEXE 6

Graphique 1

Part des langues officielles en milieu minoritaire au sein du facteur régional, par marché



Graphique 2

Financement du FMC octroyé aux régions de langue officielle en milieu minoritaire, par programme (production)

	K\$					%				
	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
<i>Langue anglaise en milieu minoritaire</i>										
Programme des ER	9,251	7,324	7,991	4,102	8,789	69.5	72.0	62.6	50.5	69.3
Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire	n.d.	n.d.	n.d.	3,000	3,301	n.d.	n.d.	n.d.	36.9	26
Mesure incitative pour la production de langue anglaise	3,857	2,266	3,566	n.d.	n.d.	28.9	22.2	28.0	n.d.	n.d.
Programme de documentaires d'auteur de langue anglaise	210	557	1,204	697	600	1.6	5.5	9.4	8.6	4.7
Programme autochtone	0	0	0	328	0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0
Mesure incitative pour les médias numériques convergents	n.d.	29	0	0	0	n.d.	0.3	0.0	0.0	0.0
Total, langue anglaise en milieu minoritaire	13,318	10,176	12,761	8,127	12,690	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total, langue anglaise	185,629	204,063	210,125	197,116	201,266					
Part du Québec dans le financement régional	19.1	13.8	14.0	9.9	15.2					
<i>Langue française en milieu minoritaire</i>										
Programme de production de langue française en milieu minoritaire	8,440	10,208	9,917	9,883	9,657	81.0	88.8	94.9	95.8	93.8
Programme des ER	1,980	1,293	531	436	635	19.0	11.2	5.1	4.2	6.2
Mesure incitative pour les médias numériques convergents	n.d.	0	0	0	324	n.d.	0.0	0.0	0.0	3.1
Total, langue française en milieu minoritaire	10,420	11,501	10,448	10,319	10,292	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total, langue française	95,880	99,680	103,211	99,094	99,912					

ANNEXE 7

Nombre de longs métrages soutenus par le FMC
De 2010-2011 à 2014-2015

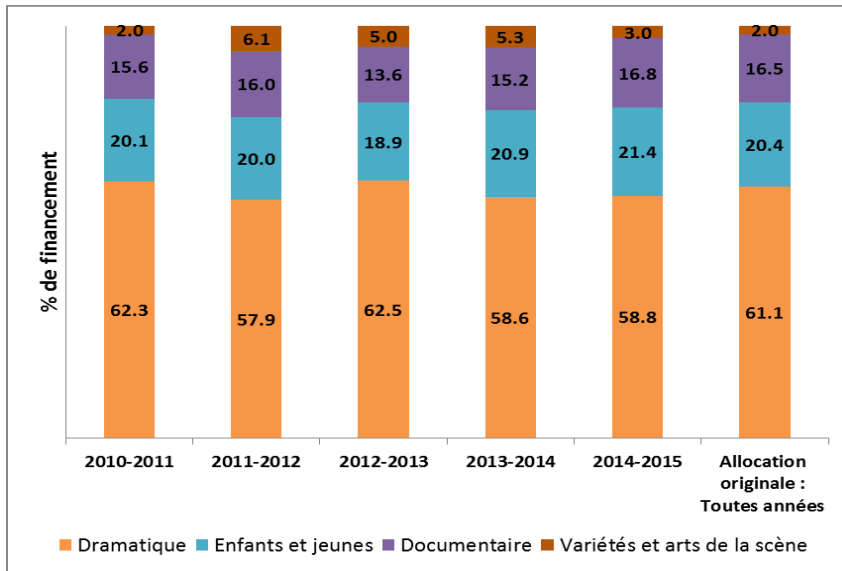
	<i>Dramatiques</i>	<i>Enfants et jeunes</i>	<i>Documentaires</i>	<i>VAS</i>	<i>Total</i>
Langue française	12	2	133	4	151
Langue anglaise	9	5	49	26	89
Autochtone	2	1	3	0	6
Total	23	8	185	30	246

2012-2013 Année complète de diffusion SA-NHE - Simulation v.3 (Financé par le FMC seulement)											
Crédits Long métrage destiné aux salles (FMC seulement)	Part de NHE du télédiffuseur (projetée)	Valeur projetée du crédit NHE par télédiffuseur long métrage destiné aux salles				Part projetée des ER (NHE) pour long métrage destiné aux salles pour tout NHE soumis pour crédit					
		NHE	x1 NHE	x3 NHE	x5 NHE	x10 NHE	x1 NHE	x3 NHE	x5 NHE	x10 NHE	
Total CBC	1782.5	1.0%	\$ 139,397	\$ 417,151	\$ 690,739	\$ 1,359,422	0.3%	1.0%	1.6%	3.2%	
Total City	204.2	0.3%	\$ 15,970	\$ 48,208	\$ 80,286	\$ 160,269	0.0%	0.1%	0.2%	0.4%	
Total CTV	937.8	0.8%	\$ 73,338	\$ 220,491	\$ 366,221	\$ 726,195	0.2%	0.5%	0.9%	1.7%	
Total global	0.0	0.0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
M / Movie Central	1064.7	17.0%	\$ 83,269	\$ 250,171	\$ 415,325	\$ 822,625	0.2%	0.6%	1.0%	1.9%	
Grand total	3989.2	0.7%	\$ 311,974	\$ 936,021	\$ 1,552,571	\$ 3,068,511	0.7%	2.2%	3.6%	7.2%	
Total dramatique NHE en 2012-2013	540367.7										
Total dramatique NHE y compris long métrage destiné aux salles (projeté)	544356.9										
Total valeur du crédit SA-NHE	\$ 42,571,666										
2012-2013 Année complète de diffusion SA-EOPD - Simulation (Financé par le FMC seulement)											
Crédits Long métrage destiné aux salles (FMC seulement)	Part de EOPD du télédiffuseur (projetée)	Valeur projetée du crédit NHE par télédiffuseur long métrage destiné aux salles				Part projetée des ER (EOPD) pour long métrage destiné aux salles pour tout EOPD soumis pour crédit					
		EOPD	x1 EOPD	x3 EOPD	x5 EOPD	x10 EOPD	x1 EOPD	x3 EOPD	x5 EOPD	x10 EOPD	
Total CBC	0	0.0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
Total City	204.2	8.2%	\$ 15,129	\$ 45,256	\$ 75,210	\$ 149,347	0.1%	0.3%	0.5%	0.9%	
Total CTV	0	0.0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
Total global	0	0.0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
M / Movie Central	105.9	6.2%	\$ 7,846	\$ 23,470	\$ 39,004	\$ 77,453	0.0%	0.1%	0.2%	0.5%	
Grand total	310.1	0.1%	\$ 22,975	\$ 68,726	\$ 114,214	\$ 226,800	0.1%	0.4%	0.7%	1.4%	
Total dramatique EOPD en 2012-2013	214388.3										
Total dramatique EOPD y compris long métrage destiné aux salles (projeté)	214698.4										
Total valeur du crédit SA-EOPD	\$ 15,906,635										

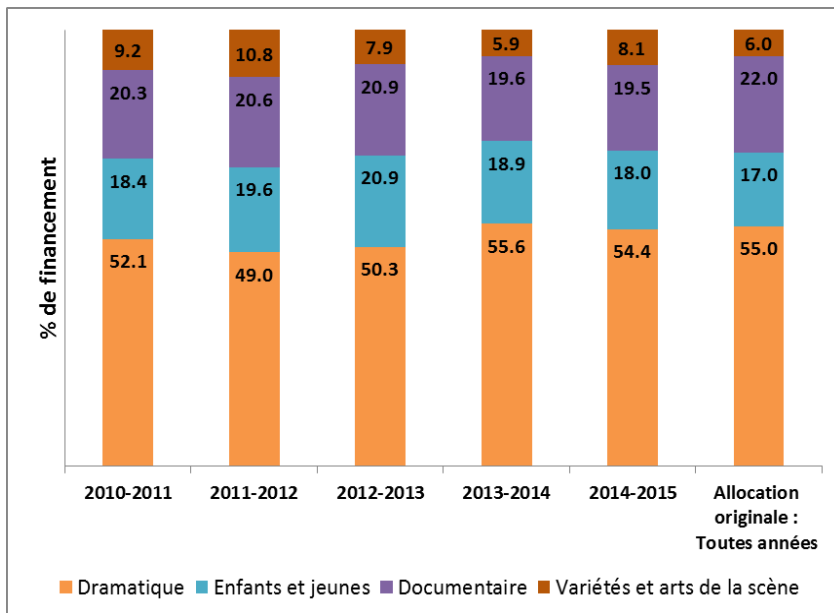
ANNEXE 8

Part par genre des engagements d'enveloppes de rendement sur cinq ans

Langue anglaise



Langue française



ANNEXE 9

Tendances des engagements en production affiliée et interne par type de requérant
Engagements d'ER en production convergente par langue du télédiffuseur

