

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Futur modèle de programme du FMC — contenu linéaire

Les 6 et 19 octobre 2022

Introduction

En juin 2021, le FMC a entendu un millier d'intervenants dans le cadre de consultations sur l'évolution de l'industrie. Les commentaires reçus ont été synthétisés dans le rapport [Nourrir la flamme : ce que nous avons entendu](#).

Les parties prenantes de l'industrie conviennent que le FMC joue et doit continuer de jouer son rôle unique et fondamental au sein de l'industrie des écrans — favoriser, financer et promouvoir les propriétés intellectuelles (PI) et le contenu canadiens destinés aux écrans, créés et détenus par des Canadiennes et des Canadiens, vus et vécus par les gens d'ici —, mais qu'il est essentiel qu'il élargisse la façon dont il s'acquitte de ce mandat pour faire écho à la nature mondiale et multiplateforme de l'industrie.

Par ailleurs, elles conviennent généralement qu'il est nécessaire de modifier le modèle de financement du FMC. Pendant toutes les consultations, les participants ont exprimé leur soutien envers l'adoption par le FMC d'une démarche à la flexibilité accrue, axée sur le contenu sans égard à la plateforme qui permettra aux sociétés de production, aux créatrices et créateurs, aux propriétés intellectuelles (PI) et aux contenus d'ici de connaître du succès au pays et à l'étranger.

Certains des changements demandés par les intervenantes et intervenants ne seront possibles que si le financement est accru et si les exigences contraignantes prévues par l'entente de contribution du FMC avec Patrimoine canadien sont allégées. Toutefois, le FMC a commencé à aborder d'autres éléments qui seront élargis au fil du temps (p. ex., politiques en matière de croissance et d'inclusion, financement d'un portfolio de projets).

L'ensemble des membres de l'industrie doit composer avec la réalité post-pandémique et attend les changements imminents qui seront apportés à la *Loi sur la radiodiffusion* et à la *Loi sur les télécommunications* par le projet de loi C-11 (et les instructions afférentes du Cabinet au CRTC sur la façon dont ce dernier devra déployer ses nouveaux pouvoirs réglementaires). Dans ce contexte, le FMC reconnaît que le secteur canadien de la radiodiffusion et de la production est à une période charnière.

Compte tenu des bouleversements qui surviennent sur le marché et du calendrier de la réforme législative, le FMC doit à la fois maintenir les mesures de soutien actuelles (en étirant le modèle le plus possible) et jeter les bases d'un nouveau modèle de financement du contenu innovateur pour s'assurer d'être prêt pour l'avenir, et que l'industrie continue de se développer.

Les deux groupes de travail qui se tiendront en octobre se pencheront sur le contenu linéaire. Un autre groupe de travail (prévu à la mi-novembre 2022) étudiera le Volet expérimental et le contenu interactif.

Thèmes de discussion

6 octobre

1. Simplification de la structure des programmes
2. Particularités des marchés linguistiques
3. Évaluation de l'intérêt du marché et déclencheurs de financement
4. Placer la croissance et l'inclusion au centre des discussions
 - a. Responsabilisation dans la création de contenu et positionnement narratif
 - b. Programmes et initiatives
5. Mesures d'assouplissement des programmes du FMC en réponse à la COVID-19

19 octobre

6. Responsabilité à l'égard de l'environnement et production durable
7. Renforcement des capacités et création de PI
8. Approche à l'international
9. Éléments de transition en vue d'un nouveau modèle de programme
10. Définition du contenu canadien

1. Simplification de la structure des programmes

Au cours des dernières années, en plus du Soutien aux activités de développement de l'industrie, le FMC a offert annuellement environ 35 programmes et partenariats différents pour financer le contenu qui ont fait l'objet de plus de 2000 demandes par exercice financier. Ces programmes soutiennent l'industrie du prédéveloppement à la production et à l'exportation. S'ils offrent une variété d'options aux parties prenantes, le nombre de possibilités est parfois étourdissant pour les requérants et soulève des problèmes dans l'administration des programmes.

Le mode de sélection d'un programme entre aussi en jeu. Par exemple, les programmes « premier arrivé, premier servi » sont légèrement plus prévisibles que les programmes sélectifs, et ne sont pas assortis d'un long processus de sélection par jury. Toutefois, il est fréquent que le FMC reçoive un nombre excédentaire de demandes, doive distribuer les fonds dont il dispose de façon proportionnelle (au prorata) entre les requérants admissibles et doive gérer les attentes de ces derniers en matière d'accessibilité à des financements.

Par ailleurs, dans les programmes sélectifs, les demandes sont étudiées de près, mais les demandes fortement excédentaires sont fréquentes et les requérants non retenus doivent ainsi attendre très longtemps avant de pouvoir présenter une nouvelle demande, et ce, quand ils le peuvent. À titre de référence, veuillez vous reporter à l'Annexe A pour accéder à un sommaire des différentes méthodes de sélection que le FMC utilise dans le cadre des programmes du Volet convergent.

- **Comment peut-on faire évoluer et/ou simplifier la grille actuelle des programmes du FMC afin qu'elle continue à répondre aux besoins de l'industrie?**
- **Tous les programmes sélectifs dont les demandes ne sont pas ou sont peu excédentaires devraient-ils fonctionner selon le principe du « premier arrivé, premier servi » (p. ex., le Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire)?**
- **Les programmes aux thèmes semblables (p. ex., programmes régionaux, programmes de développement) devraient-ils être combinés?**
- **Devrait-on envisager d'autres méthodes de sélection jusqu'alors jamais utilisées par le FMC?**

2. Particularités des marchés linguistiques

Conformément à l'entente de contribution, le tiers du budget des programmes du FMC est destiné au soutien du contenu de langue française¹. Dans sa plateforme électorale, le Parti libéral avait signalé que cette proportion devrait passer à 40 %.

L'industrie reconnaît les différences entre les marchés de langue française et de langue anglaise. En règle générale, la démarche relative au financement du contenu audiovisuel est semblable dans les deux marchés, comme le sont les méthodes de production et l'aide à la production. Il y a toutefois des différences pratiques en ce qui concerne les débouchés et les activités commerciales. Par exemple, les devis moyens, les droits de diffusion, les avances de distribution, le financement de sources étrangères, les ventes brutes et le rayonnement auprès de l'auditoire des projets financés par le FMC varient grandement entre les deux marchés linguistiques.

Le FMC tente d'appliquer une méthode juste et flexible quant à la façon de mieux soutenir ces différents marchés en fonction des données et des propositions des membres de l'industrie.

Dans le passé, les intervenantes et intervenants de langue française et anglaise ont convenu que des démarches distinctes pouvaient être envisagées. Certaines des questions suivantes ont été posées à la réunion du [Groupe de travail sur les enveloppes de rendement](#), tenue le 22 septembre, mais il est essentiel d'évaluer les besoins des deux marchés linguistiques de façon générale au sein de tous les programmes de financement du contenu linéaire du FMC.

¹ Il est à noter que cette proportion s'applique à l'ensemble du budget des programmes du FMC, et non à chacun des programmes séparément.

- Afin de mieux tenir compte des particularités des marchés linguistiques, quelles mesures supplémentaires le FMC devrait-il envisager?
- Comment le FMC peut-il favoriser l'exportation et les débouchés internationaux propres à chaque marché linguistique? Quelles mesures peuvent être prises pour stimuler les ventes et l'intérêt?
- Dans l'esprit de la Stratégie d'équité et d'inclusion du FMC, quels facteurs devraient être pris en considération pour soutenir les groupes en quête d'équité et de souveraineté dans les deux marchés?
- Les deux marchés linguistiques ont-ils besoin de différentes mesures de soutien et d'interventions?
- Y a-t-il des changements à apporter immédiatement dans les deux marchés s'il n'y a pas de nouveaux fonds disponibles?

3. Évaluation de l'intérêt du marché et déclencheurs de financement

Les projets financés par le FMC doivent répondre aux besoins de l'ensemble des auditoires canadiens. Toutefois, le modèle de la production de contenu se mondialisant, un éventail accru de systèmes d'évaluation de l'intérêt du marché qui sont utilisés pour déclencher du financement doit être pris en considération. Même si l'écoute de contenu linéaire sur les services en ligne continue d'augmenter alors que l'écoute de la télévision classique diminue², le Volet convergent exige actuellement que les droits de diffusion de tous les projets soient acquis par des télédiffuseurs canadiens (et leurs plateformes en ligne)³.

Dans un contexte où d'autres intervenants du marché⁴ investissent dans le développement, la production et l'exploitation de récits canadiens et où il souhaite prioriser l'accroissement des débouchés pour les groupes en quête d'équité et de souveraineté et l'accès aux marchés internationaux le FMC est conscient que d'autres modèles pourraient être utilisés pour assurer la diversité et le dynamisme du système. Certains fonds et systèmes de financement gouvernementaux utilisent des déclencheurs de financement différents de ceux du FMC qui peuvent être examinés.

- Quelles autres évaluations de l'intérêt du marché le FMC devrait-il envisager en ce qui a trait au déclenchement d'un financement?

² <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2022/rad.htm#a7.3.3>.

³ Il s'agit d'une exigence de l'entente de contribution entre le FMC et le ministère du Patrimoine canadien.

⁴ À titre de référence, veuillez vous reporter au graphique 1 de l'Annexe B représentant une répartition des financements des productions télévisuelles pour l'ensemble des programmes du Volet convergent en 2021-2022.

- De quelle façon le FMC peut-il améliorer l'inclusion dans son traitement des évaluations de l'intérêt du marché et des déclencheurs de financement? Le FMC devrait-il utiliser des déclencheurs différents pour les groupes en quête d'équité et de souveraineté?
- De quelle façon les nouveaux déclencheurs pourraient-ils être intégrés aux programmes du FMC? Quel équilibre le FMC doit-il établir entre les déclencheurs actuels (télédiffuseurs canadiens) et de potentiels nouveaux déclencheurs qui confirmeraient également l'intérêt du marché?
- Est-il nécessaire d'adopter des démarches différentes en fonction des deux marchés? Par langue? Par genre? En fonction d'autres facteurs? Par programme?
- Quelles seraient les conséquences d'un changement, quel qu'il soit, sur les petits télédiffuseurs et les autres parties?
- Quelles seraient les incidences de l'élargissement des déclencheurs sur la rétention des droits des PI canadiennes?

4. Placer la croissance et l'inclusion au centre des discussions

Au début de 2021, grâce à un financement accru du gouvernement fédéral, le FMC a lancé sa [Stratégie d'équité et d'inclusion](#). Ce financement supplémentaire de 20 millions de dollars sur trois ans (qui devrait prendre fin en 2023-2024) vise à soutenir les groupes en quête d'équité et de souveraineté de tout le pays. Depuis la mise en œuvre de la stratégie, le FMC a entrepris un certain nombre d'initiatives, y compris l'élargissement de ses programmes et mesures incitatives destinés à ces groupes, la création de nouveaux programmes et mesures, l'actualisation de ses politiques et de ses Principes directeurs, le soutien à des initiatives de développement de l'industrie, la hausse du soutien à l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et le renforcement de ses initiatives de collecte de données.

Le FMC reconnaît que les créatrices et créateurs des groupes en quête d'équité et de souveraineté se butent depuis longtemps à des obstacles à l'accès au financement. Ces obstacles ont donné lieu à un manque flagrant de diversité dans la narration canadienne et de représentation concrète et variée (notamment un manque d'authenticité dans les récits et de positionnement narratif) à la fois sur les écrans et hors des écrans, ainsi qu'à des manques en ce qui a trait à la détention de propriétés intellectuelles et au développement des entreprises.

a. Responsabilisation dans la création de contenu et positionnement narratif⁵

En ce qui a trait au positionnement narratif (la façon dont le contexte dans lequel se trouve un individu ou son identité influence sa façon de voir le monde), le rôle du FMC consiste à encourager une plus grande responsabilisation, une plus grande transparence et un meilleur engagement auprès des communautés. La Stratégie d'équité et d'inclusion 2021-2023 du FMC précise que :

Le mandat du FMC, qui vise à favoriser la diversité des voix, sous-tend la responsabilité de soutenir les artistes et les créateurs de groupes sous-représentés, afin de leur permettre de faire entendre leurs voix et de faire connaître leurs histoires et leurs perspectives par la création et l'exploitation de contenu.⁶

En outre, à mesure que l'inclusion et la participation d'intervenantes et d'intervenants issus de groupes en quête d'équité et de souveraineté se développent au sein de l'industrie, d'importantes questions se posent à l'égard de la responsabilisation et du positionnement narratif par rapport à la création de contenu, à l'engagement responsable auprès des communautés et à l'équité d'accès.

C'est pourquoi le FMC songe à élaborer une nouvelle politique et de nouveaux processus en vertu desquels tous les requérants pourraient devoir indiquer leurs motivations et leur intérêt envers le sujet du projet, ainsi que leurs relations avec le contenu et la façon dont ils feront participer de façon responsable le ou les groupes concernés.

- **Est-ce que la Déclaration de la productrice ou du producteur⁷ actuellement exigée dans le cadre du Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR) et le Programme autochtone devrait être élargie en vue de recueillir plus d'information quant au positionnement narratif des requérants et des équipes de création dans tous les programmes du FMC? Cette démarche permettra-t-elle d'accroître la responsabilisation dans la création de contenu?**
 - Cette approche permettra-t-elle d'encourager une plus grande responsabilisation dans la création de contenu?
 - Quels autres mécanismes pourraient permettre d'atteindre notre objectif d'encourager une plus grande transparence et responsabilisation?
- **Compte tenu de la nécessité urgente de s'assurer que toutes les communautés et les groupes vulnérables du Canada sont représentés de façon respectueuse et**

⁵ Le FMC reconnaît que la terminologie dans le domaine est amenée à évoluer et demeurera ouvert aux modifications de langage qui s'imposeront.

⁶ Veuillez consulter la [Stratégie d'équité et d'inclusion du FMC](#) sur le site web de l'organisation.

⁷ En 2021-2022, le FMC a ajouté une Déclaration de la productrice ou du producteur comme critère d'évaluation dans le cadre du Programme autochtone et du Programme pilote pour les communautés racisées. Il est demandé aux Requérants de préciser le lien spécifique qui unit les équipes de production et de création avec le matériel soumis et dans quelle mesure elles sont culturellement habilitées à raconter l'histoire ou à explorer le sujet d'un projet.

responsable, quels mécanismes le FMC doit-il envisager afin d'assurer le respect des normes les plus élevées dans la représentation, et ce, à toutes les phases de la création de contenu (du développement à la distribution)?

- **Comment pouvons-nous encourager l'adoption de pratiques plus responsables au sein du FMC et dans l'industrie en général (i.e., les télédiffuseurs, les guildes, les syndicats, etc.)?**
- **Comment peut-on efficacement mesurer l'adoption de pratiques responsables?**

b. Programmes et initiatives

Par l'intermédiaire de PERSONA-ID, son nouveau système d'auto-identification volontaire, le FMC vise à mesurer la représentation démographique et la participation des requérants et des personnes qui occupent des postes créatifs clés dans leurs projets. En outre, le FMC, principalement grâce au travail de l'équipe Croissance et Inclusion, établit de plus en plus de collaborations et de partenariats, tout en menant des recherches pour mieux comprendre les besoins de différents groupes en quête d'équité et de souveraineté. Par le biais de consultations régulières, le FMC continue d'échanger avec l'ensemble des intervenantes et intervenants de l'industrie, échanges qui lui permettent de nourrir le développement de ses futurs programmes et politiques.

Grâce à des possibilités accrues, pour les groupes en quête d'équité et de souveraineté, de créer des contenus et de transmettre leurs propres histoires, les auditoires d'ici et d'ailleurs auront la chance de découvrir la grande diversité et créativité du Canada et de lui faire honneur.

Le FMC continuera de proposer des mesures visant à créer des portes d'entrée et des trajectoires de réussite au sein de l'industrie pour l'ensemble des créatrices et créateurs. Il établira également des dispositifs de mesure et définira des objectifs dans tous ses programmes afin d'assurer la responsabilisation et la transparence dans l'accès au financement, la création de contenu, la représentation et l'impact des programmes. Le FMC continuera en outre de chercher des solutions pour accroître la collaboration entre les différentes parties de l'industrie et de créer des partenariats pour encourager la croissance et l'inclusion dans l'industrie audiovisuelle.

- **Outre le Programme autochtone et le PPCR – et les mesures comme les critères d'évaluation et le facteur de droits de diffusion pour des projets issus de communautés reflétant la diversité – quelles autres mesures le FMC devrait-il envisager de mettre en place pour favoriser l'accroissement de l'accès et la stabilité à long terme des créatrices et créateurs issus de groupes en quête d'équité et de souveraineté?**
- **Par son système PERSONA-ID, le FMC s'est engagé à mener une initiative de collecte de données pour répondre à son objectif de représentation de l'ensemble du Canada et s'assurer que l'élaboration de ses politiques, programmes et stratégies, dont sa Stratégie d'équité et d'inclusion, est fondée sur des données. De quelle façon le FMC pourra-t-il soutenir les parties prenantes dans leurs propres**

initiatives de collecte de données pour améliorer la représentation et l'accès au financement dans l'industrie?

- En 2021-22, le FMC a lancé son initiative [d'Aide à l'accessibilité](#) qui offre une aide financière aux individus qui se déclarent comme « personne en situation de handicap » afin de leur permettre de surmonter d'éventuels obstacles qu'ils pourraient rencontrer au cours du processus de demande de financement dans le cadre des programmes du FMC. Que devrait envisager le FMC pour accroître l'aide à l'industrie et l'accès à la création de contenu pour les personnes en situation de handicap?

5. Mesures d'assouplissement prises en raison de la COVID-19, y compris la marge de manœuvre quant au genre

En mai 2020, le FMC a mis en place un certain nombre de mesures d'assouplissement pour soutenir l'industrie, mise à l'arrêt pendant la pandémie de COVID-19.

La pandémie continuant d'avoir des répercussions sur la société et les productions, ces mesures ont été prolongées en 2021-2022 et en 2022-2023⁸.

- **Alors que le monde entre dans la phase endémique de la COVID, quelles mesures devraient être conservées?**
- **La COVID-19 a révélé certaines des plus grandes fragilités de notre système. Quel enseignement pouvons-nous retirer de la COVID-19 et parmi les mesures temporaires quelles sont celles qui peuvent soutenir la stabilité et la croissance de l'industrie?**
- **Certaines de ces mesures devraient-elles être permanentes au sein des programmes du FMC (p. ex., marge de manœuvre quant au genre, financement de portfolios de projets, hausse des allocations maximales des ER, exigences seuil réduites pour certains genres, etc.)?**

6. Responsabilité à l'égard de l'environnement et production durable

En décembre 2015, le Canada et 195 autres parties ont signé l'Accord de Paris, lequel forme la base des engagements du Canada à l'égard de la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) et de l'urgence de lutter contre les changements climatiques. L'industrie audiovisuelle a également un rôle à jouer à ce chapitre.

⁸ Consultez le [site du FMC pour en](#) savoir plus sur les [Mesures d'assouplissement 2022-2023](#) ainsi que l'Annexe C pour une présentation des résultats de ces mesures.

En 2021, le FMC a commencé à encourager les requérants à mettre en place des pratiques respectueuses de l'environnement, à recourir à des technologies propres et à réduire l'utilisation non durable de ressources dans le développement, la production et l'exploitation de leurs projets.

- **De quelle façon le FMC peut-il soutenir les intervenantes et intervenants de l'industrie dans leur volonté d'adopter des pratiques respectueuses de l'environnement?**
- **Quelles dépenses devraient être considérées comme dépenses admissibles dans les budgets des projets pour aider les créatrices et créateurs de contenu audiovisuel à prendre ce virage vers des pratiques respectueuses de l'environnement?**
- **Comment le FMC peut-il favoriser la collaboration et soutenir la transformation de l'industrie vers une diminution de son empreinte carbone et de ses émissions de GES, et l'adoption de modèles respectueux de l'environnement?**

7. Renforcement des capacités et création de PI

Le FMC offre une variété de programmes de développement et de partenariats pour soutenir la création de PI canadiennes. Le Programme de prédéveloppement, le Soutien aux premières étapes de développement, le Programme des enveloppes de développement, ainsi que les portions des budgets de divers programmes ciblés allouées au prédéveloppement et au développement offrent de l'aide directe aux PI avant qu'une plateforme ou un télédiffuseur ne s'engage pour l'étape de production. Par ailleurs, au cours des dernières années, le FMC a mis en œuvre des programmes parallèles de développement de PI afin d'offrir une flexibilité accrue aux premières étapes du développement des PI, notamment le Programme pilote de développement d'un ensemble de projets.

Puisque la production de contenu est de plus en plus mondialisée et les contenus pensés pour de vastes marchés, on assiste à l'émergence de nouveaux partenaires et débouchés. En outre, les productrices, producteurs, créatrices et créateurs se font dire que le développement de leurs projets doit être plus avancé s'ils veulent les présenter en prévente, même sur le marché canadien.

- **Comment le FMC peut-il mieux soutenir les premières étapes du développement?**
- **Le FMC devrait-il allouer une portion accrue de ses ressources au développement?**
- **Le FMC devrait-il allouer une portion accrue de ses ressources à des modèles de type financement d'un ensemble de projets?**
- **De quelles autres façons le FMC peut-il soutenir le développement des PI canadiennes et le renforcement des compétences?**

- **Le soutien au contenu comporte certains risques à l'étape du développement. Comment le FMC peut-il mesurer le succès de ces initiatives? Devrait-on revoir l'ensemble des programmes de développement de façon à répondre aux besoins de l'industrie et avoir un plus grand impact?**

8. Approche à l'international

Le FMC fait la promotion de l'excellence canadienne au pays et partout dans le monde, excellence des contenus et excellence des créatrices et créateurs. En soutenant des événements, des initiatives, ainsi que des programmes et des partenariats stratégiques, il aide les histoires et les PI canadiennes à entrer sur les marchés et favorise les débouchés internationaux. Bon nombre de ces initiatives ont été mises sur pied avec des pays qui ont déjà conclu des ententes et des traités avec le Canada ainsi qu'avec des industries audiovisuelles et des fonds de soutien bien établis.

Puisque la production de contenu est de plus en plus mondialisée et que les possibilités d'atteindre de nouveaux marchés augmentent, le FMC évalue comment favoriser l'accès aux marchés étrangers, attirer de nouvelles sources d'investissements dans les projets audiovisuels canadiens et encourager une approche inclusive dans les activités qu'il soutient.

- **Quels sont les principaux marchés que le FMC devrait cibler dans les prochaines années?**
- **Comment le FMC peut-il favoriser les ventes et l'accès aux marchés étrangers (p. ex., mesures incitatives, « matching funds », marchés ciblés)?**
- **Comment le FMC peut-il contribuer à attirer des investissements dans des projets canadiens?**
- **Y a-t-il des façons plus inclusives que les méthodes actuelles de soutenir l'accès aux marchés internationaux?**
- **À quelle étape l'industrie a-t-elle le plus besoin d'avoir accès à des débouchés internationaux? En quoi ces débouchés diffèrent-ils?**
- **En quoi les débouchés internationaux servent-ils à témoigner de l'intérêt du marché?**
- **Comment le FMC peut-il trouver un juste équilibre entre favoriser l'accès aux débouchés internationaux et répondre aux besoins de la population canadienne et de l'industrie d'ici?**

9. Éléments de transition en vue d'un nouveau modèle de programme

Dans le rapport *Nourrir la flamme* (voir le lien ci-dessus), le FMC mentionne l'adoption d'un modèle axé sur le contenu sans égard à la plateforme. Cette démarche fait écho au travail de l'industrie dans le développement de PI pour de multiples plateformes et aux habitudes des auditoires, qui écoutent du contenu de multiples façons sur différentes plateformes.

- **Dans sa transition vers une démarche axée sur le contenu sans égard à la plateforme, quels sont les éventuels enjeux que le FMC doit prendre en considération?**
- **Quel serait le calendrier le plus réaliste de cette transition afin de permettre à l'industrie de s'adapter et de tirer profit des nouvelles possibilités?**
- **Y a-t-il des enjeux particuliers à prendre en compte quant aux genres et aux formats soutenus actuellement?**

10. Définition du contenu canadien

En septembre 2022⁹, le FMC a amorcé un dialogue sur la redéfinition du contenu canadien pour l'industrie. En plus des panels ou des articles d'opinion, le FMC souhaiterait également entendre l'industrie sur les thèmes, les questions et les enjeux qui devraient être pris en considération.

Les commentaires reçus contribueront à préparer un sondage auprès de l'industrie qui devrait être mené au début de 2023.

- **Quels éléments devraient faire partie de la nouvelle définition :**
 - **Personnel clé du projet et attribution des points?**
 - **Détention et contrôle des PI?**
 - **Est-ce que seul le contenu diffusé auprès du public canadien par un télédiffuseur, une plateforme ou un service canadien devrait être considéré comme canadien?**
 - **Ou le contenu diffusé par un télédiffuseur, une plateforme ou un service étranger à des auditoires canadiens devrait-il l'être également?**
- **Quelles leçons pouvons-nous tirer des modèles de définition de contenu local en vigueur dans d'autres pays?¹⁰**
- **En quoi une nouvelle définition contribuera-t-elle à accroître l'inclusion et la diversité du contenu au sein de l'industrie?**

⁹ <https://cmf-fmc.ca/fr/news/le-fmc-suscite-un-dialogue-sur-le-contenu-canadien-dans-lensemble-de-lindustrie/>.

¹⁰ À titre de référence, veuillez consulter « [An International Comparative Study](#) » et cliquez [ici \(1^e partie\)](#) et [ici \(2^e partie\)](#) pour en savoir davantage sur la définition de Contenu canadien.

- **De quelle façon la définition s'appliquera-t-elle aux créatrices et créateurs de projets d'abord numériques ou à la production d'abord numérique?**
- **Quelles sont les incidences possibles de la définition sur les services en ligne?**
- **Quelles sont les incidences possibles de la définition sur les productions de services?**
- **Quelles sont les incidences possibles de la définition sur les coproductions internationales?**

ANNEXE A

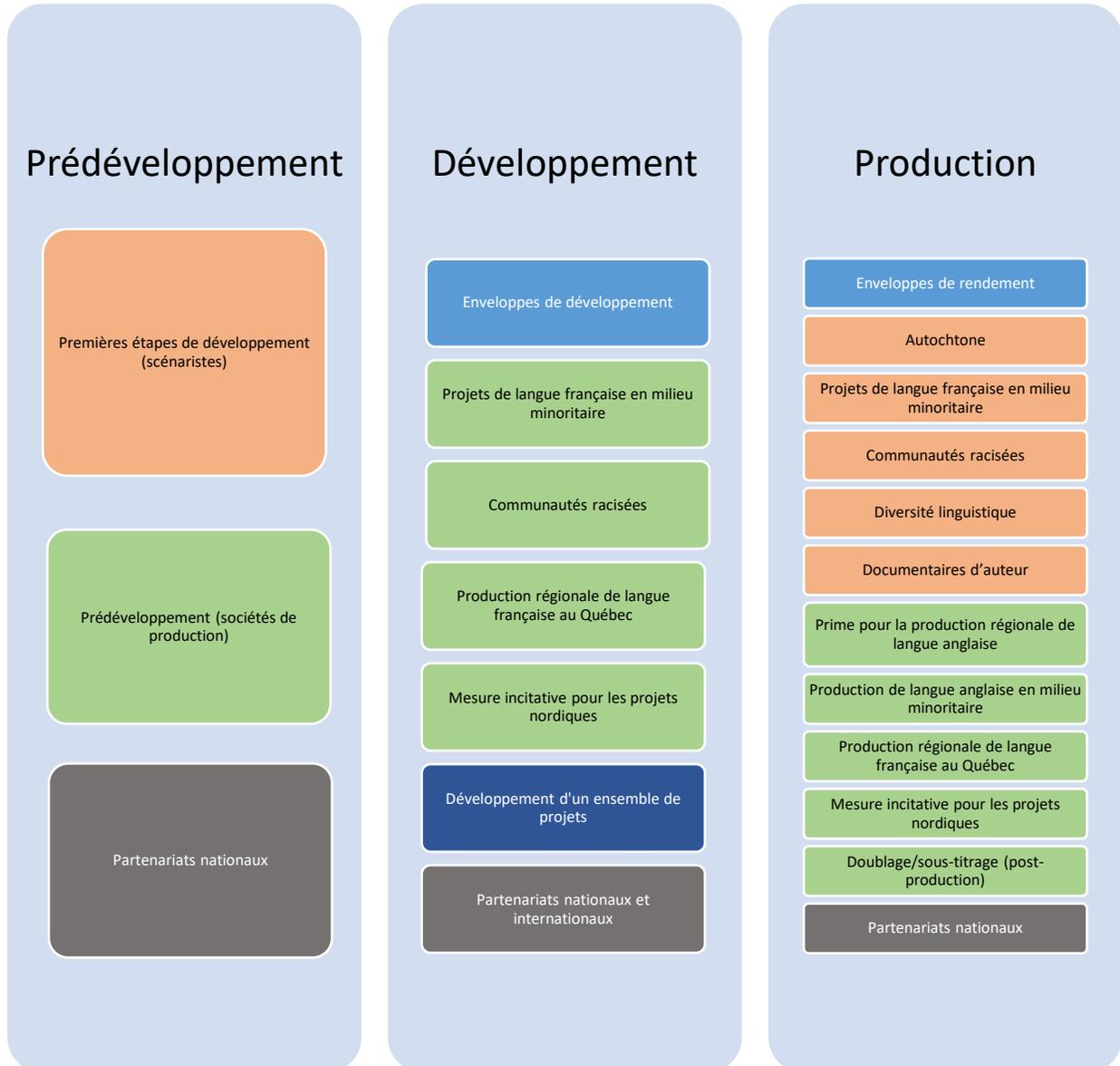
Légende

Sélectif

Premier arrivé, premier servi

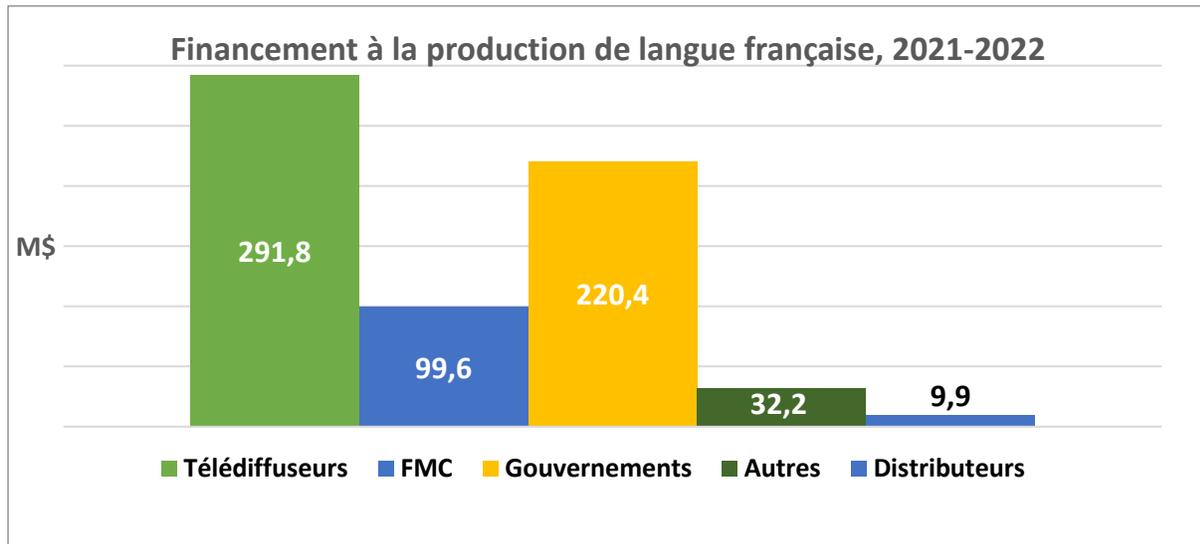
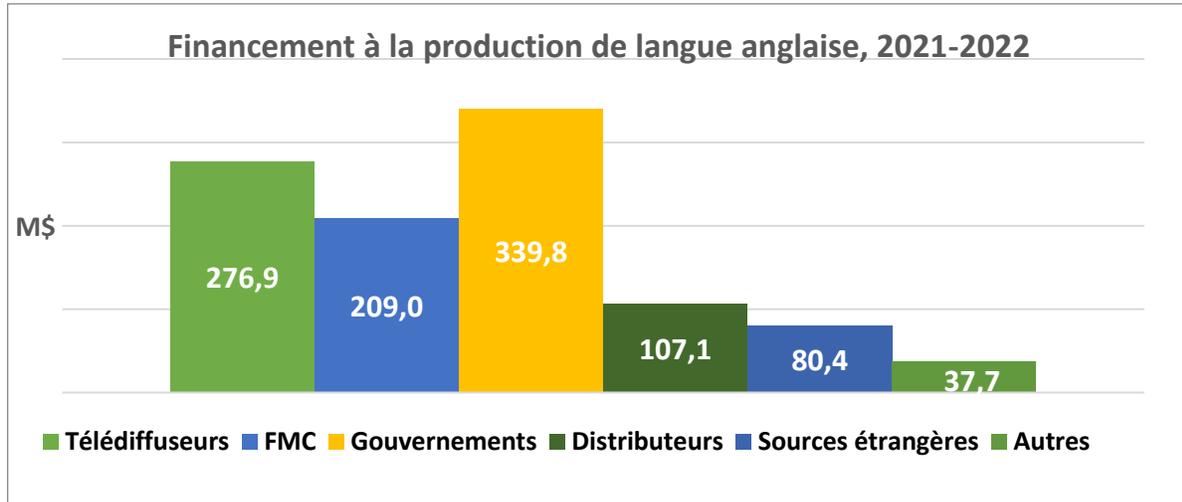
Enveloppe (financement automatique aux requérants et projets admissibles)

Partenariats (sélection effectuée par le FMC ou le partenaire)



ANNEXE B

Graphique 1 - Financement de productions télévisuelles, tous les programmes du Volet convergent



ANNEXE C

RÉSULTATS DES MESURES D'ASSOUPLISSEMENT **EN RÉPONSE À LA COVID-19**

1. PROGRAMMES DES ENVELOPPES DE RENDEMENT ET DES ENVELOPPES DE DÉVELOPPEMENT

a. Réduction du pourcentage de l'allocation d'enveloppe à engager avant la première date limite

- i. Les télédiffuseurs dont l'allocation d'enveloppe de rendement (ER) est supérieure à 2,5 millions de dollars n'ont qu'à engager 50 % de leur allocation d'ER, plutôt que 75 %, avant le 13 octobre.

Résultats pour 2022-2023 à ce jour : 14 télédiffuseurs doivent dépenser 50 % de leur allocation d'ER d'ici le 13 octobre; 8 sur 14 en ont déjà dépensé plus de 75 %.

- ii. Les télédiffuseurs de langue anglaise dont l'allocation d'enveloppe de développement (ED) est supérieure à un million de dollars et les télédiffuseurs de langue française dont l'allocation d'enveloppe de développement est supérieure à 500 000 \$ n'ont qu'à engager 50 % de leur allocation d'ED, plutôt que 75 %, avant le 27 octobre.

Résultats pour 2022-2023 à ce jour : 5 télédiffuseurs doivent dépenser 50 % de leur allocation d'ED avant le 27 octobre. Aucun d'entre eux n'en a déjà dépensé plus de 75 %.

b. Transfert de fonds entre les allocations d'enveloppes de rendement et de développement

- i. Les télédiffuseurs ayant des allocations d'enveloppes de rendement et de développement sont autorisés à transférer des fonds d'une allocation à une autre.

Résultats pour 2022-2023 : 551 000 \$ ont été transférés des ED aux ER en 2021-2022.

2. PROGRAMME DES ENVELOPPES DE RENDEMENT

a. Variétés – Exigences seuil en matière de droits de diffusion, marché de langue française

- i. Pour le marché de langue française, le FMC a modifié ses exigences seuil en matière de droits de diffusion pour les émissions de variétés comme suit :
- L'exigence seuil de 50 % pour les projets dont le devis est inférieur à 750 000 \$ l'heure est désormais de 35 % pour les projets dont le devis est inférieur à 250 000 \$ l'heure;
 - L'exigence seuil de 25 % pour les projets dont le devis est de 750 000 \$ l'heure ou plus est désormais de 25 % pour les projets dont le devis est de 250 000 \$ l'heure ou plus

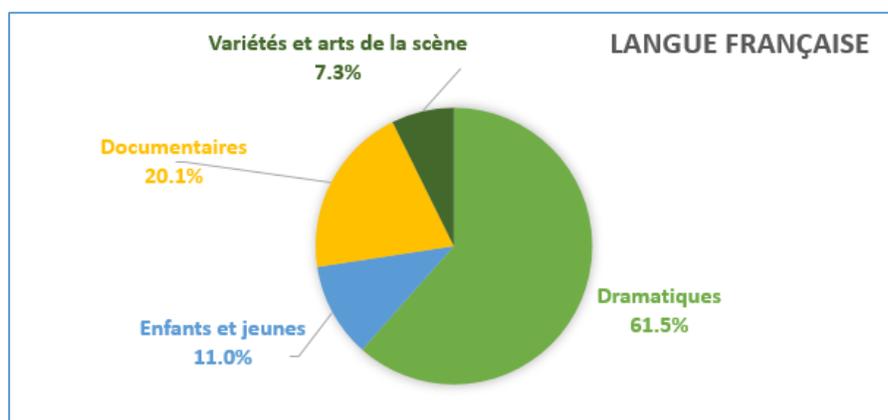
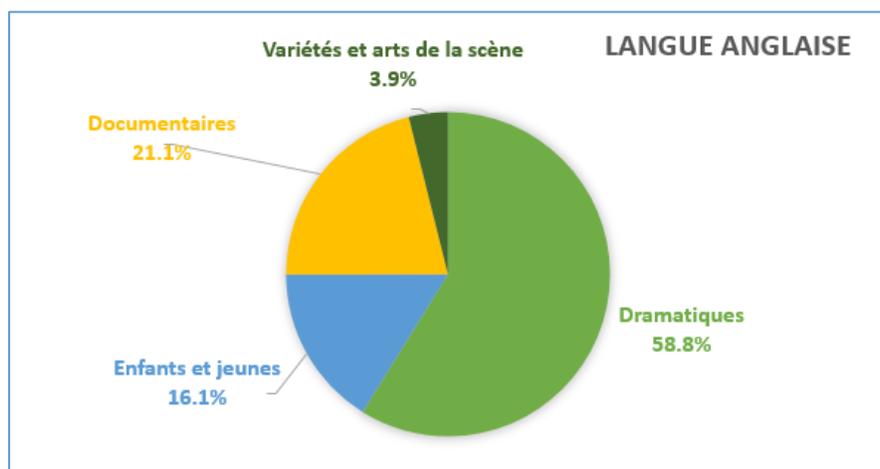
Résultats pour 2021-2022

	Nbre à l'exigence seuil	Pourcentage maximum des droits de diffusion dans le financement	Pourcentage moyen des droits de diffusion dans le financement	Nbre au-dessus de 50 %	Nbre total	% au-dessus de 50 %
< \$250 / heure	1	73%	52%	16	28	57%
	Nbre à l'exigence seuil	Pourcentage maximum des droits de diffusion dans le financement	Pourcentage moyen des droits de diffusion dans le financement	Nbre au-dessus de 25 %	Nbre total	% au-dessus de 25 %
> = \$250 / heure	0	98%	58%	18	18	100%

b. Marge de manœuvre de 100 %

- i. Tous les télédiffuseurs ayant des allocations d'enveloppe de rendement sont admissibles à la marge de manœuvre de 100 % qui permet à un Télédiffuseur canadien de verser des droits de diffusion à des projets de n'importe lequel des quatre genres du FMC. Actuellement, le Guide des enveloppes de rendement stipule que cette marge de manœuvre ne s'applique qu'aux « petits télédiffuseurs ».

Résultats pour 2021-2022 : part des genres dans les engagements d'ER



c. Augmentation de la contribution maximale

- i. La contribution maximale du FMC par projet est passée de 49 % (20 % en suppléments de droits de diffusion et 29 % en participation au capital) à 60 % (20 % en suppléments de droits de diffusion et 40 % en participation au capital).

Résultats pour 2021-2022

Nbre total de demandes	Nbre avec contribution > 49 %	% avec contribution > 49 %
474	27	6 %

3. PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT

a. Programme des enveloppes de développement

i. Modification des droits de développement minimaux

Les droits de développement suivants ont été modifiés :

- Projets de langue anglaise :
 - L'exigence seuil en matière de droits de développement est passée de 50 % à 25 % des dépenses admissibles d'un projet;
 - L'exigence seuil en matière de droits de développement des projets régionaux est passée de 25 % à 20 % des dépenses admissibles d'un projet.
- Projets de langue française :
 - L'exigence seuil en matière de droits de développement des dramatiques ou des émissions pilotes est passée de 25 % à 15 % des dépenses admissibles d'un projet.

ii. Modification du montant de la contribution maximale

La contribution maximale du FMC aux projets de langue française ou anglaise, pour tous les genres, est de 200 000 \$ ou de l'un des montants ci-dessous, si ces derniers sont inférieurs :

- 75 % (plutôt que 50 %) des dépenses admissibles d'un projet en développement;
- 80 % (plutôt que 75 %) des dépenses admissibles d'un projet régional en développement.

Résultats pour 2021-2022

% moyen de financement	Avance du FMC	Droits de développement du télédiffuseur	Sociétés de production
Anglais – non régional	60 %	39 %	1 %
Anglais – régional	66 %	30 %	4 %
Français – dramatiques	42 %	41 %	17 %
Français – autres genres	39 %	44 %	14 %

b. Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire

i. Modification des droits de développement minimaux

L'exigence seuil en matière de droits de développement des dramatiques est passée de 25 % à 15 % des dépenses admissibles d'un projet.

Résultats pour 2021-2022

% moyen de financement	Avance du FMC	Droits de développement du télédiffuseur	Sociétés de production
Français – dramatiques	60 %	27 %	12 %
Français – autres genres	74 %	24 %	2 %

c. Programme autochtone

i. Modification du montant de la contribution maximale

La contribution maximale du FMC pour tous les genres équivaut au moindre des deux montants suivants : 200 000 \$ ou 80 % des dépenses admissibles d'un projet.

Résultats pour 2021-2022

% moyen de financement	Avance du FMC	Droits de développement du télédiffuseur	Sociétés de production
	70 %	10 %	19 %

d. Programme pilote destiné aux communautés racisées

i. Modification du montant de la contribution maximale

La contribution maximale du FMC pour tous les genres équivaut au moindre des deux montants suivants : 200 000 \$ ou 80 % des dépenses admissibles d'un projet.

Résultats pour 2021-2022

% moyen de financement	Avance du FMC	Droits de développement du télédiffuseur	Sociétés de production
	59 %	27 %	12 %