

MOTEUR DE CRÉATIVITÉ

RAPPORT ANNUEL 2023-2024

DOUNIA



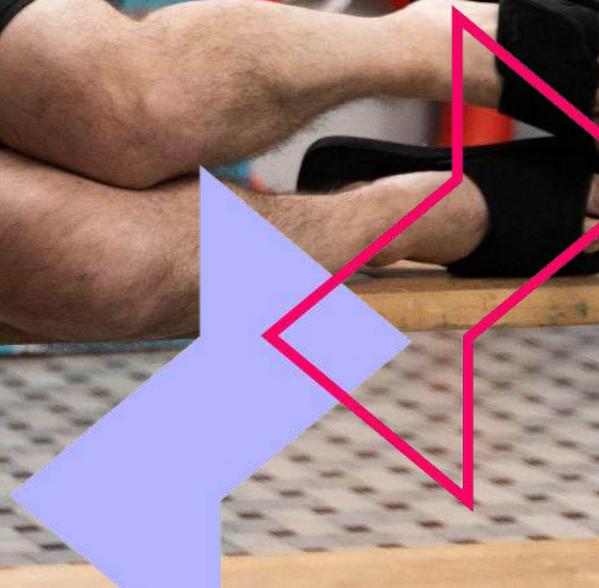
FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND

L'AUTHENTICITÉ FORGE LA VOIX DE NOS TALENTS,

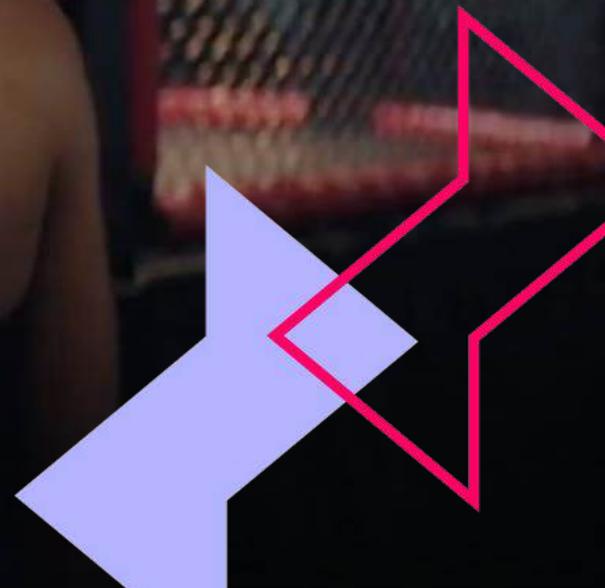


VESTIAIRES



**DYNAMISE
NOTRE ÉCONOMIE
ET CRÉE DES
POSSIBILITÉS.**

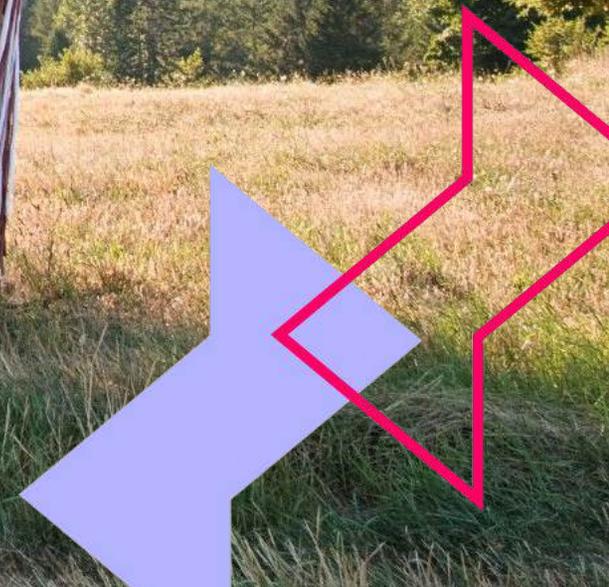
APRÈS LE DÉLUGE



ENSEMBLE, MISONNS SUR DES INVESTISSEMENTS STRATÉGIQUES



SWEET SUMMER POW WOW



**ET BÂTISSONS
L'AVENIR DE NOTRE
INDUSTRIE GRÂCE
À L'INNOVATION
ET LA CRÉATIVITÉ.**

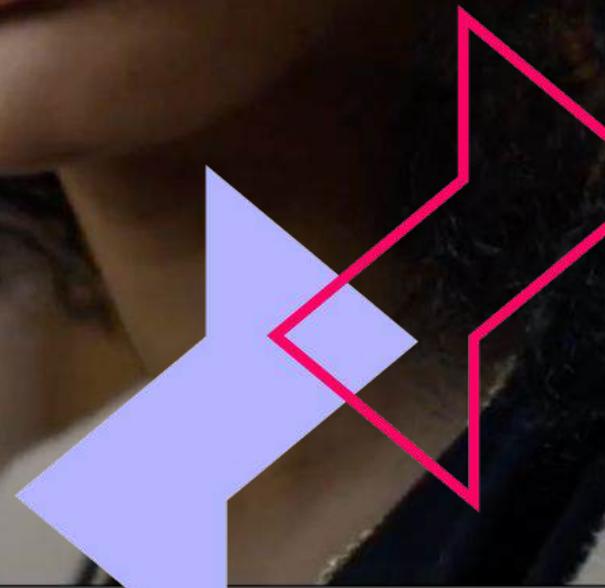


TABLE DES MATIÈRES

À PROPOS DU FMC

| | |
|--|----|
| Bailleurs de fonds | 8 |
| Mandat et vision | 9 |
| Modèle de financement | 10 |
| Message du président du conseil d'administration | 11 |
| Message de la présidente et chef de la direction | 13 |
| Créateur•trices d'exception | 15 |
| Conseil d'administration | 36 |
| Membres du conseil d'administration | 42 |
| Équipe de direction | 46 |
| Consultations | 51 |
| Mesures stratégiques et recherche | 56 |
| Partenariats avec l'industrie | 63 |
| Promotion | 66 |
| Équité et inclusion | 69 |

AUDITOIRES

| | |
|---|----|
| Résultats d'auditoire : télévision | 74 |
| Résultats d'auditoire : médias numériques | 88 |

RÉSULTATS DE FINANCEMENT

| | |
|---|-----|
| Survol du financement par programme | 96 |
| Volet expérimental : contenu de médias numériques interactifs et immersifs | 98 |
| Volet expérimental : séries numériques linéaires | 103 |
| Volet expérimental : Programme pilote pour la création numérique | 107 |
| Télévision : Production | 110 |
| Télévision : Développement | 120 |
| Équité et inclusion | 123 |
| Soutien au contenu autochtone | 129 |
| Soutien au contenu de communautés de langues officielles en milieu minoritaire | 132 |
| Soutien au contenu régional | 137 |
| Coproductions internationales en vertu d'accords officiels et soutien à l'exportation | 141 |
| Soutien aux activités de développement de l'industrie | 145 |
| Administration des programmes | 155 |

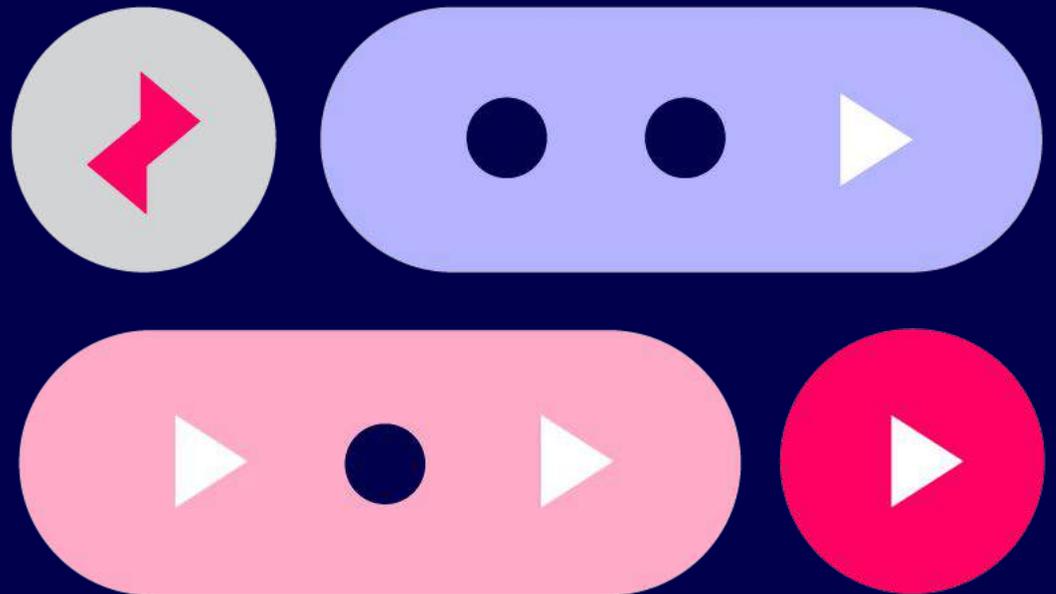
APERÇU FINANCIER

| | |
|--|-----|
| Rapport de gestion | 160 |
| Déclaration de responsabilité de la direction à l'égard de la présentation de l'information financière | 164 |
| États financiers du Fonds des médias du Canada | 166 |

ANNEXES

| | |
|--|-----|
| Notice | 185 |
| Sources des données sur l'auditoire télévisuel | 188 |

À PROPOS DU FMC



BAILLEURS DE FONDS

Le gouvernement du Canada et les distributeurs canadiens de services de télévision par câble, par satellite et par IP ont contribué au financement du Fonds des médias du Canada (FMC) lors de l'exercice 2023-2024.

Le FMC souhaite remercier ses bailleurs de fonds de leur soutien constant au contenu créatif d'ici destiné à la télévision et aux plateformes numériques.

Canada 

 **Atop**
Internet Television

 **Bell**

 **CABLEVISION**

 **COGECO**

 **comwave**

 **eastlink**

 **EBOX**

 **ROGERS**

 **SaskTel**

 **SOGETEL**

 **Tek Savvy TV**

 **TELUS**

 **VIDÉOTRON**

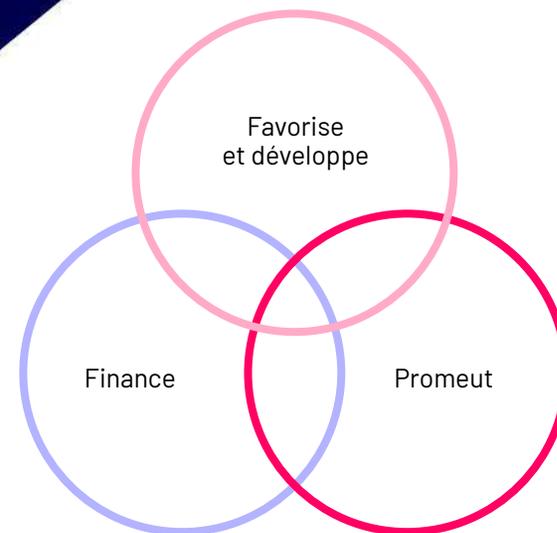
 **VMEDIA**

MANDAT ET VISION

Le Fonds des médias du Canada (FMC) favorise, développe, finance et promeut la production de contenus et d'applications pertinentes de chez nous pour toutes les plateformes audiovisuelles.

Le FMC oriente les contenus d'ici vers un environnement numérique mondial concurrentiel en soutenant l'innovation de l'industrie, en récompensant le succès, en favorisant la diversité des voix et en encourageant l'accès à des contenus grâce à des partenariats avec les secteurs public et privé.

MANDAT



VISION

Un monde où le talent et les histoires de chez nous transcendent les plateformes et les frontières afin de stimuler l'innovation et de susciter des émotions et des idées.

MODÈLE DE FINANCEMENT

Le Fonds des médias du Canada (FMC) a offert à l'industrie canadienne de la production télévisuelle et des médias numériques du soutien financier par le truchement de deux volets de financement.

Le Volet expérimental a appuyé la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation.

Le Volet convergent a soutenu la création de contenus télévisuels et numériques convergents que les Canadiennes et Canadiens peuvent apprécier partout et en tout temps.

L'exercice 2023-2024 est le dernier exercice au cours duquel le FMC a alloué son financement par le biais de ces deux volets. Un nouveau modèle de programme a été élaboré pour l'année 2024-2025. Les prochaines éditions de notre rapport annuel reflèteront de ce changement.

BRIA MACK GETS A LIFE

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

À bien des égards, l'exercice 2023-2024 a été l'aboutissement des travaux que le Fonds des médias du Canada et l'industrie des écrans dans son ensemble mènent depuis de nombreuses années.

Moins d'un mois après le début de celui-ci, nous avons salué l'adoption du projet de loi C-11, la *Loi sur la diffusion continue en ligne*.

En amont de la révision de la politique du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) visant la modernisation de la réglementation sur la radiodiffusion, le FMC a publié *Nouveaux futurs : L'avenir du contenu canadien dans vos mots*. Ce rapport phare est le

résultat d'un projet de recherche sur le contenu canadien qui s'est étalé sur un an et pour lequel nous avons mené des entrevues, un sondage auprès du public et de professionnel·les de l'industrie, ainsi que des ateliers en personne et en ligne, et avons reçu des mémoires écrits.

De plus, la haute direction du FMC a comparu devant le CRTC lors des audiences publiques du Conseil en vue de la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, ce qui a donné lieu à l'établissement de nouvelles contributions de la part des services de diffusion en continu pour les récits autochtones et canadiens.

Après plusieurs années de demandes en ce sens de la part de l'industrie, Patrimoine canadien a accordé au FMC de nouveaux pouvoirs pour l'administration de son financement et de ses programmes. Cette décision favorisera la croissance et la capacité d'adaptation de l'industrie audiovisuelle, que le FMC est fier de servir, et ce, d'un bout à l'autre du pays.

Le FMC a publié deux autres rapports importants qui ont montré les effets positifs de sa première stratégie triennale en matière d'équité et d'inclusion. Le premier, *Créer le changement*, montre que l'allocation de 60 M\$ annoncée dans le budget fédéral de 2021 que le FMC a versée aux créateur·trices issu·es de groupes sous-représentés a joué un rôle crucial dans la promotion de l'équité, de la diversité et de l'inclusion dans l'ensemble du secteur audiovisuel canadien. Le second, le *Rapport démographique*, explore les données démographiques des titulaires de propriété et de rôles clés, qui ont été recueillies auprès des personnes qui se sont auto-identifiées par l'entremise du système PERSONA-ID pour les programmes du FMC en 2022-2023.

Enfin, nous avons accueilli une importante nouvelle alliée pour le secteur des écrans : l'honorable Pascale St-Onge, ministre du Patrimoine canadien.

Avec le plan réglementaire du CRTC en vue de moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada bien entamé et l'intégration des services de diffusion en continu à notre écosystème de financement, je suis certain d'une chose : l'heure d'un changement structurel positif et durable pour notre industrie est arrivée.

Au nom du conseil d'administration, je remercie l'honorable Pascale St-Onge pour son engagement indéfectible envers notre industrie, ses investissements dans la production audiovisuelle et l'innovation, ainsi que pour sa confiance envers le FMC.

Merci également aux bailleurs de fonds privés du FMC : les distributeurs de services de télévision par câble, par satellite et par IP du pays. Grâce à vos contributions, les talents d'ici continueront de briller sur un nombre toujours croissant d'écrans dans le monde entier.

Le Conseil d'administration souhaite remercier l'équipe de direction et le personnel du FMC pour une autre année fort productive. Je tiens aussi à souligner l'excellent travail de l'administrateur des programmes, Téléfilm Canada, qui gère efficacement les programmes de financement du FMC en ayant toujours à cœur le service à la clientèle.

J'aimerais conclure sur une note plus personnelle : j'ai décidé de mettre fin à mon mandat de président et de membre du conseil d'administration du FMC après 11 années de service. Je quitte mon poste avec un sentiment d'accomplissement et la conviction que l'organisme est énergisé pour l'avenir de notre industrie et qu'il a la volonté de travailler avec ses partenaires et parties prenantes pour s'assurer de demeurer une force de premier plan dans le soutien du contenu canadien.



Alain Cousineau
Président du Conseil d'administration

Je suis certain d'une chose : l'heure d'un changement structurel positif et durable pour notre industrie est arrivée.



MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

2023-2024 a été une autre année de succès, de défis et d'inspiration pour notre industrie et le FMC!

Le gouvernement du Canada a accordé 40 M\$ supplémentaires sur deux ans pour soutenir l'industrie, marquant ainsi un succès considérable. Cependant, suivre l'évolution rapide des changements du marché et des choix des publics a présenté des défis constants. Malgré cela, voir des récits empreints d'authenticité soutenus par le FMC continuer à résonner à la fois au pays et à l'étranger a été profondément inspirant pour moi.

En 2023-2024, le Fonds des médias du Canada (FMC) a investi 379,7 M\$ dans l'industrie audiovisuelle et des médias numériques interactifs du pays. Cet investissement a offert le plus stabilité possible à notre secteur, qui a connu beaucoup de bouleversements et d'incertitude encore cette année.

Nous avons financé 1 496 projets issus d'une variété de communautés, de genres divers et en de nombreuses langues, et ce, dans toutes les régions du Canada. Concrètement, nos investissements ont permis de générer 1,7 G\$ en activités de production.

Le regard tourné vers l'avenir, nous avons adopté une approche visant à assurer la pertinence continue de nos programmes dans un univers en pleine évolution. Nous avons mis en place de nouveaux déclencheurs de financement dans plusieurs programmes, simplifié bon nombre de nos programmes qui portaient sur des activités similaires et encouragé les pratiques durables sur le plan environnemental en production. Par ailleurs, nous avons mis en place le Programme pilote pour la création numérique pour soutenir les talents créatifs autochtones et canadiens actifs sur les médias sociaux dans l'acquisition des outils et des connaissances nécessaires pour perfectionner leurs compétences en affaires et créer du contenu encore plus captivant.

En 2023-2024, le FMC a conclu sa première stratégie triennale en matière d'équité et d'inclusion par la publication du rapport *Créer le changement*, dans lequel nous avons présenté en détail les retombées mesurables et positives de cette stratégie et de l'allocation de 60 M\$ sur trois ans, annoncée dans le budget fédéral de 2021, visant à accroître l'équité, la diversité et l'inclusion au sein de l'industrie des écrans. Dans son budget de 2024, le gouvernement du Canada a annoncé la prorogation de ce financement pour deux années — en grande partie grâce à la mobilisation incroyable de nombreuses organisations et parties prenantes du secteur.

Du côté de NOUS | MADE, nous avons fait équipe avec six créateur·trices de contenu numérique qui ont reçu la mission d'aider les auditoires à découvrir toute la richesse des histoires audiovisuelles de chez nous. Les résultats sont époustouflants : en six mois, les ambassadeur·trices de NOUS | MADE ont atteint plus de quatre millions de Canadien·nes, et plusieurs de leurs vidéos ont généré plus d'un million de vues organiques — un succès qui se poursuit à ce jour!

Notre équipe de Prospective et innovation a également lancé une nouvelle publication, Perspectives, dont le premier numéro examinait les aspects économiques et les perspectives de l'économie de la création. Enfin, nous avons publié la deuxième saison de la série vidéo Moteur, action, inclusion, dans le cadre de laquelle nous avons rencontré des équipes créatives à l'avant-garde des pratiques inclusives, devant et derrière les caméras.

Au cours des dernières années, nous avons renforcé notre organisation tout en demeurant fidèles à nos objectifs stratégiques : modernisation, innovation et alliance.

Qu'importe ce que nous réserve l'avenir, nous sommes prêt-es à soutenir les créateur-trices de contenu sur toutes les plateformes, de toutes les façons qui sont à notre portée. La résilience et la créativité de l'industrie audiovisuelle canadienne, qui a su s'adapter aux changements tout en créant des contenus de qualité destinés aux auditoires d'ici et d'ailleurs, est une source intarissable d'inspiration. La collaboration, en toute authenticité, permettra d'obtenir les meilleurs résultats pour notre industrie.

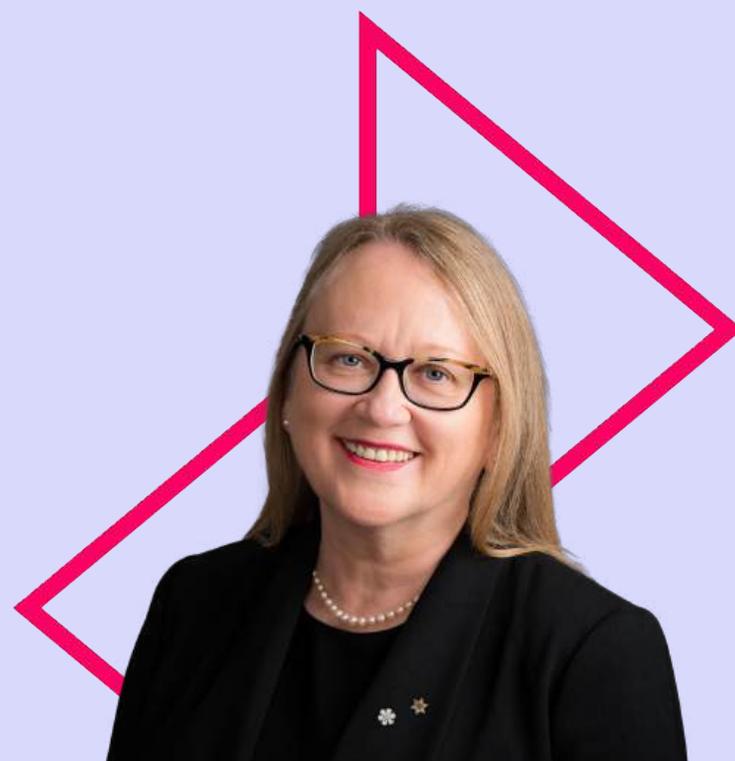
Je remercie le conseil d'administration du FMC pour ses conseils, ainsi que le personnel du FMC et de l'Administrateur des programmes du FMC, pour son engagement envers l'excellence. Je remercie également nos partenaires et collaborateur-ices pour leur dévouement et leur soutien.

Le FMC reste tourné vers l'avenir, prêt à continuer de défendre les histoires autochtones et canadiennes sur les écrans d'ici et du monde entier.



Valerie Creighton, C.M., S.O.M.
Présidente et chef de la direction

Qu'importe ce que nous réserve l'avenir, nous sommes prêt-es à soutenir les créateur-trices de contenu sur toutes les plateformes, de toutes les façons qui sont à notre portée.



CRÉATEUR·TRICES D'EXCEPTION



JÉRÉMIE BATTAGLIA



ROMA ROTH



FRÉDÉRIC PIERRE



SASHA BOERSMA



VIKIE PEDNEAULT



MICHAEL MABBOTT AND LUCAH ROSENBERG-LEE



CATHLEEN ROULEAU



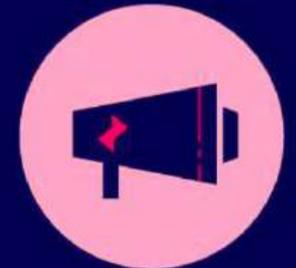
JP LAROCQUE



ANAR ALI



COLIN VAN LOON





ANAR ALI

Créatrice d'*Allegiance*, diffusée sur CBC, Anar Ali apporte un regard nouveau sur la série policière. Dans cette série qui se déroule à Surrey, en Colombie-Britannique, nous suivons la recrue Sabrina Sohal (Supinder Wraich), qui doit faire face aux complexités du milieu policier moderne tout en essayant de disculper son père (Stephen Lobo), un politicien accusé de trahison.

Il est rare de voir une femme sud-asiatique dans un rôle principal à la télévision, surtout dans celui d'une policière.

« Comme romancière, j'ai toujours été attirée par les femmes fortes », confie Ali, qui s'est fait connaître avec le recueil de nouvelles *Baby Khaki's Wings* et le roman *Night of Power*, avant de passer à la scénarisation pour la première saison de la série médicale *Transplant* (*Transplanté*).



ANAR ALI

L'idée de s'attaquer à une série policière l'a fascinée, tout comme la possibilité de creuser des enjeux de justice sociale et de braquer les projecteurs sur ceux-ci.

« Comme beaucoup de gens, j'ai été marquée par les événements qui ont entouré la mort de George Floyd, ainsi que par la Commission de la vérité et de la réconciliation d'Afrique du Sud et son idée de justice réparatrice pour les victimes et les suspects », se remémore-t-elle.

Ali voulait aussi raconter une histoire d'immigration, mais pas comme celles que l'on voit habituellement à l'écran. La famille Sohal d'*Allegiance* est un pilier de sa communauté et Sabrina est une Canadienne de troisième génération.

« Beaucoup de récits sur l'immigration portent sur des individus qui viennent d'arriver au pays. C'est fantastique et c'est important, mais je voulais présenter des personnes et des

familles qui sont bien établies ici depuis des générations, et aborder la façon dont leur situation influence leur identité et leurs allégeances ».

Ce thème touche une corde sensible chez Ali.

Née en Tanzanie, elle a immigré en Alberta avec sa famille lorsqu'elle était enfant. Elle a suivi un parcours professionnel classique, gravissant les échelons chez Procter & Gamble. Puis, l'appel de l'écriture s'est fait entendre.

« Un jour, en rentrant chez moi, j'ai vu par hasard un dépliant sur le trottoir. Je pense que c'est le teint foncé du visage sur le dépliant qui a attiré mon attention », raconte-t-elle.

Il s'agissait de la promotion d'un événement tenu à Banff qui accueillait l'auteur de *Funny Boy (Drôle de garçon)*, Shyam Selvadurai. Ali décide immédiatement d'y assister. Elle y rencontre Selvadurai, avec qui elle va prendre un verre. Au cours de la conversation, elle lui parle de son désir d'écrire.

« Le lendemain, je lui faisais signer mon exemplaire de son livre. Dans sa dédicace, il a écrit : "Lancez-vous! Ça en vaut la peine." Le lundi suivant, je suis allée au bureau et j'ai annoncé ma démission », raconte-t-elle en riant. L'entreprise la convainc de rester, mais l'autorise à travailler quatre jours par semaine pour qu'elle puisse se consacrer à l'écriture. Elle finira tout de même par quitter un an plus tard.

Cette aventure la mènera jusqu'à *Allegiance*, dont la production d'une deuxième saison débutera à la fin 2024, pour une diffusion prévue en 2025. Le public peut s'attendre à ce que l'agente Sohal continue à évoluer au sein d'un système judiciaire imparfait. Ali affirme que c'est la possibilité pour l'auditoire de s'engager à divers degrés qui constitue le meilleur aspect de la création d'une série policière.

« Chaque épisode est une histoire indépendante. Ce format est formidable, parce qu'il est possible de sauter dans le train à tout moment, mais le public qui suit la série depuis le début voit les personnages grandir et évoluer ».

- Ingrid Randoja





Photo : Yan Turcotte

CATHLEEN ROULEAU

Beaucoup d'artistes s'inspirent de leur propre vie pour créer des œuvres marquantes. Certaines histoires sont toutefois uniques – parlez-en à l'autrice, productrice et actrice Cathleen Rouleau.

En imaginant la série *À propos d'Antoine*, produite par ComediHa! avec le soutien du Fonds des médias du Canada, elle a voulu transposer à l'écran la réalité d'une famille qui vit avec un enfant différent. Le « Antoine » en question, c'est son beau-fils, Antoine Parent-Bédard, un adolescent polyhandicapé,

autiste non-verbal, vivant avec une déficience intellectuelle et de l'épilepsie sévère. Les journées ne sont pas toujours reposantes, mais contrairement à ce que plusieurs imaginent, le quotidien n'est pas fait que d'embûches.

« Notre vie n'est pas banale, commente Cathleen Rouleau. On rit, on a du *fun*, on est super heureux quand Antoine fait un progrès. Oui, parfois c'est triste, mais comme dans n'importe quelle vie. Oui, c'est dur souvent, mais c'est aussi beau et le *fun* et drôle et lumineux! »



IMAGES TIRÉES DE À PROPOS D'ANTOINE

Pour casser les stéréotypes, la diplômée de l'École nationale de l'humour a tenu à ce que la fiction mise avant tout sur la comédie – une condition non négociable dès le départ. Avec des textes intelligents, qui naviguent habilement entre les rires et les larmes, elle a convaincu le diffuseur Club illico, le réalisateur Podz et même le comédien Claude Legault, absent des plateaux depuis une longue période après un épuisement professionnel, de participer au projet.



CATHLEEN ROULEAU

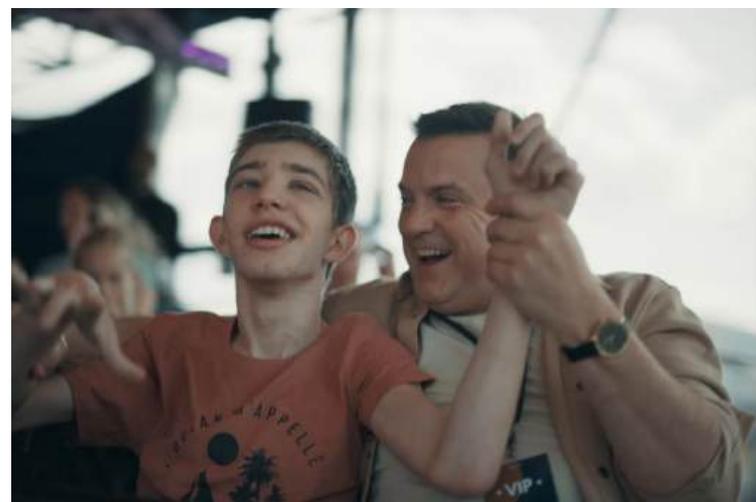
Pour le rôle-titre, elle ne voyait personne d'autre que son bel Antoine. C'est même devenu une mission pour son entourage. « D'emblée, toute la famille a embrassé l'idée qu'Antoine joue son propre rôle. J'ai écrit la série en fonction de ses mécanismes. Je sais que, dans telle situation, Antoine va réagir de telle façon. Je sais que je suis capable de l'amener à fermer les yeux si on doit tourner une scène où il doit dormir. Je sais que je suis capable de le faire rire de telle façon. Tout était écrit en fonction de ça et, sur le plateau, on s'ajustait ».

Pour Cathleen Rouleau, qui défend un premier rôle en plus d'écrire la série, *À propos d'Antoine* n'est pas qu'un projet artistique. C'est également un projet de vie, qui vient évidemment avec beaucoup de pression, mais aussi beaucoup de fierté. L'accueil dithyrambique du public et du milieu la comble au-delà de ses attentes. Après avoir remporté des prix à Cannes

et à La Rochelle, la fiction a été achetée par France Télévisions et une deuxième saison est déjà tournée. Le jeune Antoine Parent-Bédard a même été nommé pour un prix Géméaux l'automne dernier. Cathleen Rouleau a le sentiment que c'est mission accomplie!

« Avec le recul, ce qui me rend la plus fière, c'est d'avoir donné à Antoine l'opportunité de faire partie de la société comme n'importe qui. D'avoir sensibilisé les gens à cette réalité. On se promène dans la rue, les gens reconnaissent Antoine, ils viennent le voir, ils viennent lui parler. C'est comme si ça avait débloqué quelque chose dans l'approche des gens. Ça me rend très émotive. Je pense que même si je faisais tous les projets du monde, il n'y en a pas un qui va accoter celui-là ».

- Martin Grenier



IMAGES TIRÉES DE À PROPOS D'ANTOINE



COLIN VAN LOON

Colin Van Loon raffole de légendes urbaines, de monstres mythiques et de personnages fantomatiques.

Comme producteur de la série numérique courte *Tales from the Rez*, diffusée par APTN, Van Loon s'est donné pour mission de conjuguer la frayeur avec sa culture. Au fil de six épisodes créés par Trevor Soloway, l'oncle Randalf, un aîné, raconte les étranges histoires du folklore pied-noir.

« Nous avons tellement d'histoires célèbres dans nos communautés », explique Van Loon, qui est pied-noir et néerlandais et issu de la Première Nation Piikani. « Il s'agissait de prendre ces

histoires, ces légendes urbaines qui sont arrivées à quelqu'un de la communauté, à l'ami d'un ami, et de les mettre en scène dans un récit dramatique ou d'horreur ».

L'amour de Colin Van Loon pour l'horreur a commencé très tôt.

« *Tales from the Rez* a un lien de parenté ou une relation avec *Les contes de la crypte* (*Tales from the Crypt*). Je me souviens d'avoir suivi la série télévisée, et je me souviens d'avoir regardé le film chez ma grand-mère — j'étais bien trop jeune pour ça! Je suis aussi un grand fan de *Les griffes de la nuit* (*Nightmare on Elm Street*) et de *Candyman*. Je ne m'en remettrai probablement jamais », dit-il en riant.

TALES FROM THE REZ



COLIN VAN LOON

Tales from the Rez met en scène une distribution et une équipe autochtones, et Van Loon est fier que la série permette aux jeunes talents de se faire les dents.

« Nous plaçons la barre très haut en termes de qualité pour le projet, mais la formation et le mentorat sont importants pour nous. Parce que les médias autochtones sont souvent sous-financés et que nos forces créatives sont constamment prises dans le piège d'être considérées comme "émergentes", nous tenons à nous commettre à l'excellence, et je pense que nous y parvenons ».

Van Loon a commencé sa carrière en tant qu'acteur, apparaissant dans des séries télévisées telles que *Hank William's First Nation* et *Anash and the Legacy of the Sun-Rock*. Mais il n'a pas tardé à réaliser que le métier d'acteur ne lui suffisait pas.

« Je me suis rendu compte que je ne pouvais pas accomplir ce que je voulais accomplir en jouant, alors je suis retourné à l'école.

J'ai complété le programme de production de l'Université Simon Fraser, où j'ai appris que j'aimais créer.

Depuis, Colin Van Loon a fondé Blackfoot Nation Films. Il a aussi fait sensation lors de la remise des prix Écrans canadiens 2024 en remportant le prix de la meilleure expérience immersive (non fictive) pour le projet de l'Office national du film *This is Not a Ceremony*, qu'il a écrit et réalisé.

Le FMC a apporté son soutien à la deuxième saison de *Tales from the Rez*, et Van Loon est convaincu que la série a tout ce qu'il faut pour vivre encore longtemps.

« Nous ne serons jamais à court d'histoires », affirme-t-il. « Il m'est arrivé, lors d'une fête ou autour d'un feu de camp, d'entendre une histoire qui ensuite se répand comme une traînée de poudre. Tout le monde a quelque chose à raconter. Nous voulions faire deux saisons centrées sur la Confédération des Pieds-Noirs, et après cela, aller dans d'autres communautés avec d'autres talents et raconter leurs histoires. Il y a une richesse dans ces histoires et tant de personnages mythologiques différents propres à chaque communauté que nous pouvons explorer ».

- Ingrid Randoja





Photo : Andréanne Gauthier

FRÉDÉRIC PIERRE

Voilà maintenant plus de 30 ans que Frédéric Pierre est présent dans sur nos écrans – trois décennies au fil desquelles le comédien, scénariste et producteur a pu voir de près l'évolution de la diversité dans les fictions d'ici. Du haut de ses 12 ans, quand il jouait dans la série jeunesse *Zap*, il percevait déjà une volonté d'inclure des personnages issus de différentes communautés dans les histoires québécoises. Puis, selon lui, le milieu de la télévision s'est « endormi » pendant plusieurs années.

Avec l'arrivée *Lakay Nou*, créée avec le soutien du Fonds des médias du Canada, il sent qu'un plafond de verre est enfin en train d'être fracassé. L'idée de cette comédie ancrée dans le Montréal haïtien lui tournait dans la tête depuis plus de 20 ans. Mais c'est en travaillant sur le *Bye Bye 2020*, une année particulièrement marquée par le racisme, qu'il a véritablement décidé de se lancer et d'aller frapper aux portes.



FRÉDÉRIC PIERRE



Photo : Ève B. Lavoie

« C'était une grosse étape d'amener une famille noire à l'écran au Québec, confie l'acteur de 46 ans. Mon plus grand souhait avec *Lakay Nou*, c'était d'en finir une fois pour toutes avec la fameuse question : est-ce que c'est trop niché pour intéresser les gens en région? J'étais persuadé que ça pouvait marcher parce que je me souviens très bien que dans les années 80, à Télé-Métropole, les Québécois regardaient des versions doublées du *Cosby Show* et d'*Arnold et Willy*, qui mettaient aussi en scène des familles noires. La différence, c'est que c'était américain ».

Une quarantaine d'années après ces *sitcoms* à succès, la télévision québécoise a enfin droit à sa première distribution en majorité afrodescendante. Et Frédéric Pierre n'en est pas peu fier. En plus de scénariser *Lakay Nou* et d'y défendre un rôle principal, il vit aussi son baptême comme producteur. Conseillé par l'équipe de KOTV, qui a fait appel à son talent à plusieurs reprises durant sa carrière, il a fondé les Productions Jumelage pour produire la série. Son objectif : favoriser la diversité à tous les niveaux, pas seulement chez les interprètes.

« L'industrie doit changer aussi derrière la caméra. Ça doit se voir également dans les postes clés et pour ça, il faut accélérer la formation. D'où la notion de jumelage. Il faut faire du mentorat, jumeler des gens. Il faut des expériences concrètes, dès maintenant. Toutes les personnes qui travaillent sur nos plateaux vont ensuite pouvoir l'inscrire dans leur CV et travailler ailleurs ».

L'expérience porte déjà ses fruits. En plus de la deuxième saison de *Lakay Nou*, dont le tournage est commencé, Frédéric Pierre produit aussi la nouvelle comédie policière *Double jeu*, qui mettra en vedette Rachid Badouri et Mehdi Bousaidan.

« *Lakay Nou*, c'était mon premier projet et mon Dieu que c'était gros! Mais c'est important pour moi de montrer que Jumelage, ce n'est pas juste *Lakay Nou*. J'ai une démarche de producteur où je vois à long terme. Je suis très reconnaissant de toute l'aide que l'on a reçue, du FMC, de Radio-Canada et de tous les organismes qui ont cru en nous. La confiance de l'industrie me touche beaucoup. Je reçois des commentaires tous les jours depuis six mois. Tous les jours. C'est incroyable! »

- Martin Grenier





JÉRÉMIE BATTAGLIA

Peu de documentaires ont attiré autant l'attention cette année qu'Adonis, qui met en lumière l'obsession du corps parfait chez les garçons. On doit ce film coup de poing à Jérémie Battaglia, un cinéaste de 41 ans natif du sud de la France, qui vit au Québec depuis 2009. Cofondateur de la maison de production Extérieur Jour, le documentariste s'intéresse depuis longtemps au rapport du corps avec la performance, les carences personnelles et les pressions sociales.

La prémisse d'*Adonis* part d'ailleurs de son vécu. Victime d'intimidation à l'école, il a lui-même attaqué la salle de musculation pour en imposer davantage. Habituellement,

le réalisateur évite de se mettre de l'avant dans ses films, mais raconter sa propre expérience lui a permis de gagner la confiance de ses protagonistes et d'éviter qu'ils se sentent jugés.

« C'est la première fois que j'entendais des jeunes hommes parler comme ça, avoue Jérémie Battaglia. Je me suis rendu compte que, quand on parlait des hommes, on parlait avant tout des problèmes causés par les hommes. Ces jeunes-là ont la perception qu'on parle d'eux uniquement lorsqu'ils causent des problèmes ou sont violents. Ce tournage leur a permis de se confier franchement sur qui ils sont et sur ce qu'ils ressentent. Je pense que c'est pour ça aussi que le film a eu un tel impact ».

IMAGES TIRÉES DE ADONIS



JÉRÉMIE BATTAGLIA



Jérémie Battaglia s'étonne qu'aussi peu d'artistes masculins s'intéressent aux hommes, en particulier à l'ère des réseaux sociaux, dont l'influence démesurée est bien mise en évidence dans le film, en tant que phénomène qu'il juge des plus inquiétants. Le décalage entre la vraie personnalité des garçons d'Adonis et l'image qu'ils projettent en ligne l'a particulièrement renversé.



Pour bien départager l'être du paraître, il avait toutefois un atout précieux : le temps. Grâce à l'appui de Télé-Québec et des institutions, dont le Fonds des médias du Canada, Jérémie a pu bénéficier d'une vingtaine de jours de tournage. Un luxe en documentaire.

« Ça fait une énorme différence, surtout dans le cadre d'un projet télé. Ça permet de développer une approche d'auteur, avec une réalisation intéressante, d'avoir

un sujet qui soit fort sans avoir l'impression d'avoir vu ce film plein de fois. Parfois, on n'a que huit jours au total... Là, j'ai pu prendre quatre jours juste pour les entrevues à la caméra. C'est le jour et la nuit ».

Quand il en a la possibilité, Jérémie Battaglia peut même consacrer des années à un seul sujet. C'est le cas de son prochain film, *Une jeunesse française*, qu'il a tourné pendant près de cinq ans avec de jeunes

Maghrébins dans les arènes de Camargue, en France. La sortie en salle est prévue cet hiver. Fort de l'accueil réservé à *Adonis*, nommé cinq fois au prochain Gala des prix Gémeaux, il planche déjà sur un autre documentaire pour Télé-Québec. Et ce n'est pas son seul projet en tête. Le monde est pour lui une source inépuisable d'inspiration.

« Ce qui me fascine dans le documentaire, c'est qu'on a la chance d'accéder à des vies,

à des façons de voir le monde auxquelles on ne pourrait jamais avoir accès autrement. Dans l'essence même du documentaire, il y a cette idée d'aller à la rencontre de l'autre. De pouvoir me mettre à la place de quelqu'un et de comprendre la vie de son point de vue. Je trouve que c'est vraiment une chance inouïe ».

- Martin Grenier



JP LAROCQUE

C'était une offre impossible à refuser.

« Paige Haight, la directrice du contenu télévisuel chez Shaftesbury, vient me voir et me dit : "Mon équipe aime beaucoup ce que tu écris, et nous nous demandions si ça t'intéresserait de nous envoyer des idées pour une série dérivée de *Murdoch Mysteries*, mais destinée aux jeunes" », raconte JP Larocque.

C'était logique. Larocque, qui a travaillé sur *Sort Of*, *Diggstown* et *Coroner*, et crée la série humoristique *Gay Nerds*, fait partie des meilleur-es scénaristes du pays.

Larocque et sa coscénariste Jessica Meya ont ainsi développé *Macy Murdoch*, une série numérique dans laquelle la descendante de l'inspecteur William Murdoch doit voyager dans le temps pour empêcher que celui-ci soit accusé d'un meurtre qu'il n'a pas commis.



MACY MURDOCH

JP LAROCQUE

« Comme Murdoch vient de la Nouvelle-Écosse, j'ai pensé que Macy pourrait être afrodescendante ou d'origines mixte, puisque les Canadien-nes afrodescendant-es ont une riche histoire et de profondes racines dans les Maritimes », explique Larocque.

« Je voulais raconter une histoire qui me tenait à cœur. Je suis une personne d'origine mixte, et je voulais explorer les connexions avec nos ancêtres et m'attarder à ce qui se passe quand une personne remonte son arbre

généalogique et constate qu'elle ne s'identifie pas à certaines branches ou qu'elle n'a pas grand chose en commun avec elles. »

Larocque et Meya ont donc plongé dans les archives de *Murdoch Mysteries* – pas une mince affaire puisque la série est en ondes depuis 18 saisons. Après avoir établi la prémisse et les intrigues, les scénaristes ont confié les rênes à Robina Lord-Stafford et Jennifer Kassabian, autrices et productrices de la série. Meya est maintenant scénariste pour la comédie *Children Ruin Everything (Parents, malheureusement)* de Bell Media, tandis que Larocque travaille sur l'émission pour enfants *Home Sweet Rome!*,

diffusée sur Max, et s'apprête à écrire de nouveaux épisodes de la série *Allegiance*, diffusée à CBC.

« Je veux être scénariste pour la télévision depuis le berceau, s'esclaffe Larocque. J'ai toujours aimé la télévision. J'y trouvais beaucoup de réconfort dans mon enfance, alors que je ne me sentais pas comme les autres. C'est donc un immense cadeau que ce rêve se soit concrétisé ».

Elle envisage également de se lancer dans la réalisation de films.

« J'ai reçu des fonds du FMC pour les premières étapes du développement d'un scénario sur lequel j'ai travaillé cette année,

dit Larocque. L'idée de le sortir de l'ombre me motive beaucoup. »

Et iel donnera sans aucun doute vie à sa vision.

« Une personne issue d'un ou de plusieurs groupes marginalisés doit travailler aussi dur que possible, aussi souvent que possible, pour que personne ne remette sa place en question », confie-t-iel.

« Et c'est toujours mon objectif. Je peux faire ce travail. Je peux bien le faire et je peux le faire dans des contextes différents. Et si vous me donnez l'occasion de vous le montrer, je vous le montrerai. Ça a toujours été mon credo ».

- Ingrid Randoja





MICHAEL MABBOTT



LUCAH ROSENBERG-LEE

À la seconde où le cinéaste Michael Mabbott a entendu Jackie Shane chanter, il a été envoûté.

C'était un enregistrement pirate de cette chanteuse de R&B qui s'est fait un nom dans les clubs de Toronto à la fin des années 1960.

« Sa voix, le groupe, tout était extraordinaire, confie Mabbott. Cet album m'a vraiment parlé. J'ai fait des recherches sur Jackie et comme je n'avais trouvé que des rumeurs à son sujet, j'ai senti qu'il fallait que je découvre qui elle était et ce qui lui était arrivé ».



MICHAEL MABBOTT ET LUCAH ROSENBERG-LEE

C'est cette recherche entreprise il y a une dizaine d'années qui a inspiré l'extraordinaire documentaire *Any Other Way: The Jackie Shane Story* (*Vivre et laisser vivre : La voix de Jackie Shane* en français), qui met en lumière la vie et la musique de Jackie Shane, une femme noire ouvertement trans qui a quitté Nashville pour se tailler une trop brève carrière musicale de notre côté de la frontière.

Mabbott s'est associé au réalisateur Lucah Rosenberg-Lee pour raconter l'histoire de Jackie Shane.

« Avant que Michael ne me la fasse découvrir, je n'avais jamais entendu parler de Jackie, explique Rosenberg-Lee. Et j'ai été un peu surpris parce que, comme je suis moi-même une personne noire trans, je pensais en savoir beaucoup sur l'histoire de ma communauté. Ça en dit long sur une certaine volonté, je crois, d'effacer ce vécu – ce que nous explorons évidemment dans le film ».

Léger problème : les seules images existantes de Jackie Shane étaient un extrait vidéo de deux minutes qui montrait la chanteuse en concert. En 2017, Mabbott contacte la chanteuse et entame avec elle des conversations téléphoniques, qu'il enregistre.

« Nous parlions chaque semaine pendant quatre ou cinq heures en moyenne. Nous avons même déjà parlé pendant 11 heures d'affilée! Ça a été une année vraiment extraordinaire de ma vie », raconte Mabbott.

Les réalisateurs ont fait appel à des actrices noires trans pour interpréter Shane chantant et parlant au téléphone. Leurs prestations ont ensuite été rehaussées par une magnifique animation rotoscopique qui confère au film une qualité onirique. Le tout dresse le portrait d'une pionnière, d'une véritable icône musicale.

« Je pense qu'il est très important que les gens se rendent compte qu'il y a toujours

eu des personnes trans », mentionne Rosenberg-Lee.

Et de poursuivre : « Et je pense qu'il est important de voir que les personnes trans ne se résument pas à leur identité trans. Ce qui m'intéresse dans la vie de Jackie, ce n'est pas seulement qu'elle était trans, mais qu'elle était plein d'autres choses : une musicienne incroyable, une personne formidable, et pas seulement parce qu'elle a transitionné, mais parce qu'elle était une personne forte qui a fait des choses extraordinaires ».

Applaudi par le public et la critique, *Any Other Way: The Jackie Shane Story* a remporté le prix spécial du jury remis à un long métrage documentaire canadien dans le cadre du festival Hot Docs.

« L'histoire de Jackie est celle d'une peur vaincue, ajoute Mabbott. Jackie m'a souvent dit qu'à la base, le mal dans le monde était causé par des gens qui avaient peur et que c'est cette peur qu'il fallait combattre. Jackie y travaillait sans relâche lorsqu'elle était sur scène; elle montrait qu'elle avait surmonté sa peur et qu'elle avait la force et le courage d'être elle-même ».

- Ingrid Randoja



IMAGES TIRÉES DE *ANY OTHER WAY : THE JACKIE SHANE STORY*





Photo : Sullivan's Crossing Productions Inc.

ROMA ROTH

Roma Roth maîtrise l'art de l'émission-réconfort – il ne suffit que de penser à *Virgin River* pour le comprendre. Avec son talent inné pour les récits humains et chaleureux et un génie pour inciter le public à en redemander, il n'est pas surprenant que CTV ait renouvelé son dernier succès télé, *Sullivan's Crossing*, pour une troisième saison.

« Dans le monde dans lequel nous vivons, et avec tout ce qui se passe de traumatisant et de bouleversant, il est bon d'avoir un rendez-vous télévisuel qui donne du répit », déclare la productrice.

Sullivan's Crossing est adaptée d'une série de livres de l'autrice Robyn Carr et suit Maggie Sullivan (Morgan Kohan), une neurochirurgienne confrontée à une crise professionnelle qui retourne dans sa Nouvelle-Écosse natale, où son père (Scott Patterson) gère un camping. C'est aussi là qu'elle rencontrera le beau bricoleur Cal Jones (Chad Michael Murray), qui tentera de conquérir son cœur. La série regorge de romance, de personnages aussi imparfaits qu'attachants, de drames familiaux et de secrets qui poussent ses adeptes à y revenir semaine après semaine.

IMAGES TIRÉES DE SULLIVAN'S CROSSING



ROMA ROTH

Un autre élément clé attire l'auditoire de la série : le cadre rustique magnifique de la Nouvelle-Écosse.

« La Nouvelle-Écosse est le lieu tout désigné pour tourner l'émission; c'est une province où existe un fort esprit de communauté », explique Roth. « On y trouve la sensibilité propre à une petite ville tissée serrée; les gens se soutiennent les uns les autres ».

Par l'intermédiaire de sa société de production, Reel World Management, Roma Roth écrit

et produit des téléfilms et des séries depuis plus de vingt ans. Mais alors qu'elle était enfant, à London, en Ontario, elle n'envisageait pas de travailler dans l'industrie du divertissement.

C'est comme primatologue – elle cite le tout premier film *La planète des singes* comme inspiration – qu'elle commence sa carrière. Toutefois, Roma Roth se souvient que c'est après avoir produit un documentaire sur les bonobos qu'elle a ressenti l'appel des métiers de l'écran.

« J'étais membre de la Calgary Society for Independent Filmmakers lorsque j'ai vu un avis de recrutement pour être assistante du producteur de la série *Lonesome Dove*. J'ai postulé, et j'ai obtenu le poste », se souvient-elle.

« Je viens d'une famille d'universitaires et j'avais deux possibilités : l'une consistait à publier des articles que seule une poignée de personnes lirait, ou bien je pouvais utiliser ces merveilleux outils que sont le cinéma et la télévision pour toucher un public beaucoup plus large, un public mondial ».

Le succès de *Sullivan's Crossing* prouve que les publics d'ici et d'ailleurs raffolent de ses drames romantiques émotionnels.

« La clé est de une communauté dévouée en offrant aux *fans* des personnages qu'ils et elles ont envie de suivre dans un voyage émotionnel », explique Roth. « Il doit exister une sorte de "degré de séparation", de façon à ce que le public n'ait pas à trop s'exposer émotionnellement – que les *fans* puissent pleurer un bon coup et ensuite souper en famille ».

- Ingrid Randoja





SASHA BOERSMA

Rooster est un rêve devenu réalité – littéralement.

« Après une sortie avec des proches pour célébrer le Nouvel An chinois, Connie Choi, l'une des membres de notre équipe, est rentrée chez elle pour faire une sieste. Elle a fait un rêve dans lequel il y avait un coq et d'autres animaux du zodiaque », raconte Sasha Boersma, cofondatrice de Sticky Brain Studios à Toronto.

« De retour au bureau, elle nous raconte son rêve, à moi et à mon

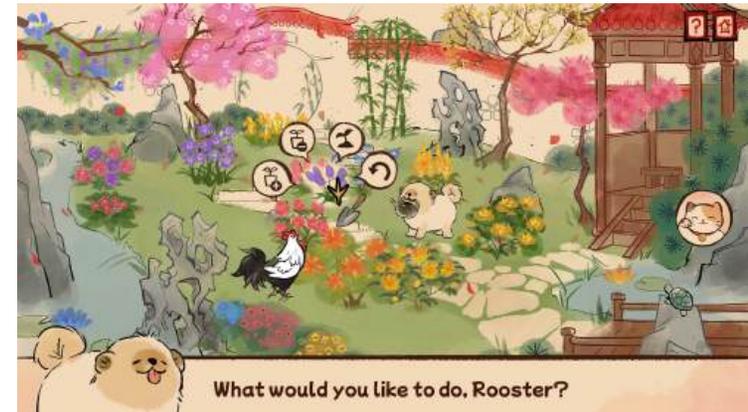
partenaire d'affaires, Ted Brunt, puis nous dit : "J'aimerais en faire un jeu, pouvez-vous m'aider à le réaliser?" Nous nous sommes dit : "Pourquoi pas, l'idée est plutôt géniale!" »

Grâce au financement du FMC, le studio a utilisé ce noyau d'idée pour créer un jeu d'aventure narratif.

« C'est un jeu qui célèbre la culture chinoise ancienne de façon sincère, explique Boersma. Au début du jeu, les animaux du

zodiaque chinois sont réunis pour célébrer le Nouvel An, mais le coq s'avère un invité insupportable. Comme les autres animaux en ont assez de son comportement, le dragon envoie le coq dans le passé pour qu'il apprenne à devenir plus attentionné. Le jeu compte 12 niveaux offrant différents jeux, par exemple, de cuisine, d'objets cachés et de fabrication ».

Rooster est aussi un projet de rêve grâce à l'équipe qui l'a créé.



SASHA BOERSMA

« Nous sommes probablement l'un des studios de jeux les plus diversifiés du Canada, mentionne Boersma. L'entreprise est détenue à parts égales par un homme et une femme – Ted et moi-même – et elle est dirigée par des personnes vivant avec un handicap, comme moi. L'équipe de production est majoritairement composée de femmes, et près de la moitié de notre équipe vit avec des handicaps. Beaucoup s'identifient comme des personnes 2SLGBTQIA+ et les responsables créatifs de *Rooster* sont de la diaspora est-asiatique, ce qui assure l'authenticité de l'histoire et du jeu ».

Boersma se définit comme autiste; en plus de diriger Sticky Brain Studios, elle est active au sein du conseil d'administration de l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran (ORPHÉ). Son attachement à la diversité ne se limite pas à l'embauche : il se révèle également dans son style de leadership.

« Ted et moi croyons qu'il est essentiel de soutenir les personnes qui travaillent avec nous. Ainsi, presque tous les membres de l'équipe de *Rooster* assument d'une manière ou d'une autre un nouveau rôle et de nouvelles tâches dans la création du jeu. Étant donné la précarité du secteur, il était important pour nous de veiller à ce que les membres de notre équipe acquièrent de nouvelles compétences et connaissances qui leur serviront tout au long de leur carrière ».

Rooster représente un grand pas en avant pour Sticky Brain Studios, une petite entreprise qui a de grandes ambitions.

« Nous sommes allés à la Game Developers Conference cette année pour lancer le jeu. Quelques éditeurs chinois ont été vraiment surpris de voir qu'il avait été fait au Canada. On nous a dit : "Je m'excuse, peut-être qu'il a été fait au Canada, mais c'est incontestablement un jeu chinois!" C'est un énorme avantage que nous offre l'espace culturel canadien. Notre pays est tellement diversifié, la diffusion d'histoires et d'expériences de communautés sous-représentées nous ouvre les portes des marchés étrangers ».

- Ingrid Randoja

ROOSTER

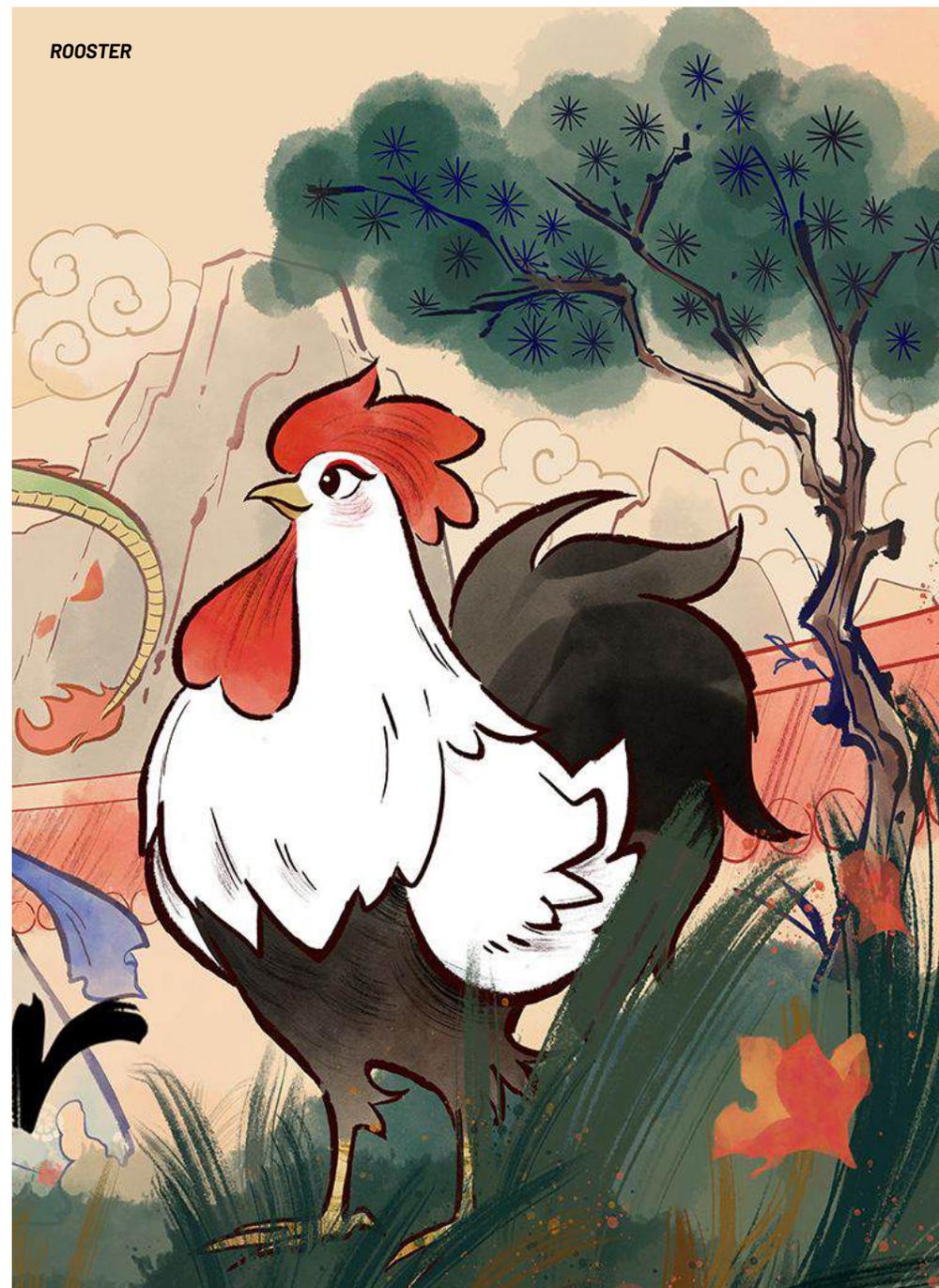




Photo : Guillaume Boucher

VIKIE PEDNEAULT

Une toute nouvelle initiative a été lancée en 2023 au Fonds des médias du Canada (FMC) : le Programme pilote pour la création numérique. La vulgarisatrice scientifique Vikie Pedneault fait partie de la première cohorte à en bénéficier.

La biologiste marine de 33 ans marie habilement la science à l'humour pour conscientiser son public à la protection de l'environnement. Pour rejoindre le plus de gens possible, elle a élaboré un plan couronné de succès : proposer d'abord des vidéos purement loufoques, comme son personnage hilarant de la fille du Saguenay, et alterner avec des contenus scientifiques.

« Le public qui me suit est embarqué vraiment rapidement dans cette espèce de folie là », explique celle qui a fait du théâtre et de l'improvisation tout au long de ses études. « Le but, c'était d'abord de captiver les gens et de les rendre favorables à mon contenu, et après ça, de passer des messages. J'ai eu la chance de tomber rapidement dans la viralité, mais les stratégies en place visaient vraiment à communiquer sur l'environnement ».

@BILOVIK



VIKIE PEDNEAULT

Également entrepreneure, conférencière et stratège en communication, Vikie Pedneault juge que les voix qui militent pour la protection de la nature doivent repenser leur approche. À ses yeux, le discours et les techniques d'engagement de plusieurs ratent souvent la cible. « Je trouve que l'expression sauver la planète est l'un des mottos qui nuisent un peu à la cause. Les gens ont réalisé que la planète a passé à travers bien pire que nous : des ères glaciaires, des volcans, etc. La planète ne va pas sauter. C'est l'humanité qu'il faut sauver ».

Pour accomplir sa mission, la native d'Alma multiplie les initiatives. En 2017, elle a créé La baleine nomade afin de sensibiliser les jeunes des écoles du Québec à la vie marine du fleuve St-Laurent. Lévisienne d'adoption, elle a aussi cofondé le Lévisium, un festival ludique qui vise à démocratiser la science. Ses vidéos, quant à elles, font fureur sur TikTok, Instagram et Facebook, et cumulent des millions de vues. Plusieurs milliers d'abonnés suivent ses comptes, baptisés « Biolovik ». Grâce au nouveau programme du FMC, Vikie Pedneault a eu les coudées franches pour développer un nouveau type de contenu qui sera mis de l'avant sur Facebook.

« Ce que je présenterai sont des capsules de cinq minutes qui vont vraiment plus en profondeur sur un sujet et qui sont déclinées ensuite en d'autres formats pour les réseaux sociaux. C'est davantage documentaire et plus approfondi. Sans cette aide, je ne crois pas que je serais allée vers ce modèle-là. Je l'avais en tête, mais je n'avais pas les ressources pour le mettre en place ».

Le rêve professionnel de Vikie Pedneault serait d'implanter un nouveau standard en communication environnementale pour inciter d'autres personnes à suivre ses traces. Elle aimerait aussi réaliser un « mockumentaire ». L'humour et la création de contenu feront toujours partie de son approche, et l'appui du FMC la pousse vers l'avant. « C'est vraiment difficile de faire de la communication scientifique. De recevoir de la reconnaissance dans ce milieu-là, ça aide, ça valide ce qu'on fait et c'est toujours apprécié ».

- Martin Grenier

IMAGES TIRÉES DE @BILOVIK

DAUPHINS



Quand l'ancêtre mammifère des baleines a décidé de retourner dans l'eau...



CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration (CA) du FMC est responsable de la gouvernance de la Société, notamment la surveillance de son programme et de ses autres activités. Il dirige la mise au point de son orientation stratégique et s'assure que la direction gère les affaires conformément aux objectifs qu'elle s'est fixés.

Le CA est complètement indépendant de la direction, des bailleurs de fonds et de tout bénéficiaire des programmes du FMC. Les administrateur-trices sont nommé-es par les organismes membres de la Société, soit la Coalition canadienne pour l'expression culturelle (CCEC), qui représente les distributeurs canadiens de services de télévision par câble, par satellite et par IP, ainsi que le gouvernement du Canada, représenté par le ministère du Patrimoine canadien.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION (AU 31 MARS 2024)

Barry Chapman
Alison Clayton
Chantale Coulombe
Alain Cousineau (président)
Guy Fournier
Russell Grosse
Gary Pizante
Michael Schmalz
Sanae Takahashi

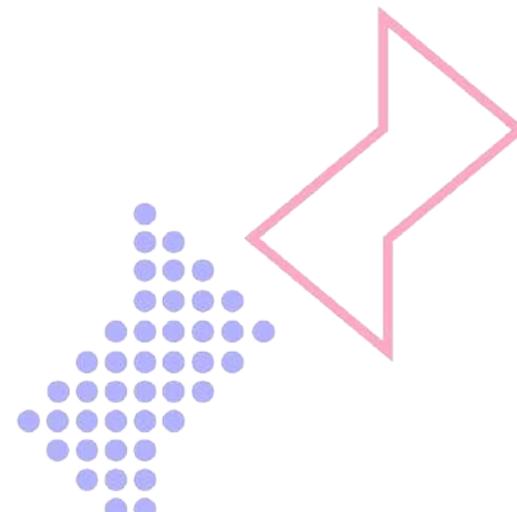


CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au cours de l'exercice 2023-2024, le CA du FMC comptait neuf membres. La CCEC nomme six d'entre eux, et le gouvernement du Canada, trois.

Le FMC et son CA sont déterminés à mettre en œuvre des pratiques exemplaires de gouvernance afin d'assurer la gestion responsable de la Société pour le bien de ses membres, des parties prenantes de l'industrie et du grand public. Dans le cadre de cet engagement, le conseil a adopté :

- un énoncé des principes régissant la gouvernance de la Société qui définit la structure de gouvernance du FMC, décrit le rôle et le mandat de son CA, la structure des comités, le code de conduite professionnelle ainsi que les normes de reddition de comptes devant assurer la saine gestion des fonds remis au FMC par ses bailleurs de fonds;
- les statuts du CA, qui précisent les devoirs et les responsabilités du conseil et des administrateur-trices;
- le Code de conduite professionnelle, qui s'applique à l'ensemble des administrateur-trices et des membres de la direction et du personnel pour promouvoir :
 - un comportement honnête, responsable et éthique, y compris la gestion éthique et responsable des relations personnelles et professionnelles,
 - le respect des modalités de l'Entente de contribution et de tous les règlements, lois et règles applicables,
 - une divulgation complète, juste, exacte et en temps utile de renseignements dans les rapports que la Société remet au ministère, conformément à l'Entente de contribution et dans toutes ses autres communications au public,
 - la communication rapide de toute violation, connue ou que l'on a des motifs raisonnables de soupçonner, du Code.



CONSEIL D'ADMINISTRATION

FAITS SAILLANTS DES ACTIVITÉS DU CONSEIL EN 2023-2024

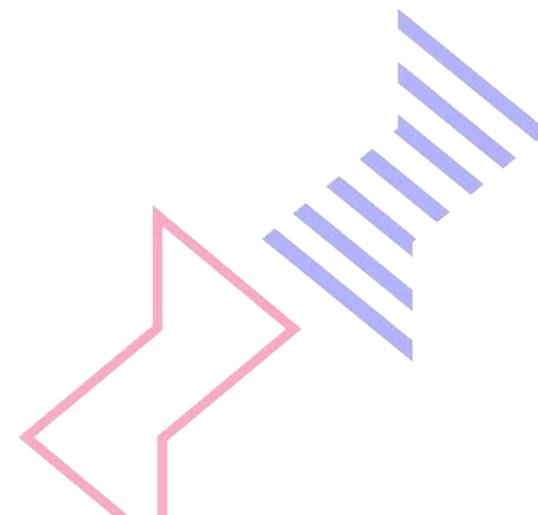
En raison des instances du CRTC sur la mise en œuvre du projet de loi C-11 et l'établissement d'un nouveau cadre réglementaire relatif à la *Loi sur la radiodiffusion*, le FMC et son conseil d'administration ont été très actifs dans la préparation de mémoires, de répliques et de témoignages aux diverses audiences.

Dans le cadre du mandat de modernisation, le CA a examiné et évalué de nouvelles autorités du FMC sur ses programmes, de nouvelles flexibilités et de nouveaux programmes pilotes en vue de leur lancement au début de l'exercice subséquent, en avril 2024.

En ce qui concerne l'évolution de la stratégie du FMC en matière de données, le conseil a été encouragé par les résultats du Programme pilote destiné aux communautés racisées et du Programme de soutien aux activités de développement de l'industrie présentés dans le rapport *Créer le changement*. À l'avenir, l'examen et la mesure de tous les programmes du FMC seront fondés sur ce nouveau format d'évaluation du rendement.

Le FMC a mandaté La Société des demains pour mener des consultations auprès de l'ensemble de l'industrie au sujet de la définition de « contenu canadien ». Le CA a été informé des résultats de ces consultations.

Le conseil a également rencontré les ambassadeur·trices de la campagne NOUS | MADE du FMC. Il en a appris des expériences uniques de ces créateur·trices de contenu numérique de tout le Canada pour percer dans l'industrie canadienne des écrans.



COMITÉS DU CONSEIL

Deux comités permanents relèvent du conseil d'administration : le comité de l'audit ainsi que le comité de la gouvernance et des ressources humaines.

COMITÉ D'AUDIT

La principale fonction du comité d'audit est d'aider le CA à remplir ses responsabilités de gouvernance et d'encadrement de la Société en ce qui a trait aux rapports financiers, aux contrôles internes, aux pratiques de gestion des risques, à la trésorerie et aux fonctions d'audit externe.

Le comité de l'audit a adopté des statuts qui précisent ses devoirs et ses responsabilités. Il examine ceux-ci chaque année, en consultation avec le comité de la gouvernance et des ressources humaines, et les met à jour au besoin.

ACTIVITÉS EN 2023-2024

Rapports et états financiers : le comité a examiné les rapports financiers trimestriels et a recommandé au CA d'approuver les états financiers annuels audités; il a examiné plusieurs politiques administratives.

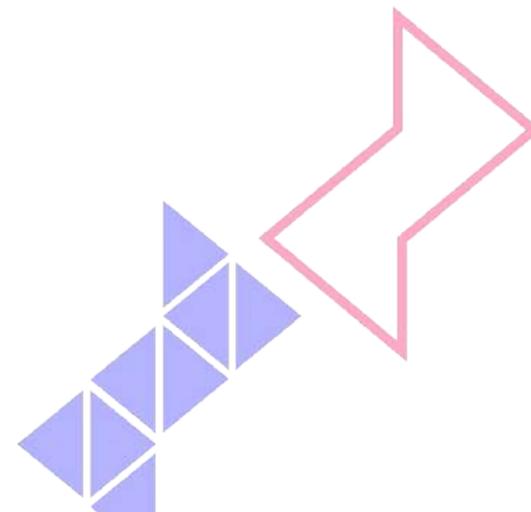
Auditeurs externes : le comité a recommandé la nomination de l'auditeur externe; il a examiné et approuvé le plan d'audit, la portée des travaux et la rémunération. Le comité a rencontré l'auditeur externe à huis clos.

Contrôles internes et gestion des risques : dans le cadre de la supervision des contrôles internes, le comité a notamment examiné le rapport annuel sur les contrôles internes à l'égard de l'information financière. Il a également passé en revue les couvertures d'assurance et a reçu les rapports des risques trimestriels relativement aux risques financiers, juridiques et opérationnels. De plus, il s'est intéressé à la cybersécurité et aux audits internes.

Le comité a également examiné le plan d'activités et le budget annuels.

MEMBRES EN 2023-2024 :

Barry Chapman
Guy Fournier
Gary Pizante
Michael Schmalz (président)



COMITÉS DU CONSEIL

COMITÉ DE LA GOUVERNANCE ET DES RESSOURCES HUMAINES

La principale fonction du comité de la gouvernance et des ressources humaines est d'aider le conseil d'administration à s'acquitter de ses responsabilités en matière de gouvernance et de gestion des ressources humaines de la Société.

Le comité de la gouvernance et des ressources humaines a adopté des statuts qui précisent ses devoirs et ses responsabilités. Il examine ceux-ci chaque année et les modifie au besoin.

ACTIVITÉS EN 2023-2024

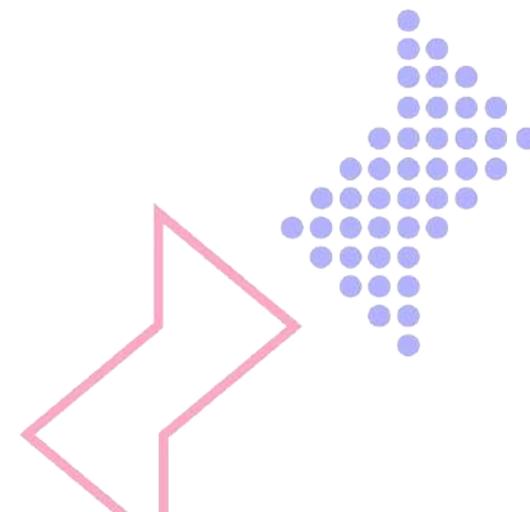
Gouvernance : le comité a géré les processus d'évaluation du conseil d'administration, l'indépendance des administrateur-trices, leur programme de perfectionnement ainsi que la grille des compétences du conseil d'administration. La Société a examiné les différentes options et a décidé de moderniser l'administration de ces outils d'évaluation en menant ces processus en ligne, par le portail Nasdaq BoardVantage.

Ressources humaines : le comité a examiné les objectifs et les cibles annuels de la présidente et chef de la direction, et a évalué le rendement de celle-ci par rapport à ces cibles et objectifs. Il a fait appel à une société de conseil pour réaliser une étude de marché sur la rémunération de l'ensemble du personnel.

Il s'est aussi penché sur le respect de la Politique de consultation, en plus d'avoir approuvé le plan de consultation 2023-2024. Il a examiné les résultats des questions relatives aux requérants traités par le truchement des mécanismes d'appel, ainsi que les messages de la présidente et chef de la direction ainsi que du président du conseil contenus dans le présent rapport annuel.

MEMBRES EN 2023-2024 :

Alison Clayton
Chantale Coulombe (présidente)
Russell Grosse
Sanae Takahashi



PRÉSENCE DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DES COMITÉS EN 2023-2024

| | RÉUNIONS DU CONSEIL | TÉLÉCONFÉRENCES DU CONSEIL | COMITÉ DE L'AUDIT | COMITÉ DE LA GOUVERNANCE ET DES RESSOURCES HUMAINES |
|-------------------------------------|------------------------|-------------------------------|----------------------|---|
| Nombre total de réunions | 4 | 2 | 4 | 4 |
| | | Présences | | |
| Barry Chapman | 4 | 2 | 4 | - |
| Alison Clayton | 4 | 2 | - | 4 |
| Chantale Coulombe | 4 | 2 | - | 4 |
| Alain Cousineau | 4 | 2 | 4 | 4 |
| Guy Fournier | 4 | 2 | 4 | - |
| Russell Grosse | 4 | 1 | - | 3 |
| Gary Pizante | 4 | 2 | 4 | - |
| Michael Schmalz | 4 | 2 | 4 | - |
| Sanae Takahashi | 4 | 2 | - | 4 |

RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2023-2024

La politique relative à la rémunération des administrateur-trices a été établie en 2009 par les deux membres de la Société. Revue à l'assemblée annuelle des membres, elle comprend des barèmes d'honoraires annuels et d'allocations de présence aux réunions.

Voici les barèmes établis par les membres pour 2023-2024 :

Honoraires annuels

Président du conseil
d'administration : 60 272 \$
Président-es de comité : 46 814 \$
Autres administrateur-trices :
36 142 \$

Allocation de présence aux réunions

1 447 \$ pour une réunion d'une
journée (huit heures, y compris
les déplacements).

723 \$ pour une réunion d'une
demi-journée (quatre heures,
y compris les déplacements).

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



ALAIN COUSINEAU

PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Cadre chevronné possédant plus de 30 ans d'expérience, Alain Cousineau a auparavant occupé les postes de président et chef de la direction de Loto-Québec et du Groupe Secor. En outre, il a été président du conseil de Tourisme Montréal et de la Société des alcools du Québec.

Antérieurement, il a mené une carrière remarquable dans le milieu universitaire, principalement à la Faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke. De plus, il a occupé des postes au sein de conseils d'administration d'une grande diversité d'industries, notamment celles des soins de santé, des sciences de la vie et de la pharmaceutique, de l'aéronautique et des solutions d'affaires électroniques.

Il possède une vaste expérience en consultation dans les domaines de la mise en marché et des communications ainsi qu'en planification et stratégie d'entreprise.

BARRY CHAPMAN

Comptable professionnel agréé, Barry Chapman détient plus de 30 années d'expérience dans le domaine des télécommunications, où il a occupé différents postes de direction. Il possède en outre des connaissances poussées et une vaste expérience des affaires réglementaires, des fusions et des acquisitions, ainsi que de la planification stratégique et financière.

De 1989 à 2017, il a été vice-président aux affaires réglementaires à Bell Canada. Par ailleurs, il détient une grande expérience en gouvernance de sociétés, ayant été membre de différents conseils d'administration.

ALISON CLAYTON

Alison Clayton est consultante indépendante en télévision et cinéma. Elle est lauréate de plusieurs prix Gemini. Au cours de sa carrière, elle a été directrice générale de la chaîne Biography, vice-présidente à la programmation pour Movie Network, Moviepix et Family Channel, et conseillère principale en matière de politiques auprès de l'ancien ministère des Communications du gouvernement fédéral.

Plus encore, elle a siégé au comité de l'encan d'art de la Galerie d'art d'Ottawa et aux conseils d'administration du Fonds documentaire Rogers, de l'Alliance pour l'enfant et la télévision ainsi que du Fonds canadien de télévision.

CHANTALE COULOMBE

Avocate de formation, Chantale Coulobme a pratiqué le droit de la propriété intellectuelle pendant près de 20 ans au sein du cabinet national Norton Rose Fulbright, dont elle était l'une des associées. Par la suite, elle a occupé le poste de vice-présidente exécutive, direction des services, au groupe ComediHa!, un important créateur de contenus audiovisuels au Québec.

Elle a aussi présidé la Jeune Chambre de commerce de Québec, a été membre fondatrice du conseil d'administration du Centre de la francophonie des Amériques et a siégé au conseil d'administration de la Table de concertation de l'industrie du cinéma et de la télévision de la Capitale-Nationale.

Administratrice de sociétés certifiée (ASC-C.Dir.) et présidente et chef de la direction du Collège des administrateurs de sociétés de l'Université Laval, elle siège également au conseil d'Arsenal Média et au comité d'éthique et de gouvernance de l'Office du tourisme de Québec.

GUY FOURNIER

Membre de l'Ordre du Canada, Guy Fournier est auteur, dramaturge, chef scénariste, producteur de films et scénariste. Il compte plus de 300 télé-théâtres, longs-métrages et pièces de théâtre à son actif.

Membre fondateur et président de l'Institut québécois du cinéma, il a assuré les fonctions de vice-président national de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision et de président du Bureau de Québec de l'Académie.

Il a siégé aux conseils d'administration d'Onyx-Films inc., SMA inc., Télé-4, Les Productions du Verseau inc., Télévision Quatre-Saisons, Télé-Québec et CBC/Radio-Canada.

Il est actuellement membre du conseil du Théâtre du Rideau Vert et membre fondateur de la Fondation Jeanne-Mance.

RUSSELL GROSSE

Depuis plus de 29 ans, Russell Grosse est engagé dans la protection, la préservation et la promotion de la culture et de l'histoire des personnes afro-descendantes de la Nouvelle-Écosse, documentant au passage une partie importante de l'histoire du Canada. Il travaille au Black Cultural Centre for Nova Scotia depuis 1994, où il a commencé comme étudiant en emploi d'été. Il y a occupé divers postes de développement et de supervision, dont ceux de gestionnaire des opérations, de gestionnaire de projets et de directeur adjoint. En décembre 2012, Russell a été nommé au poste de directeur général de l'organisation – poste qu'il occupe actuellement.

Le leadership de Russell a permis au Black Cultural Centre for Nova Scotia de dépasser les frontières de la province et de promouvoir la vaste histoire de la province en tant que membre de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada.

GARY PIZANTE

Établi à Niagara-on-the-Lake, Gary Pizante a occupé plusieurs postes aux responsabilités croissantes dans le domaine des télécommunications et des services de télévision par câble et par satellite depuis 1988.

Il possède une vaste expérience en analyse financière et économique. Auparavant, il a été vice-président, Tarification et analytique, pour Shaw Communications.

Il est titulaire d'une maîtrise en économie de l'Université d'État du Michigan et d'une maîtrise en communication de l'Université de Denver.

MICHAEL SCHMALZ

Michael Schmalz est président de Digital Extremes, un studio de développement de haut niveau du secteur du divertissement interactif.

Il possède plus de 17 ans d'expérience dans l'industrie des médias numériques, s'étant particulièrement intéressé à l'innovation dans le secteur des jeux.

Il est notamment titulaire d'un doctorat, d'une maîtrise en sciences et génie de l'Université Western ainsi que d'un MBA de la Schulich School of Business.

Il est comptable professionnel agréé, ingénieur agréé et administrateur agréé. Auparavant, il a aussi pratiqué le génie civil.

SANAE TAKAHASHI

Aujourd'hui à la retraite, Sanae Takahashi est une planificatrice stratégique et une professionnelle du marketing chevronnée qui possède 20 ans d'expérience de direction dans l'industrie canadienne de la radiodiffusion et des télécommunications.

Elle occupait, depuis 2016, le poste de vice-présidente principale, Planification, vision et modèles commerciaux de Shaw Communications, et ce, après avoir occupé différents postes de direction dans la même entreprise.

Auparavant, elle a été vice-présidente, Marketing grand public, à Rogers Sans-fil. Son expérience professionnelle a été centrée sur la réponse aux besoins et aux attentes de la clientèle dans le contexte des produits et services des médias et des télécommunications.

Elle détient un baccalauréat en biologie moléculaire de l'Université Concordia.

ÉQUIPE DE DIRECTION



SHELVED

VALERIE CREIGHTON

C.M., S.O.M.
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION



Photo: Munz Media

Cumulant plus de 40 années d'expérience dans le domaine des arts, de la culture et des médias, Valerie Creighton est une chef de file dans l'industrie, reconnue pour avoir su redynamiser plusieurs des plus importants organismes du pays dans le secteur. Experte en changement organisationnel, elle est aussi une visionnaire reconnue pour sa promotion de la richesse culturelle du Canada.

Présidente et chef de la direction du Fonds des médias du Canada, elle positionne la programmation canadienne à l'avant-scène dans les marchés internationaux, tout en faisant la promotion des applications logicielles et du contenu canadiens innovateurs à succès destinés aux plateformes numériques actuelles et émergentes.

Fervente défenseuse de l'industrie, elle a participé à de nombreuses missions commerciales à l'étranger et est fréquemment invitée à présenter le modèle du FMC à l'étranger.

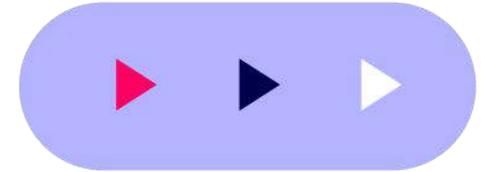
Valerie a été investie de l'Ordre du Mérite de la Saskatchewan en 2016 et de l'Ordre du Canada en 2019. Elle a été nommée l'une des 20 femmes les plus influentes de l'industrie mondiale de la télévision en 2016 par *The Hollywood Reporter*, a été reconnue en 2017 par le chapitre vancouverois de Femmes du cinéma, de la télévision et des médias numériques pour sa contribution importante envers la promotion de la parité des genres dans les médias et a reçu le prix Honorary Maverick du Female Eye Film Festival en 2017. Elle a été admise au Temple de la renommée de *Playback* en 2018 et a reçu le prix Impact de Content Canada en 2020.

En 2022, *The Hollywood Reporter* (THR) la nomme l'une des 20 femmes les plus puissantes du monde du divertissement, elle reçoit le Lifetime Achievement Award de l'université de Regina et se voit décerner la Médaille du jubilé de platine de la reine Élisabeth II par sa province d'origine, la Saskatchewan. En 2024, elle figure sur la liste des femmes les plus puissantes de l'industrie canadienne du divertissement établie par *THR* et reçoit le Glass Ceiling Award lors du sommet inaugural THR Women in Entertainment Canada Summit. Valerie a également reçu deux distinctions en reconnaissance de sa défense et de son soutien aux créateur-trices autochtones et à la création du Bureau de l'écran autochtone (BEA). Celui-ci l'a honorée lors d'une cérémonie des couvertures et l'aîné Vincent Yellow Old Woman, de la nation Siksika (Confédération des Pieds-Noirs), lui a donné le nom de sa sœur décédée, *Courageous Woman* – un grand honneur accordé en reconnaissance des contributions de Valerie.

Valerie est titulaire d'un baccalauréat en beaux-arts de l'Université de la Saskatchewan. Elle a été membre de divers jurys et conseils régionaux, nationaux et internationaux et a produit des dramatiques radio pour la CBC en Saskatchewan, où elle possède et exploite le ranch Red Horse.

NATHALIE CLERMONT

PREMIÈRE VICE-PRÉSIDENTE, STRATÉGIE DE
CONTENU ET DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES



Nathalie Clermont œuvre dans le secteur du cinéma, de la télévision et des médias numériques depuis plus de 25 ans. Elle possède une vaste expérience dans la conception de politiques ainsi qu'en financement.

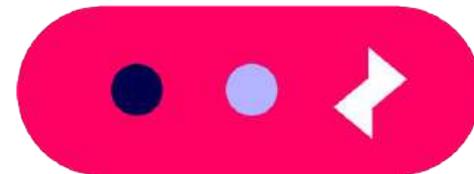
Depuis son entrée au FMC, en mars 2007, elle agit à titre de conseillère clé en matière de programmes et de politiques de l'organisation. Elle assure également l'uniformité des normes de services et des processus de demande pour l'ensemble des programmes du FMC, en mettant particulièrement l'accent sur les autres partenariats de financement en vue d'optimiser ses investissements.

Auparavant, Nathalie a travaillé durant 15 ans à la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), où elle a dirigé l'équipe de l'Unité de relations d'affaires, à titre de responsable des programmes d'investissements en cinéma et en télévision.

Elle détient un baccalauréat ès arts en cinéma, communications et relations publiques de l'Université de Montréal.

MATHIEU CHANTELOIS

PREMIER VICE-PRÉSIDENT,
MARKETING ET AFFAIRES PUBLIQUES



Ancien journaliste, Mathieu est dorénavant un professionnel des communications et du marketing. Son travail et ses campagnes de promotion ont souvent été primés.

Né à Montréal, il est tombé dans la marmite de l'industrie des écrans en bas âge : son grand-père était chef technicien à la Canadian Broadcasting Corporation et son père, responsable des ressources humaines à l'Office national du film du Canada.

En début de parcours, il a publié plus d'une centaine d'articles dans le magazine culturel *Voir* et le quotidien *La Presse*, en plus d'avoir enseigné la parole publique dans un cégep montréalais.

En 2000, il a déménagé à Toronto pour participer à la toute première émission de télé-réalité au pays : *U8TV: The Lofters*. Il a vécu 20 ans dans la Ville Reine, où il a tenu les rênes du magazine *Famous Québec* devenu *Le magazine Cineplex*. Il a été l'antenne torontoise de plusieurs émissions de radio et de télévision pancanadiennes, principalement celles de Radio-Canada. Il y a abordé une variété de sujets sociaux, culturels et politiques. Son portfolio compte par ailleurs plus de 1 000 articles rédigés en français et en anglais pour divers magazines.

Il est titulaire d'un baccalauréat en communication de l'Université du Québec à Montréal et d'une maîtrise en journalisme de l'Université Carleton, à Ottawa. Il détient également le certificat de Perspectives stratégiques pour la gestion d'organismes à but non lucratif de la Harvard Business School, et vient d'y compléter le programme Économie du divertissement, des médias et des sports.

Membre de l'équipe de la haute direction du Fonds des médias du Canada depuis 2019, il travaille à promouvoir l'inclusion et la diversité devant et derrière la caméra, tout en faisant rayonner partout dans le monde le contenu de chez nous. Il est désormais de retour à Montréal avec son époux et leurs deux jeunes enfants.

TRENT LOCKE

PREMIER VICE-PRÉSIDENT,
FINANCES ET ANALYTIQUE



Trent Locke apporte au FMC plus de 30 ans d'expérience dans l'industrie des écrans et dans le domaine de la finance. Au cours des huit dernières années, il a occupé le poste de vice-président des finances et de chef de l'exploitation chez Portfolio Entertainment. En plus d'y avoir été responsable de la croissance, du développement et de la stratégie, il y a supervisé une équipe financière ainsi que les opérations quotidiennes.

En 2014, il a joué un rôle clé dans le lancement du studio d'animation de Portfolio, et il est aussi reconnu pour avoir développé des partenariats solides et créé de nouveaux débouchés commerciaux. Grâce à son bon travail, la programmation de Portfolio a trouvé sa place au sein des réseaux de télévision et auprès de fournisseurs de contenu numérique de premier plan.

Avant d'entrer au service de Portfolio, Trent a été le vice-président des opérations commerciales de Télétoon Canada pendant 14 ans. D'abord responsable des finances et de la planification stratégique, il a vite touché à plusieurs autres secteurs, dont les relations avec les stations affiliées, la promotion des ventes, le trafic ainsi que le développement des affaires.

Ne reculant devant rien, il a été responsable de la supervision des opérations de lancement de Télétoon Retro. Grâce à son savoir-faire incomparable, il a permis à cette chaîne de télévision d'atteindre le plus haut niveau de distribution de tous les réseaux numériques au pays. Par le passé, il a aussi occupé des postes financiers chez Family Channel et DiverseyLever.

Vivant à Toronto, Trent est titulaire d'un baccalauréat en administration des affaires avec une mineure en économie de l'Université Brock et détient le titre de CMA.

CONSULTATIONS

Pendant l'exercice 2023-2024, le FMC a continué d'offrir de la stabilité à l'industrie, tout en entamant sa modernisation. Conformément à notre politique en matière de consultation, nous avons échangé avec les parties prenantes et facilité les discussions sur les questions qui touchent l'industrie en vue d'établir un modèle qui continue de soutenir les créateur-trices et les récits autochtones et canadiens sur toutes les plateformes, renforce les capacités à toutes les phases de la production et encourage l'innovation.

LOU ET SOPHIE



CONSULTATIONS

Tout au long de l'exercice, nous avons engagé de nombreuses discussions suivies avec des représentant·es de Patrimoine canadien, principalement au sujet du nouveau modèle de programme proposé par le FMC. Nous avons également eu des conversations à plus long terme sur les objectifs stratégiques du FMC et la façon de nous adapter à la *Loi sur la diffusion continue en ligne* (auparavant le projet de loi C-11) et à ce qui suivra.

Par ailleurs, nous avons tenu de nombreuses discussions informelles avec les parties prenantes afin d'obtenir des commentaires sur le nouveau modèle de financement proposé et les changements connexes apportés à bon nombre de nos programmes et principes directeurs. Ces changements font écho à l'autorité élargie du FMC quant à ses programmes et à sa méthode de financement davantage axée sur le contenu, sans égard à la plateforme.

Enfin, outre les rencontres avec les parties prenantes au cours de l'année, nous avons reçu des mémoires écrits dans le cadre des consultations de l'automne auprès de l'industrie, qui ont tous été lus et pris en compte.

CONTENUS ET AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

Secteur du contenu linéaire

En juin 2023, le FMC a tenu deux réunions (en personne et en ligne) lancées par la présidente et chef de la direction et animées par l'équipe des Contenus, avec le soutien du service Croissance et inclusion. Des organisations représentant des groupes sous-représentés des marchés de langue anglaise (27) et de langue française (neuf) ont été invitées pour discuter de l'allocation supplémentaire de 40 M\$ prévue au

budget fédéral de 2023 pour soutenir le contenu de langue française et les talents créatifs issus de groupes sous-représentés.

Ces rencontres — de même que les nombreuses conversations avec l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) — ont joué un grand rôle dans la détermination de la façon dont le FMC a divisé la tranche versée pour la première année de l'allocation.



CONSULTATIONS

Nouveau modèle de programme

La *Loi sur la diffusion continue en ligne* a reçu la sanction royale le 27 avril 2023. En juillet, le FMC a donc commencé à élaborer un nouveau modèle de programme qui incorporait bon nombre des principaux champs (simplification de la structure des programmes, test de marché et déclencheurs de financement, singularité des marchés linguistiques) qui avaient été abordés au sein des groupes de travail tenus en 2022-2023. Ce modèle visait à préparer le FMC à la modernisation du cadre réglementaire.

En octobre et en novembre, avant les audiences du CRTC, nous avons tenu des consultations auprès de plus de 140 organisations et 130 participant-es afin

de donner aux parties prenantes un préavis suffisant sur les changements que le FMC envisageait d'apporter à ses programmes dans le cadre de son nouveau modèle de financement. Parmi les idées récurrentes qui ont émergé pendant ces consultations, mentionnons la nécessité de moderniser le cadre des programmes du FMC et l'intérêt continu pour la stabilité. Les discussions ont notamment porté sur l'assouplissement de l'écosystème de financement du FMC en favorisant l'arrivée de nouveaux intrants et en ajoutant des déclencheurs du marché, afin que les requérant-es disposent d'un plus grand nombre d'options pour financer leurs projets au-delà du modèle de télédiffusion traditionnel.

Secteur des médias numériques interactifs

Nous avons rencontré virtuellement un petit groupe de huit organisations du secteur des médias numériques interactifs (MNI) afin de solliciter des commentaires sur la meilleure ligne de conduite à adopter à court terme (de trois à cinq ans) pour que les programmes destinés aux MNI continuent d'évoluer pour répondre aux besoins du secteur qu'ils soutiennent.

Parmi les principaux sujets abordés, citons les nouveaux programmes pilotes potentiels destinés aux MNI (par exemple, le financement d'un ensemble de projets ou les fonds ciblés pour les groupes sous-représentés) et les changements apportés aux programmes existants.

En outre, le FMC a rencontré des personnes du secteur de la création numérique et Storyhive (Telus) afin d'obtenir leur avis sur la conception du Programme pilote pour la création de contenu numérique.

CONSULTATIONS

Croissance et inclusion

L'équipe Croissance et inclusion a continué à soutenir le service Mesure des médias et analyse stratégique, ainsi que celui des Contenus, entre autres, pour veiller à ce que toutes les consultations du FMC soient inclusives et à y accroître la représentation de communautés de la diversité.



LE GRAND SOLSTICE (ÉDITION 2022)

Une série de réunions a été organisée avec des parties prenantes de communautés autochtones et en quête d'équité pour discuter de l'allocation du gouvernement du Canada en faveur de l'équité, de la diversité et de l'inclusion. Le FMC a également versé 20 000 \$ pour la consultation du BEA auprès de producteur-trices autochtones en août 2023 (en anglais) et en octobre 2023 (en français).

La phase de consultation sur la nouvelle stratégie en matière d'équité et d'inclusion du FMC a été repoussée en raison de la préparation d'un rapport détaillé sur l'investissement initial de 60 M\$ destiné aux initiatives d'équité et d'inclusion.

Ce rapport a fourni des données et des observations sur lesquelles ériger nos stratégies en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (ÉDIA) et de contenu autochtone pour 2024-2027.

MESURE DES MÉDIAS ET ANALYSE STRATÉGIQUE

Mesure des médias numériques

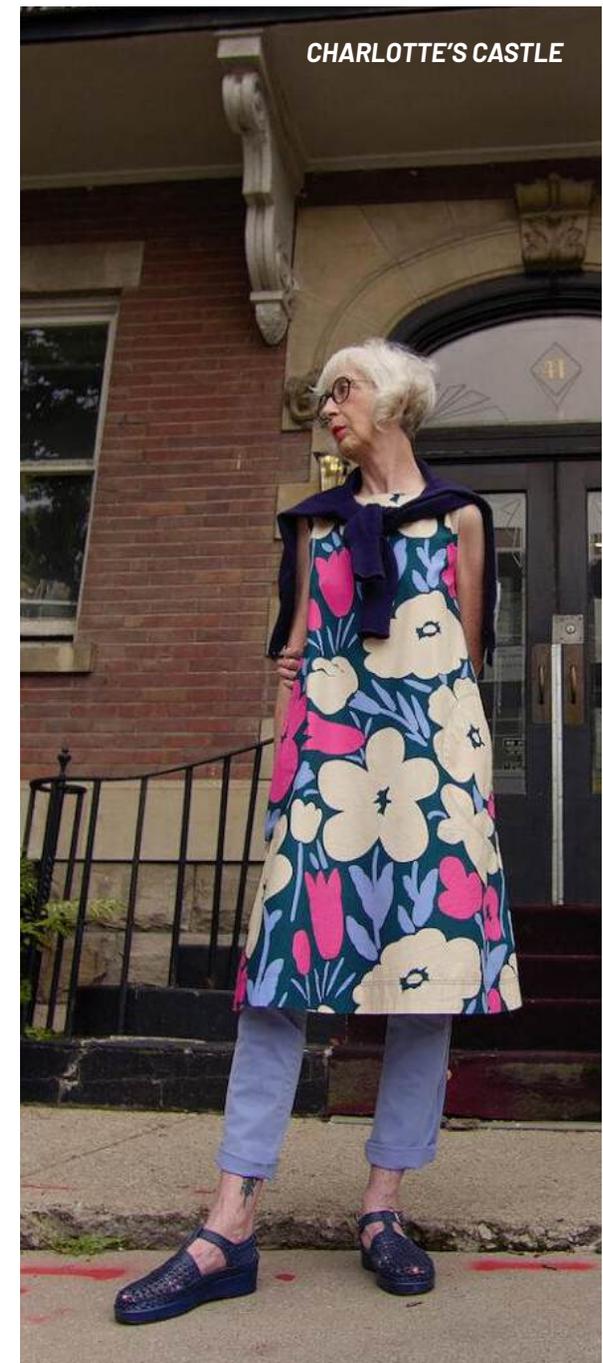
En 2023-2024, en raison de l'abandon prévu du Cadre de mesure du rendement en médias numériques du FMC (Adobe Analytics), nous avons commandé une étude à l'Université métropolitaine de Toronto pour déterminer de nouveaux paramètres pour mesurer les retombées et le succès. Dans le cadre de cette recherche, des consultations ciblées auprès de requérant-es du FMC, de membres du conseil d'administration et de parties prenantes de l'industrie ont été menées tout au long de l'exercice en vue d'élaborer une solution et un cadre de mesure réalisables. Le rapport définitif a été remis à la fin de mars 2024. Il contient six recommandations à intégrer dans un nouvel outil de mesure des projets de médias numériques financés par le FMC, qui est en cours d'élaboration.

CONSULTATIONS

Rapport démographique

Alors que l'équipe Mesure des médias et analyse stratégique se préparait à lancer le premier *Rapport démographique*, nous avons consulté 10 associations et organisations communautaires, à savoir l'Association canadienne de la production médiatique (CMPA), l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC), le Bureau de l'écran des Noirs (BEN), le Bureau de l'écran autochtone (BÉA), le Racial Equity Media Collective (REMC), l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran (ORPHÉ),

la Coalition M.É.D.I.A., BIPOC TV & Film et le ReelWorld Screen Institute, pour obtenir leurs premiers commentaires et leurs réactions initiales au sujet du rapport. À la suite de la publication du rapport en mars 2024, l'équipe Mesure des médias et analyse stratégique a mené un sondage, de concert avec Ipsos Canada, pour recueillir les opinions des utilisateur-trices de PERSONA-ID sur leur expérience de la plateforme et évaluer le niveau de confiance et d'aisance de l'industrie à l'égard des initiatives de collecte de données démographiques (voir la section Initiatives stratégiques et recherche pour en savoir plus).



MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

En 2023-2024, le FMC mené à bien des initiatives stratégiques et des projets de recherche afin de préciser et d'affirmer sa position sur certains aspects de la modernisation de l'industrie, de rédiger et de diffuser des informations utiles et de collaborer pour créer des résultats positifs pour nos clientèles de la création et l'industrie audiovisuelle.

SUMMER QAMP

MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

AUDIENCES DU CRTC

Le 20 novembre 2023, des membres de la haute direction du FMC ont comparu devant le CRTC dans le cadre de sa première audience publique en vue de la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, ce qui donnera lieu à l'élaboration d'un nouveau cadre réglementaire. Le FMC a réitéré la position voulant que les contributions de base initiales des entreprises en ligne ne doivent pas être inférieures aux niveaux de contribution actuels des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) et que le FMC doive recevoir une part appréciable de cette somme. Nous avons également montré que le FMC constitue le véhicule le plus efficace et le plus transparent pour assurer un équilibre entre les besoins de l'industrie et les priorités du gouvernement fédéral, ainsi que pour administrer les fonds actuels et futurs et les nouvelles contributions des entreprises en ligne.

NOUVEAUX FUTURS : L'AVENIR DU CONTENU CANADIEN

Au début de 2023, nous avons lancé une consultation nationale visant à explorer les multiples facettes du contenu canadien auprès de plusieurs parties prenantes afin de recueillir leurs commentaires et de réfléchir à la redéfinition ainsi qu'à l'avenir du contenu d'ici dans le contexte de l'adoption du projet de loi C-11 et de la révision de la politique du CRTC. Nous n'avions pas pour objectif de définir ce qu'est le contenu canadien, mais souhaitions créer un lieu pour enrichir les conversations sur l'avenir des récits d'ici.

Pour mener à bien cette initiative, nous nous sommes associés à un consortium de recherche dirigé par La Société des demains, établie à Montréal. Lancée au début de 2023, la première phase du projet a consisté en une série d'entretiens ethnographiques approfondis et en deux enquêtes à grande échelle auprès de membres de l'industrie audiovisuelle et du public afin d'évaluer leur perception du contenu d'ici et de recueillir leurs idées sur l'évolution de sa définition. L'initiative s'est poursuivie au cours de l'exercice

2023-2024 au moyen d'une deuxième phase : des ateliers en petits groupes, en ligne et en personne, qui ont eu lieu au printemps 2023.

À l'automne 2023, nous avons publié le rapport *Nouveaux futurs : L'avenir du contenu canadien dans vos mots*, lequel faisait état des différents points de vue entendus de quelque 2 800 professionnel·les de l'industrie et membres du public de tout le pays.



MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

TABLE DES CHEFS D'INSTITUTIONS

Par l'entremise de la Table des chefs d'institutions (*Head of Institutions Table*, ou HIT) et de son groupe de travail, nous avons mobilisé d'autres agences audiovisuelles nationales partenaires (Téléfilm Canada, le Bureau de l'écran autochtone [BEA] et l'Office national du film du Canada [ONF]) et le ministère du Patrimoine canadien pour discuter de la modernisation du secteur audiovisuel canadien et :

- élaborer un cadre et une voie vers une approche équilibrée qui soutiendra l'accroissement des ressources et de la capacité de production, y compris de nouveaux outils et mécanismes de financement pour la croissance;
- atteindre et mobiliser les auditoires, ainsi que soutenir la production et la commercialisation du contenu canadien sur les marchés internationaux et sur toutes les plateformes;
- établir des définitions du contenu canadien et autochtone qui prennent en compte les contributions culturelles du contenu lui-même, la concurrence mondiale et la flexibilité.



L'OCÉAN VU DU CŒUR

MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

FUTUR ET MÉDIAS

La publication *Futur et médias* regroupe des articles rédigés par des spécialistes et journalistes d'ici et d'ailleurs qui donnent un aperçu des défis à relever et des occasions à saisir dans notre industrie.

Ces articles portaient sur différents sujets pertinents pour les industries de l'audiovisuel et des médias numériques interactifs, tels que le projet de loi C-11, l'essor de l'intelligence artificielle

générative, la protection de la propriété intellectuelle, le financement, la coproduction internationale, la distribution, l'inclusion et la protection de l'environnement dans la production médiatique.

Nous avons lancé la deuxième saison de la toute première série vidéo de *Futur et médias*, *Moteur*, action, inclusion, qui se focalisait sur des équipes de création à l'avant-garde des pratiques inclusives,

devant et derrière les caméras. Gaëlle Essoo, la rédactrice en chef de *Futur et médias*, s'est rendue à Vancouver et à Montréal pour rencontrer ces exemples à suivre qui se sont donné pour mission de permettre à un plus grand nombre de créateur-trices de connaître le succès. La saison a généré près de 140 000 vues sur notre chaîne YouTube.



MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

STRATÉGIE EN MATIÈRE DE DONNÉES

Des progrès considérables ont été réalisés dans la transformation de l'infrastructure de données et l'amélioration de la prise de décisions fondées sur des données probantes au sein du FMC. Les principales initiatives ont porté sur l'évaluation des programmes, le renforcement de la gouvernance en matière de données et l'amélioration des capacités d'analyse.

La stratégie en matière de données est axée sur la réalisation d'analyses complètes et avérées à l'aide des données internes du FMC et de notre expertise en recherche et évaluation dans le secteur audiovisuel canadien. Nous remanions actuellement nos systèmes d'architecture de données afin d'améliorer la souplesse des rapports et d'accroître leur efficacité. Nous élargissons également la mesure de la consommation des médias numériques et du rayonnement auprès du public au-delà de la télévision linéaire.

En ce qui concerne la recherche, nous produirons des rapports sur les difficultés actuelles dans le financement d'émissions pour enfants et jeunes et de documentaires uniques qui seront utilisés dans le cadre des consultations du FMC en 2024.

PERSONA-ID

Déployé en 2022-2023 dans le cadre de notre première stratégie triennale en matière d'équité et d'inclusion, PERSONA-ID est un système d'auto-identification utilisé pour mesurer la représentation démographique dans les rôles clés et la propriété des projets soumis au, et financés par le FMC.

En 2023-2024, sur l'ensemble des personnes occupant des fonctions clés rémunérées et accompagnant les demandes de financement conformément aux lignes directrices du FMC, 89 % ont fourni des informations PERSONA-ID. Ce personnel clé constitue la population des statistiques relatives à la diversité et au genre dans la section Résultats de financement du présent rapport.

Les actionnaires individuels des sociétés requérantes ont également soumis des informations PERSONA-ID, qui ont été utilisées pour déterminer l'éligibilité aux programmes et mesures incitatives applicables. 85 % des actionnaires individuels et des administrateur-trices de sociétés ont soumis des informations par l'entremise de PERSONA-ID liées à leur demande de financement en 2022-2023.

PARTICIPATION AU SYSTÈME PERSONA-ID



¹ Les corporations et entités gouvernementales qui sont propriétaires ou actionnaires d'entreprises requérantes n'ont pas eu à remplir un profil PERSONA-ID.

MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

PRODUCTION DE RAPPORTS

Rapport démographique

En mars 2024, le FMC a publié notre premier *Rapport démographique*, dans lequel il faisait état du succès du système d'auto-identification PERSONA-ID et des progrès effectués en matière de collecte et d'analyse de données. Ce premier rapport, de même que les résultats du sondage sur l'expérience d'utilisation, serviront à valider le concept de nos initiatives à ce chapitre et sera intégré aux consultations courantes du FMC pour améliorer encore davantage l'établissement de rapports, la transparence et la confiance en ce qui a trait à la collecte de données.

Quelques conclusions importantes sur la première année de collecte de données (2022-2023) tirées de ce rapport :

- 83 % du personnel clé déclaré a créé un profil PERSONA-ID.
- Les personnes s'identifiant comme membres des Premières Nations, Inuit et Métis représentaient ensemble 7 % de tout le personnel clé déclaré et 6 % des parts de propriété dans les programmes linéaires.

- Les communautés racisées représentaient la plus grande proportion du personnel clé issu de communautés reflétant la diversité, soit 18 % pour l'ensemble des programmes linéaires. Près de la moitié de tous le personnel clé dans les programmes interactifs s'identifiaient comme membres d'une ou de plusieurs de ces communautés.
- L'inclusion de personnes s'identifiant comme 2SLGBTQ+ et de personnes vivant avec un handicap dans le personnel clé est de 8 % et de 4 % respectivement dans les programmes linéaires, mais elle est beaucoup plus élevée dans les programmes interactifs, avec 20 % et 10 % respectivement.

Le *Rapport démographique*, ainsi que les résultats du sondage sur l'expérience utilisateur·trice de PERSONA-ID, sont utilisés comme preuves de concept de nos initiatives dans ce domaine et seront présentés à la communauté dans le cadre des consultations du FMC afin d'améliorer encore nos rapports, la transparence et la confiance du secteur dans la collecte des données.

Rapport Créer le changement

Le rapport *Créer le changement* est un cadre d'évaluation fondé sur des données pour l'investissement de 60 M\$ au Budget 2021 que le gouvernement du Canada a alloué au FMC sur trois ans pour soutenir l'équité, la diversité et l'inclusion dans l'industrie des écrans. Pour en savoir plus sur ce rapport, consultez la section Équité et inclusion à la page 69 du présent rapport.



GONE SASQUATCHING

MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

SONDAGE SUR L'EXPÉRIENCE D'UTILISATION DE PERSONA-ID

PERSONA-ID a suscité un grand intérêt au cours des audiences du CRTC sur le projet de loi C-11 en tant que moyen pour améliorer la collecte de données au sein de l'industrie audiovisuelle canadienne. Pour approfondir la compréhension de cette initiative, le FMC a fait appel à Ipsos Canada pour sonder les utilisateur-trices de PERSONA-ID au sujet de leur expérience globale avec le système et de leur perception générale de la collecte de données et des rapports. Le sondage anonyme a été mené en février et en mars 2024; une forte majorité de répondant-es ont indiqué que PERSONA-ID était facile à utiliser, que le système avait répondu au but initialement visé et que le FMC était transparent dans la publication des données.

ÉQUIPE RECHERCHE SUR LES DONNÉES SUR L'ÉQUITÉ, LA DIVERSITÉ, L'INCLUSION ET L'ACCESSIBILITÉ (ÉDIA)

Afin d'accroître la précision et l'inclusivité, le FMC a mis en place une équipe de recherche sur les données ÉDIA chargée de diriger les initiatives liées à PERSONA-ID. Celle-ci supervise la recherche interne et externe du FMC, l'évaluation, la consultation, ainsi que l'établissement de rapports sur la représentation démographique et les initiatives ÉDIA. Elle veille à l'application de pratiques équitables et inclusives dans le traitement des données relatives aux personnes, favorisant ainsi une prise de décision et des initiatives stratégiques équitables au sein de l'organisation.

PERSPECTIVES

Perspectives est une nouvelle publication du FMC qui jette un éclairage sur les dynamiques qui transforment notre industrie. Riche en données, elle vise à aider l'industrie à saisir les occasions qui se présentent dans un écosystème qui évolue à un rythme accéléré.

Intitulé *Quand l'écran pivote*, son premier numéro a été publié en novembre 2023, dans la foulée du lancement du Programme pilote pour la création numérique. Il examinait les aspects économiques de l'univers de la création numérique et analysait la stratégie d'expansion des plateformes de contenu généré par les utilisateur-trices, comme YouTube et TikTok.

Par la suite, *Perspectives : Quand l'écran pivote* a été présenté à des publics ciblés dans le cadre d'événements professionnels, comme le Festival Buffer, à Toronto, destiné aux créateur-trices de contenu numérique, et à La Piscine, un accélérateur québécois d'entreprises créatives. La publication a également été présentée dans des webinaires (ex. : le groupe de travail sur les documentaires de la CMPA, l'équipe de Telus Originals et de Storyhive) et des rencontres individuelles (ONF, AQPM, Service des délégués commerciaux, Bureau de la publicité interactive du Canada [IAB Canada], Banque Royale du Canada).

Cartt.ca, *Broadcast Dialogue* et *Le lien multimédia* ont couvert la publication de ce numéro, qui a généré 5 500 pages vues.

PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

En 2023-2024, le FMC s'est associé à plusieurs chefs de file de l'industrie pour présenter des événements. Ces partenariats représentent de précieuses occasions pour le FMC d'évaluer l'état actuel de l'industrie, de susciter de nouvelles idées, de favoriser l'innovation dans le secteur audiovisuel et de promouvoir le contenu et les talents d'ici.

La stratégie de partenariats du FMC est axée sur l'établissement de relations, la collecte et la diffusion de renseignements sur l'industrie, la promotion du contenu à succès, la création de débouchés commerciaux pour les sociétés de production dans le but de soutenir la coproduction, ainsi que la communication de messages clés à l'industrie.

Nous nous appuyons sur un cadre de référence d'évaluation des partenariats pour déterminer les objectifs actuels et futurs, ainsi que pour évaluer le rendement de son programme de partenariats.

LITTLE BIRD

PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

PARTENAIRES EN 2023-2024

Alberta Game Series (AGS)
Atelier Grand Nord – SODEC
Available Light Film Festival (ALFF)
Caribbean Tales Pitch au TIFF
CINEMANIA
Conférence factualWEST
Conférence Making Waves de WIFT-AT
Conférence de l'Alliance Médias
Jeunesse (AMJ)
Congrès de l'AQPM
Content Canada
Content London

DemoNights – La Guilde du jeu vidéo
du Québec
East by Northwest (EXNW)
FascinAsian Calgary
FascinAsian Winnipeg
Festival Buffer
Festival Courts d'un soir
Festival du film asiatique de Vancouver
(VAFF)
Festival du film de Whistler (WFF)
Festival du film de Yorkton
Festival du nouveau cinéma (FNC)

Festival international d'animation
d'Ottawa (FIAO)
Festival international de cinéma Vues
d'Afrique
Festival international des médias de Banff
Festival international du film d'Ottawa
(IFFO)
Festival international du film de Calgary
(CIFF)
Festival international du film de Gimli
(GIFF)
Festival international du film de
l'Atlantique (AIFF)
Festival international du film de Regina
(RIFFA)
Festival international du film de
Vancouver
Festival international du film pour enfants
de Montréal (FIFEM)
Festival international du film queer de
Vancouver
Festival international du film
sud-asiatique (ISAFF)
Festival Massimadi
Festival REGARD
Fondation Dynastie : Gala et Convo média
Forest City Festival et Ontario Screen
Creators Conference
Gala Allia
Gala de l'Alliance Médias Jeunesse (AMJ)



KUN'TEWIKTUK - A MI'KMAW ADVENTURE

PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

PARTENAIRES EN 2023-2024 (suite)

Gala de Women in Communications and Technology (WCT)
Gala InfluenceCréation
Hot Docs
Image+Nation
ImagineNATIVE
IO Connect Holiday Mixer et Indie Superboost 2.0 – Interactive Ontario
JRG Society DAAS Summit
Kidscreen Summit
MENA Film Festival
MIPCOM et MIPJR
MUTEK Forum
Nova Scotia Content Market
One Stop Workshops – Business and Rights, CBC
Pavillon du Canada au Festival et Marché international du film d'animation d'Annecy (MIFA)
Prime Time à Ottawa
Prix Gémeaux
PRIX NUMIX
Prix RÉALS – Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec
Projection de *Plastic People*
Projections de *L'ombre des corbeaux* (*Bones of Crows*)
QueerTech
Réception du FMC au TIFF

Réception pour les prix Emmy 2024 organisée au consulat général du Canada à Los Angeles
Reel Asian Film Festival
ReelAbilities Film Festival
Reelworld Film Festival
Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM)
Rendez-vous On tourne vert – Bureau du cinéma et de la télévision du Québec
Semaine du Canada à l'écran (Académie canadienne du cinéma et de la télévision)
Séries Mania – Pavillon du Canada
Sommet international du jeu de Montréal (SIJM)
Sommet Xn (Xn Québec)
St. John's International Women's Film Festival (SJIWFF)
Story to Action
Sustainable Production Forum Toronto
Sustainable Production Forum Vancouver
Symposium du Bureau de l'écran des Noirs
The Mosquers Film Festival
Toronto Games Week – Interactive Ontario
T.O. WebFest
Trans Film Mentorship Summit au TIFF
Writers Guild of Canada (WGC) Awards
XP Game Summit



PROMOTION

Le FMC entretient des relations étroites avec l'industrie et les artistes que nous soutenons. Partenaire indéfectible des créateur-trices autochtones et canadien-nes, nous faisons la promotion de leurs œuvres avec beaucoup de fierté, au pays comme à l'étranger. En 2023-2024, nous avons élaboré de nouvelles stratégies pour atteindre cet objectif.

NOUS | MADE

En août 2023, dans le but de rapprocher les univers du contenu télévisuel et cinématographique du contenu numérique de format court, l'équipe de NOUS | MADE a lancé une recherche pancanadienne pour découvrir des créateur-trices de vidéos passionné-es. L'objectif : recruter des talents de l'univers du numérique ayant un auditoire établi et en

croissance à titre d'ambassadeur-drices afin d'aider les jeunes à découvrir la richesse des films, des émissions de télévision, des jeux vidéo et du divertissement numérique autochtones et canadiens. L'identité des ambassadeur-drices NOUS | MADE a été dévoilée en novembre 2023.

AMBASSEUR-DRICES NOUS | MADE

Liz Duff

Résidant à Halifax, Liz Duff est une créatrice de premier plan dans l'univers de l'analyse de la culture pop canadienne. Forte de la présence d'esprit et de l'œil d'experte qui la caractérisent, elle déconstruit et décortique les sujets les plus brûlants du monde du divertissement pour son public.

Angie Augustin

Connue sur les médias sociaux comme Citron Rose, la Montréalaise Angie Augustin est une danseuse et chorégraphe d'origine haïtienne qui a fait ses débuts sur TikTok pendant la pandémie.

Haley Robinson

D'origine crie et philippine, Haley Robinson est un-e acteur-trice bispirituel-le, modèle et militant-e qui habite à Ottawa. Il parle ouvertement avec son auditoire de son identité, de ses cultures et de sa vie.

Antoine Bouchard-Côtes

Antoine Bouchard-Côtes est le roi de la spontanéité et de l'authenticité. Il ajoute toujours une touche d'humour à son contenu.

Adam Déragon

Présent-e sur les plateformes numériques depuis 2017, Adam Déragon est un-e sexologue bien connu-e au sein de la communauté trans et non binaire.

Andrian Makhnachov

Ayant récemment immigré d'Ukraine, Andrian Makhnachov, qui habite maintenant Regina, en Saskatchewan, présente son parcours singulier d'adaptation à la vie canadienne sur Instagram et TikTok.



PROMOTION

FAITS SAILLANTS DE LA CAMPAGNE

De novembre 2023 au 31 mars 2024, les ambassadeur·drices de NOUS | MADE ont couvert des événements tapis rouge, produit des vox pop, interviewé des talents canadiens lors de premières un peu partout au pays et couru les événements et les festivals de films, y compris les célébrations du tapis rouge des prix Emmy organisées à la résidence du consul général à Los Angeles pour les Canadien·nes en nomination.

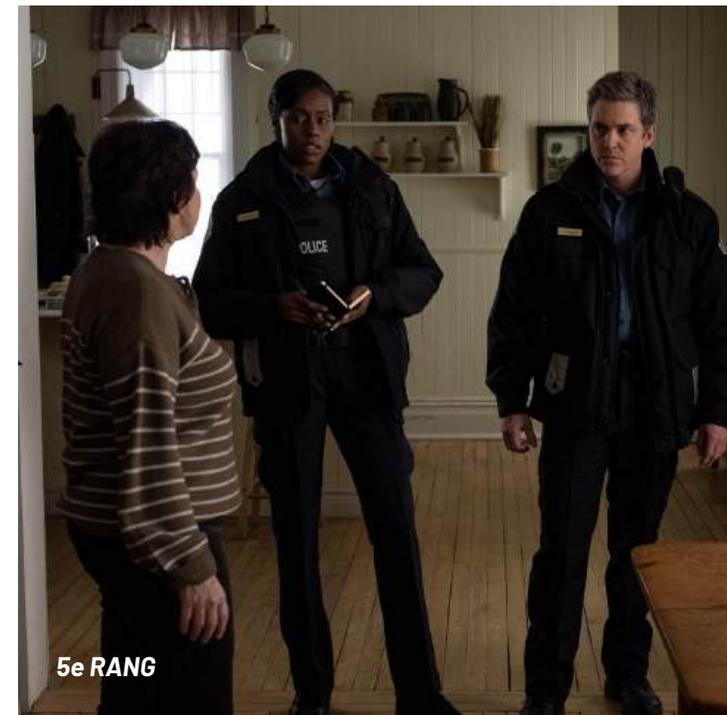
Les ambassadeur·drices de NOUS | MADE ont créé plus de 110 vidéos (principalement des « Reels » Instagram et des vidéos TikTok) pour faire connaître les histoires autochtones et canadiennes à de nouveaux auditoires et rencontrer le public là où il se trouve : en ligne.

Principaux indicateurs clés en date de mars 2024 :

- Plus de quatre millions de personnes rejointes
- Quelque 16,5 millions d'impressions

- Environ 10,45 millions de visionnements de vidéos
- Un rebond de 100 % des interactions sur le compte Instagram de MADE et de 589 % sur celui de NOUS
- Gain de 7 000 abonné·es dans l'ensemble des comptes de médias sociaux de NOUS | MADE
- Plusieurs publications devenues virales et ayant dépassé le million de vues organiques
- Commentaires et mentions « J'aime » de personnes bien connues dans le milieu du divertissement, comme Lily Gladstone, Andrew Phung, Vic Michaelis et Mélissa Bédard

La campagne des ambassadeur·drices de NOUS | MADE se poursuit en 2024-2025.



ÉQUITÉ ET INCLUSION

En 2023-2024, le FMC a entrepris des changements transformateurs marquant une année caractérisée par d'importantes avancées. Nous avons notamment tenu des discussions en vue de transférer au Bureau de l'écran autochtone l'administration du Programme autochtone, mis en œuvre la première mouture de notre Politique sur le positionnement narratif, établi des partenariats importants et publié deux rapports : le *Rapport démographique de Créer le changement*. Notre équipe de Croissance et inclusion a pris de l'expansion dans le marché francophone et le financement du gouvernement du Canada pour faire progresser l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité dans l'ensemble du secteur audiovisuel a été renouvelé.

L'équipe de Croissance et inclusion a également jeté les bases de la stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (ÉDIA) pour 2024-2027.

HAILEY ROSE

ÉQUITÉ ET INCLUSION

RAPPORTS

Rapport *Créer le changement*

L'allocation de 60 M\$ (20 M\$ par année pendant trois ans) prévue dans le budget fédéral de 2021 pour faire progresser l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité au sein du secteur audiovisuel en était à sa dernière année en 2023-2024. L'équipe de Mesure des médias et analyse stratégique du FMC a préparé le rapport *Créer le changement* pour quantifier de façon exhaustive les réalisations que ces fonds ciblés ont rendues possibles de 2021 à 2024.

Voici les principales constatations du rapport :

- Le FMC a investi 37,5 M\$ sur trois ans dans le Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR). Nous avons ainsi soutenu 293 projets menés par des personnes afrodescendantes et racisées. Chaque dollar injecté dans le programme a permis d'attirer 5,23 \$ d'autres sources dans les devis de production. Le financement du PPCR a également généré des retombées économiques importantes, notamment un apport de 176,4 M\$ au PIB du Canada et la création de 2 208 emplois

équivalents temps plein. Plus de la moitié des bénéficiaires du PPCR à la première année du programme n'avait jamais reçu de soutien du FMC.

- Dans le cadre du Programme de soutien aux activités de développement de l'industrie, 9,7 M\$ ont été investis dans 135 initiatives d'accès aux marchés, de renforcement des capacités et de recherche; 85 % d'entre elles visaient les communautés autochtones et les groupes en quête d'équité. Le programme a en outre contribué à la création de l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran.
- Les initiatives et les programmes bonifiés grâce au financement à l'équité et à l'inclusion ont donné des résultats impressionnants, notamment le déploiement du système d'auto-identification PERSONA-ID. Autres exemples, le nombre de projets a augmenté de 23 % au titre du Programme autochtone et de 34 % dans le cadre du Programme de diversité linguistique, lequel a soutenu des projets dans 15 langues. Par ailleurs, ce financement a donné lieu à l'établissement de 32 partenariats

destinés aux communautés autochtones et aux groupes en quête d'équité avec des parties prenantes de l'industrie.

En exposant les effets directs et indirects de ces initiatives sur les communautés visées, le rapport *Créer le changement* a permis de mieux comprendre les transformations importantes qu'un soutien financier ciblé peut entraîner au sein de l'industrie. À la suite d'une campagne de mobilisation à l'échelle de l'industrie menée par Reelworld, le gouvernement fédéral a annoncé que son budget 2024 comprendrait un renouvellement de 20 millions de dollars par an pendant deux ans.

ÉQUITÉ ET INCLUSION

Rapport démographique

Mis en œuvre en 2022-2023 dans le cadre de notre première stratégie triennale en matière d'équité et d'inclusion, le système d'auto-identification PERSONA-ID permet de mesurer et de suivre la représentation démographique parmi les titulaires de postes clés et de propriété au sein des projets soumis au FMC et soutenus par celui-ci. Les principales conclusions de la première année complète de collecte de données sont présentées dans la section Mesures stratégiques et recherche, à la page 61.

Ces deux rapports n'ont pas seulement démontré les énormes retombées de ce financement sur le secteur des écrans. Ils ont également fourni à notre équipe de Croissance et inclusion des données et des conclusions essentielles sur lesquelles elle a pu s'appuyer pour élaborer notre stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (ÉDIA) pour 2024-2027.

POLITIQUE SUR LE POSITIONNEMENT NARRATIF

Élaborée en 2022-2023 conformément aux propositions du groupe consultatif sur les questions raciales du FMC et à la suite de recherches, de consultations, de groupes de discussion et d'entrevues, la première version de notre Politique sur le positionnement narratif a été mise en œuvre en 2023-2024.

En vertu de cette politique, le contenu dépeignant des communautés autochtones et des groupes en quête d'équité ne doit être produit que par des personnes bien positionnées pour le faire de manière responsable et réfléchi. Essentiellement, la politique prévoit que les projets financés par le FMC dont l'intrigue, les personnages principaux ou les thèmes sont liés à des peuples autochtones ou à des groupes en quête d'équité soient créés par des individus qui sont en position de raconter ces histoires, c'est-à-dire qui (a) appartiennent

à l'une des communautés autochtones ou groupes en quête d'équité concernés par le projet; ou (b) présentent les mesures qui ont été et seront prises pour s'assurer de créer le contenu de façon responsable, réfléchi et sans préjudice.



LA PURGE LGBT : LA SOMBRE HISTOIRE

ÉQUITÉ ET INCLUSION

Tout au long de l'année, le FMC a pris part à des discussions avec les parties prenantes de l'industrie et les juré-es externes afin d'améliorer l'évaluation du respect de la Politique sur le positionnement narratif. À l'heure actuelle, les bénéficiaires d'un financement au titre de tous les programmes doivent signer une attestation, et des points sont accordés dans les grilles d'évaluation des programmes sélectifs.

MOTEUR, ACTION, INCLUSION

À la suite du franc succès de la première saison de *Moteur, action, inclusion*, en 2022, la publication *Futur et médias* du FMC a lancé sa saison 2 à l'automne 2023. Intitulée *Transformer l'industrie*, la série de cinq épisodes nous a fait découvrir les pratiques inclusives de créateur-trices de Vancouver et de Montréal, qui ont parlé avec passion de narration, de représentation derrière la caméra et de travail d'équipe.

FORMATION DU PERSONNEL ET MOBILISATION INTERNE

En 2023-2024, pour concrétiser son engagement envers les pratiques

inclusives et les compétences du personnel, le FMC a offert davantage d'occasions de formation continue et de perfectionnement des compétences en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité à l'ensemble de notre personnel. Grâce à un partenariat avec le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion, des conférencier-ères indépendant-es et des gardien-nes du savoir, le personnel et les membres du conseil d'administration ont reçu une orientation sur les visions du monde autochtones, la diversité de genres, la santé mentale au travail, l'accessibilité et les pratiques exemplaires en matière de lutte contre le racisme, ainsi que des ressources de mobilisation complémentaires.

En reconnaissance de la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation et du travail continu du FMC pour renforcer sa position d'allié des peuples autochtones, le personnel a suivi le cours en ligne PACT du Shine Network Institute sur l'humilité et les compétences culturelles, lequel mène à l'obtention d'un certificat.

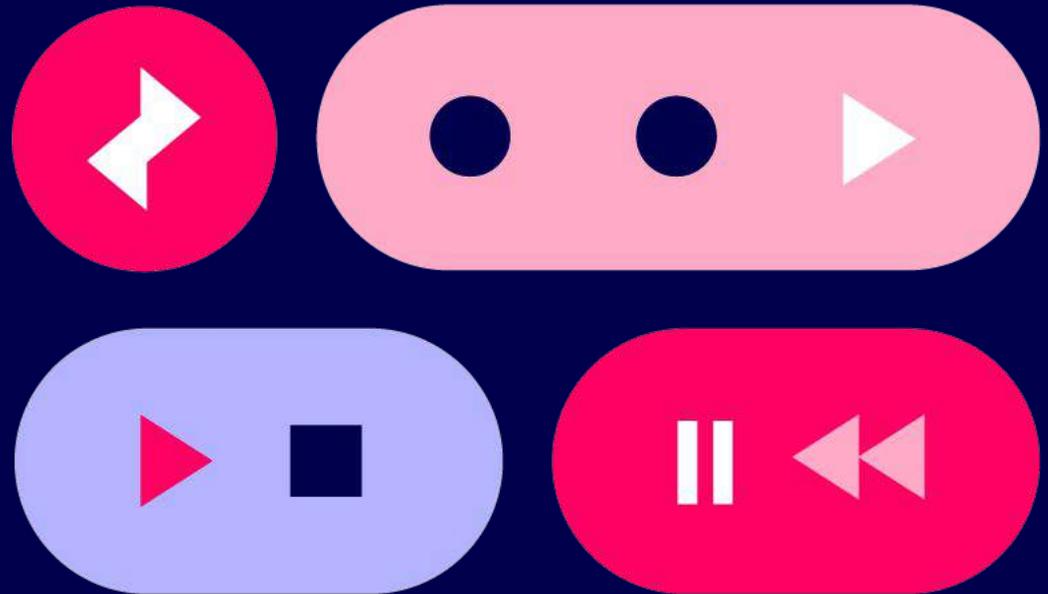
PROGRAMME D'AIDE À L'ACCESSIBILITÉ

Pour sa deuxième année, le Programme d'aide à l'accessibilité du FMC a été axé sur la promotion du programme, l'amélioration des processus d'admission et l'établissement d'une liste de fournisseurs de services qui connaissent à la fois les exigences de l'industrie et les principes de justice envers les personnes vivant avec un handicap.

Dans le cadre d'une initiative spéciale et en raison du faible nombre de demandes présentées au titre du programme, le FMC a versé des fonds d'aide à l'accessibilité pour l'interprétation en langue des signes américaine, ainsi que pour la vidéodescription et le sous-titrage de la remise des prix Juno 2024, diffusée à CBC, en partenariat avec l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran.

En 2023-2024, le Programme a gagné en visibilité, puisque les 50 000 \$ réservés annuellement pour satisfaire aux besoins d'accessibilité des requérant-es ont été entièrement alloués.

AUDITOIRES



RÉSULTATS D'AUDITOIRE

TÉLÉVISION



HUDSON & REX

TENDANCES GÉNÉRALES DE L'ÉCOUTE DES ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE

Émissions canadiennes et émissions étrangères

En 2022-2023, les émissions produites au pays ont représenté 37 % de l'écoute d'émissions de langue anglaise au cours d'une journée complète, soit une baisse d'un point de pourcentage par rapport à l'année précédente. Pendant les périodes de pointe, elles ont représenté 36 % de l'écoute d'émissions de langue anglaise, une diminution d'un point également par rapport au sommet des cinq dernières années établi en 2021-2022.

En 2022-2023¹, l'écoute totale de l'ensemble des émissions de télévision linéaires, canadiennes et étrangères a diminué de 4 % par rapport à l'année précédente, principalement en raison de la baisse de l'écoute d'émissions linéaires canadiennes.

Pendant une journée complète et pendant les heures de grande écoute, la part d'écoute des émissions canadiennes a reculé d'un point. Par ailleurs, le nombre total d'heures d'écoute d'émissions étrangères a diminué de neuf points, notamment en raison d'une baisse de l'écoute de dramatiques, de télé-réalités et d'émissions pour enfants et jeunes.

Genres financés par le FMC et autres genres (émissions canadiennes et étrangères confondues)

Dans l'ensemble, l'écoute d'émissions de langue anglaise (canadiennes et étrangères) dans les quatre genres soutenus par le FMC, à savoir Enfants et jeunes, Documentaires, Dramatiques ainsi que Variétés et arts de la scène (VAS), s'est établie à 37 % pendant une journée complète, une baisse de trois points par rapport à l'année précédente.

Aux heures de grande écoute, la part de l'écoute des genres soutenus par le FMC est demeurée à 39 % pour la troisième année consécutive. La part des documentaires et des émissions de VAS est demeurée à 9 % et à 1 %, respectivement. La part des émissions pour enfants et jeunes a chuté à moins de 1 % dans l'ensemble. Enfin, la part des dramatiques a augmenté d'un point de pourcentage pour se porter à 29 %, ce qui met fin à la baisse constante observée depuis 2018-2019.

Émissions soutenues par le FMC et émissions canadiennes non soutenues par le FMC

Si l'on examine l'écoute d'émissions canadiennes dans les seuls genres soutenus par le FMC, pendant toute la journée, la part des émissions financées par le FMC a augmenté de quatre points par rapport à l'année précédente, pour se fixer à 46 %, un sommet des cinq dernières années. Aux heures de grande écoute, la part des émissions financées par le FMC a atteint 51 %, une hausse de quatre points depuis l'année antérieure; il s'agit également d'un record des cinq dernières années.

En 2022-2023, la part de la vidéo sur demande (VSD) a diminué de 26 % par rapport à l'année antérieure (il est à noter que Numeris a cessé de faire rapport des données de la mesure de la VSD en juillet 2023). Simultanément, l'écoute de projets linéaires financés par le FMC est demeurée semblable à l'année précédente.

AUX HEURES DE GRANDE ÉCOUTE, LA PART DES ÉMISSIONS FINANCÉES PAR LE FMC A ATTEINT 51 %, UNE HAUSSE DE QUATRE POINTS ET UN RECORD DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES.

¹ Alors que les résultats de financement présentés dans ce Rapport annuel illustrent les activités de l'exercice 2023-2024, les résultats d'auditoire reflètent l'année de diffusion la plus récente, à savoir 2022-2023. Voir les annexes pour plus d'informations sur les sources de données des résultats d'auditoire.

ÉCOUTE GÉNÉRALE DES ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE DANS LES GENRES FINANÇÉS PAR LE FMC (ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC, AUTRES ÉMISSIONS CANADIENNES ET ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES)

Dans le genre des émissions pour enfants et jeunes, la part de l'écoute d'émissions financées par le FMC pendant une journée complète a augmenté de 33 points de pourcentage, pour atteindre 66 %. De son côté, la part de l'écoute d'émissions étrangères a diminué de 28 points, pour s'établir à 30 %. La part de l'écoute d'émissions canadiennes non financées par le FMC a reculé de cinq points, pour s'établir à 4 %. Aux heures de grande écoute, la part des émissions financées par le FMC a augmenté de 29 points, pour atteindre 72 %. Ces changements doivent être mis en perspective, car la méthode de classement des émissions pour enfants et jeunes non financées par le

AUX HEURES DE POINTE, LES PARTS D'ÉCOUTE DES DOCUMENTAIRES FINANÇÉS PAR LE FMC ONT CONNU UNE HAUSSE DE TROIS POINTS.

FMC comporte des limites en raison de la baisse de l'écoute chez les enfants. Il est possible que la part des émissions pour enfants et jeunes n'ait pas diminué autant que les données le laissent croire, car les jeunes se tournent de plus en plus vers les plateformes non linéaires. En raison de la transformation des modèles d'écoute, bon nombre d'émissions qui étaient auparavant classées comme des émissions pour enfants et jeunes¹ ont plutôt été classées dans les dramatiques. Il est à noter que l'écoute des émissions pour enfants et jeunes financées par le FMC continue de diminuer, malgré la hausse du nombre d'heures de contenu diffusé.

L'écoute, pendant toute une journée, de documentaires financés par le FMC a augmenté de deux points de pourcentage, pour s'établir à 20 %. Aux heures de pointe, les parts d'écoute des documentaires financés par le FMC ont connu une hausse de trois points, pour se fixer à 18 %, alors que l'écoute de contenu documentaire étranger a reculé de quatre points, pour s'établir à 62 %.

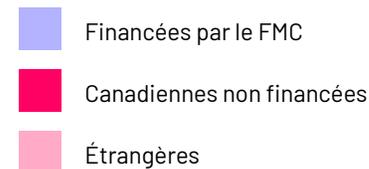
Du côté des dramatiques, la part des émissions financées par le FMC pendant toute une journée a augmenté d'un point de pourcentage, pour atteindre 7 %, tandis que l'écoute d'émissions canadiennes non financées par le FMC a diminué d'un point, pour se fixer à 10 %.

Aux heures de grande écoute, la part des émissions financées par le FMC a aussi augmenté d'un point de pourcentage, pour atteindre 7 %. Cette part s'établissait à 6 % depuis 2018-2019. La part des dramatiques canadiennes non financées par le FMC est demeurée la même que l'année précédente, soit 7 %.

L'écoute, pendant toute une journée, du contenu de VAS financé par le FMC a augmenté d'un point de pourcentage, pour atteindre 22 %. Aux heures de grande écoute, la part du contenu financé par le FMC a diminué d'un point, pour s'établir à 17 %. La part des émissions canadiennes non financées par le FMC pendant toute la journée est demeurée la même que l'année précédente, soit 1 %, et est passée sous la barre de 1 % pendant les heures de grande écoute.

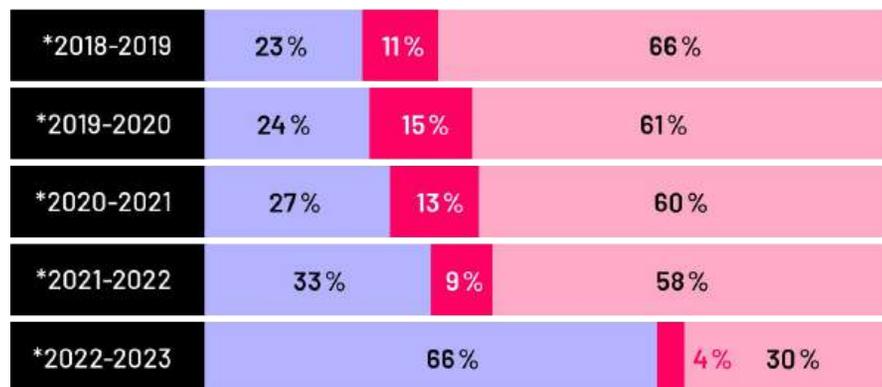
¹ Les émissions pour enfants et jeunes non financées par le FMC sont classées en fonction de la composition de l'auditoire (plus de 50 % des téléspectateur-trices ont moins de 18 ans). Puisque le calcul est effectué pour chacune des années de diffusion, il est possible que la composition de la catégorie varie, ce qui entraîne une volatilité dans les calculs de l'auditoire.

ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC, ÉMISSIONS CANADIENNES NON FINANÇÉES PAR LE FMC ET ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES, PAR GENRE

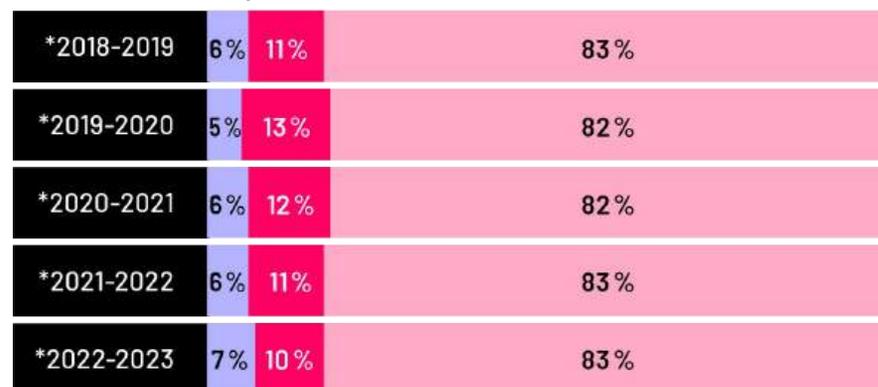


Journée complète – Langue anglaise
(* Incluant la mesure de la vidéo sur demande)

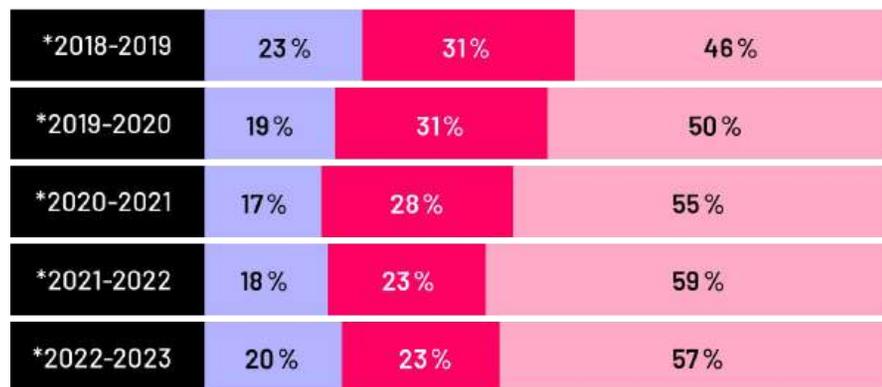
Enfants et jeunes



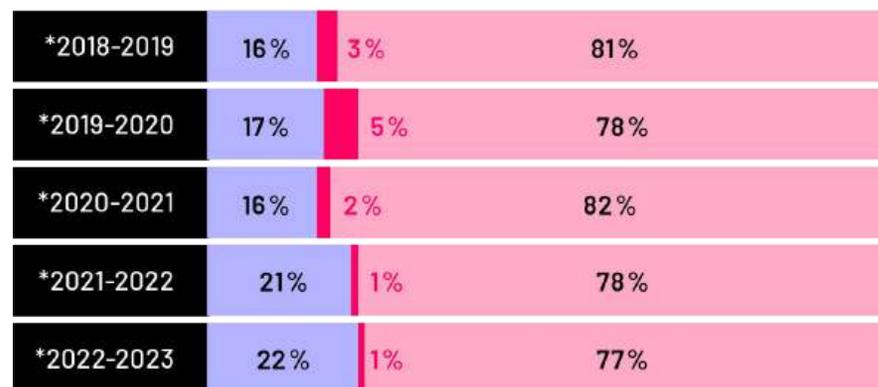
Émissions dramatiques



Documentaires

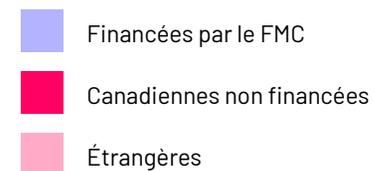


Variétés et arts de la scène

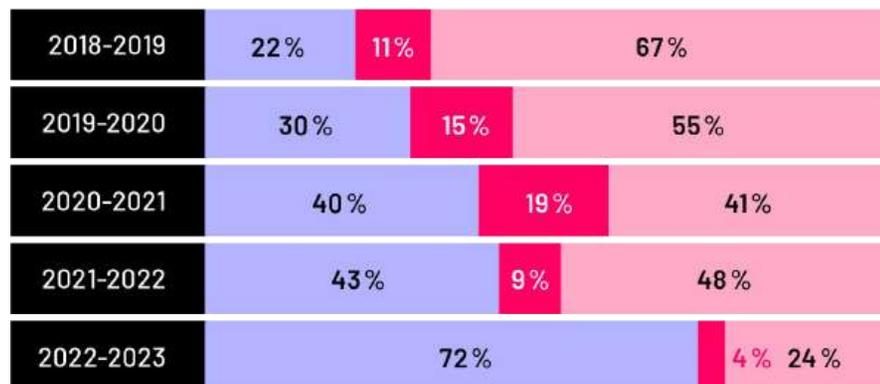


**ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC,
ÉMISSIONS CANADIENNES
NON FINANÇÉES PAR LE FMC ET
ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES, PAR GENRE**

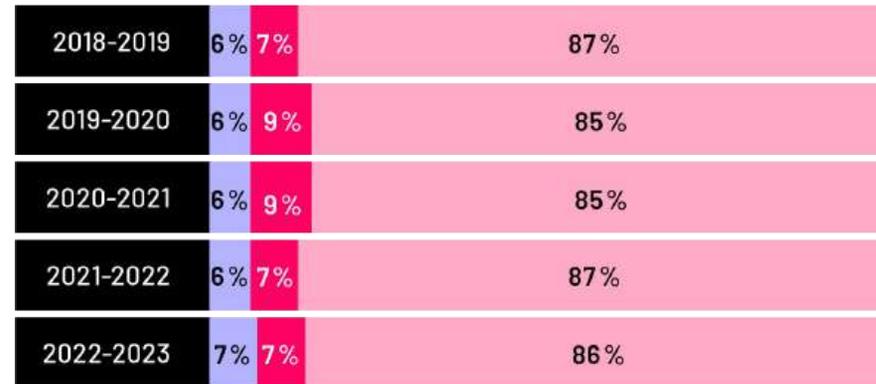
Heures de grande écoute – Langue anglaise



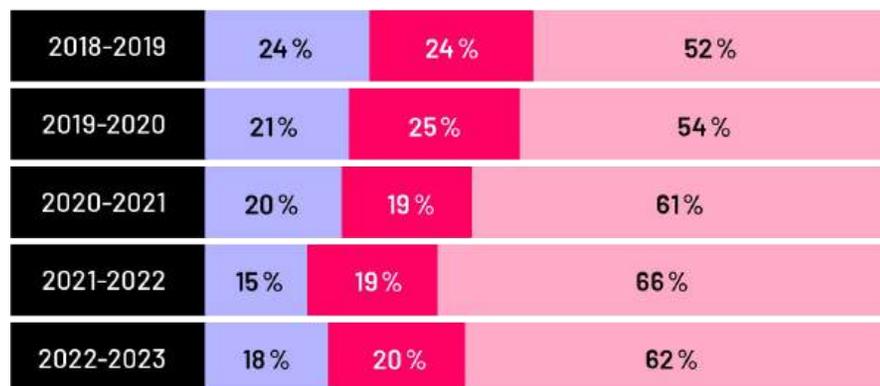
Enfants et jeunes



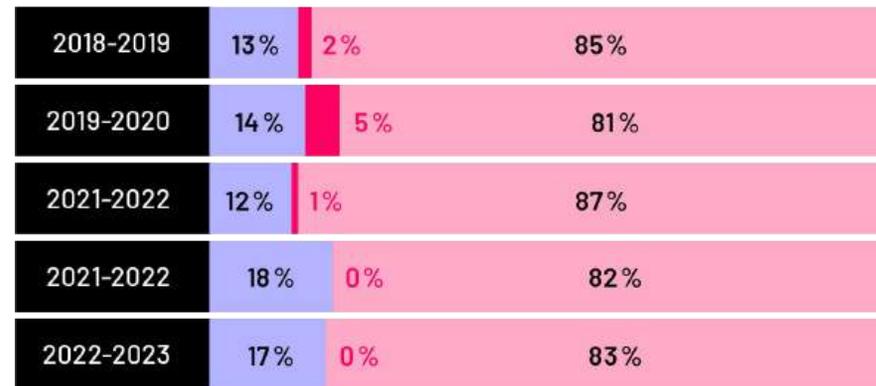
Émissions dramatiques



Documentaires



Variétés et arts de la scène



ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE FINANÇÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES

Voici la liste des dix émissions de langue anglaise financées par le FMC les plus regardées pendant l'année de télédiffusion 2022-2023.

Deux émissions financées par le FMC diffusées pendant l'année 2022-2023 ont attiré en moyenne plus d'un million de téléspectateur-trices. Parmi les 10 émissions les plus regardées, huit étaient des dramatiques; leurs auditoires allaient de 637 000 téléspectateur-trices à 1,1 million. Deux émissions de VAS, dont les auditoires se sont établis à 759 000 et à 806 000 téléspectateur-trices, complètent la liste.

L'émission de langue anglaise financée par le FMC la plus regardée, *Sullivan's Crossing* (CTV), a attiré en moyenne plus

de 1,1 million de fidèles. Une autre émission de CTV, *Transplant*, arrive au deuxième rang; elle a attiré en moyenne plus d'un million de téléspectateur-trices au cours de sa saison de 13 épisodes. *Murdoch Mysteries* (CBC), qui a attiré 862 000 adeptes, ferme le podium. Au quatrième rang, *Departure* (Global) a attiré 858 000 personnes, mais seulement les trois derniers épisodes de la saison ont été diffusés pendant l'année 2022-2023.

Ayant attiré 3,4 millions de téléspectateur-trices, l'émission canadienne la plus regardée a été les séries éliminatoires du Championnat du monde junior de hockey. À des fins de comparaison, signalons que *9-1-1: Lone Star*, l'émission étrangère la plus regardée dans un genre financé par le FMC, a réuni 1,8 million de personnes¹.

¹ Ces chiffres comprennent l'écoute en VSD.



THE SPENCER SISTERS

PRODUCTIONS FINANÇÉES PAR LE FMC AYANT ATTIRÉ PLUS D'UN MILLION DE TÉLÉSPECTATEUR-TRICES

| | | |
|---------|-----------|------------------------------------|
| 2022/23 | 31 | 29 - EN FRANÇAIS 2 - EN ANGLAIS |
| 2023/24 | 28 | 26 - EN FRANÇAIS 2 - EN ANGLAIS |



TRANSPLANT

LES 10 ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE FINANCÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES 2022-2023

| RANG | TÉLÉDIFFUSEUR | TITRE DE L'ÉMISSION | JOUR | HEURE | GENRE | NOMBRE DE TÉLÉDIFFUSIONS | AUDITOIRE MOYEN PAR MINUTE (AMM+ODM), PERSONNES DE 2 ANS ET PLUS (000) |
|------|---------------|---|-----------------------|-----------|------------------------------|-----------------------------|---|
| 1 | CTV | <i>Sullivan's Crossing</i> | Dimanche | 19 h | Dramatiques | 10 | 1 094 |
| 2 | CTV | <i>Transplant</i> | Vendredi | 22 h | Dramatiques | 13 | 1 027 |
| 3 | CBC | <i>Murdoch Mysteries</i> | Lundi | 20 h | Dramatiques | 24 | 862 |
| 4 | Global | <i>Departure</i> | Lundi | 21 h | Dramatiques | 3 | 858 |
| 5 | CTV | <i>The Spencer Sisters</i> | Dimanche/ vendredi | 22 h/21 h | Dramatiques | 10 | 828 |
| 6 | CBC | <i>Canada's New Year's Eve: Countdown to 2023</i> | Samedi | 23 h | Variétés et arts de la scène | 1 | 806 |
| 7 | Citytv | <i>Canada's Got Talent 2023</i> | Mardi | 20 h | Variétés et arts de la scène | 9 | 759 |
| 8 | Citytv | <i>Hudson & Rex</i> | Mardi/ dimanche | 20 h/21 h | Dramatiques | 20 | 703 |
| 9 | Global | <i>Family Law</i> | Lundi | 20 h | Dramatiques | 10 | 686 |
| 10 | CBC | <i>Son of a Critch</i> | Mardi | 20 h 30 | Dramatiques | 13 | 637 |

Source : Mesure des médias et analyse stratégique du FMC (Numeris), année de diffusion 2022-2023, premières diffusions (PD) seulement et sur demande (VSD).

TENDANCES GÉNÉRALES DE L'ÉCOUTE DES ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE

Émissions canadiennes et émissions étrangères

Les émissions canadiennes continuent à représenter la majeure partie de l'écoute sur le marché de langue française. Leur part s'établit à 65 % pour la journée complète, en hausse d'un point de pourcentage par rapport à l'année précédente. Aux heures de grande écoute, la part des émissions canadiennes a augmenté d'un point en 2022-2023, et ce, pour la quatrième année de suite, pour atteindre 68 %.

En 2022-2023, la part de l'écoute de la télévision de langue française a augmenté d'un point de pourcentage, pour atteindre 65 %, pendant toute la journée et a augmenté d'un point, pour atteindre 68 %, pendant les heures de pointe. Depuis 2017-2018, la part des émissions canadiennes de langue française aux heures de grande écoute n'a cessé d'augmenter. En proportion, l'écoute d'émissions en VSD sur le marché de

langue française est presque égale à celle observée sur le marché de langue anglaise; moins de 1 % du nombre total d'heures d'écoute provient de la consommation de contenu en VSD.

Genres financés par le FMC et autres genres (émissions canadiennes et étrangères confondues)

La part de l'écoute des genres soutenus par le FMC sur le marché de langue française a augmenté de deux points de pourcentage, tant pour la journée entière qu'aux heures de pointe (pour se porter respectivement à 41 % et à 48 %). En 2022-2023, la part des dramatiques a augmenté de deux points aux heures de pointe et d'un point pour la journée complète, pour atteindre respectivement 26 % et 23 %. La part des émissions pour enfants et jeunes sur l'ensemble de la journée a baissé d'un point de pourcentage, pour se fixer à 1 %, un creux historique.

DEPUIS 2017-2018, LA PART DES ÉMISSIONS CANADIENNES DE LANGUE FRANÇAISE AUX HEURES DE GRANDE ÉCOUTE N'A CESSÉ D'AUGMENTER.

AUX HEURES DE GRANDE ÉCOUTE, LE CONTENU DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉ PAR LE FMC OBTIENT UNE PART DE 76 %, UNE AUGMENTATION DE SIX POINTS PAR RAPPORT À 2021-2022.

Émissions soutenues par le FMC et émissions canadiennes non soutenues par le FMC

Si l'on examine seulement l'écoute d'émissions canadiennes faisant partie des genres soutenus par le FMC, celles qui sont financées par le FMC constituent 64 % de l'écoute pendant une journée complète, ce qui représente une hausse de cinq points de pourcentage par rapport à l'année précédente. Aux heures de grande écoute, le contenu de langue française financé par le FMC obtient une part de 76 %, une augmentation de six points par rapport à 2021-2022.

ÉCOUTE GÉNÉRALE DES ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE DANS LES GENRES FINANCÉS PAR LE FMC (ÉMISSIONS FINANCÉES PAR LE FMC, AUTRES ÉMISSIONS CANADIENNES ET ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES)

La part du contenu de langue française dans les genres soutenus par le FMC a bondi de trois points par rapport à l'année précédente, pour passer à 37 %, un record depuis 2005-2006. Aux heures de grande écoute, la part des projets financés par le FMC a augmenté de six points par rapport à l'année antérieure. De son côté, la part des émissions canadiennes non financées par le FMC a reculé de quatre points, pour s'établir à 17 %. La part du contenu étranger a diminué d'un point, pour se fixer à 42 %, sur l'ensemble de la journée, et de deux points, pour atteindre 29 %, aux heures de grande écoute. Ce sont les mêmes pourcentages qu'en 2020-2021.



En ce qui concerne les émissions pour enfants et jeunes, la part du contenu financé par le FMC pendant la journée complète a diminué d'un point de pourcentage par rapport à l'année précédente, pour atteindre 55 %. De son côté, la part de l'écoute d'émissions étrangères a diminué de sept points, pour s'établir à 29 %.

La part des émissions canadiennes non financées par le FMC a augmenté de huit points, pour atteindre 16 %. Aux heures de grande écoute, la part des émissions pour enfants et jeunes a fait un bond de cinq points, pour se fixer à 71 %, alors que la part des titres étrangers a reculé de six points, pour atteindre 25 %.

LA PART DE L'ÉCOUTE DES DOCUMENTAIRES FINANCÉS PAR LE FMC A AUGMENTÉ DE SEPT POINTS, POUR SE PORTER À 27 %, POUR L'ENSEMBLE DE LA JOURNÉE, ET DE 10 POINTS, POUR ATTEINDRE 33 %, AUX HEURES DE POINTE.



Après une baisse l'année précédente, la part de l'écoute des documentaires financés par le FMC a augmenté de sept points, pour se porter à 27 %, pour l'ensemble de la journée, et de 10 points, pour atteindre 33 %, aux heures de pointe. Cette augmentation est parallèle à la baisse de la part des documentaires canadiens non financés par le FMC, qui a chuté de sept points pour la journée entière et de neuf points aux heures de pointe, ce qui donne à penser qu'il y a peu de changement dans la part d'écoute de l'ensemble des documentaires canadiens.

TANT POUR LA JOURNÉE ENTIÈRE QU'AUX HEURES DE POINTE, LA PART DES DRAMATIQUES DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉES PAR LE FMC EST À SON PLUS HAUT NIVEAU DEPUIS 2005-2006.

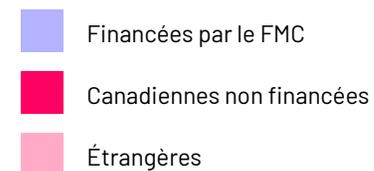
En ce qui a trait au genre des dramatiques, la part durant la journée complète des émissions financées par le FMC a augmenté de quatre points de pourcentage par rapport à l'année précédente, pour atteindre 35 %. Aux heures de grande écoute, la part des dramatiques financées par le FMC a augmenté, pour se fixer à 56 %. Tant pour la journée entière qu'aux heures de pointe, la part des dramatiques de langue française financées par le FMC est à son plus haut niveau depuis 2005-2006.

Du côté des émissions de VAS, la part de l'écoute pendant toute la journée a diminué de trois points de pourcentage, pour se situer à 86 %, après une baisse d'un point l'année précédente. Aux heures de grande écoute, la part des émissions financées par le FMC a perdu quatre points, pour atteindre 85 %. Ce genre est en déclin depuis 2019-2020, autant pour l'ensemble de la journée qu'aux heures de pointe. Pour la deuxième année consécutive, la part des émissions de VAS étrangères représente moins de 1 % de l'écoute, pour la journée complète et aux heures de pointe.

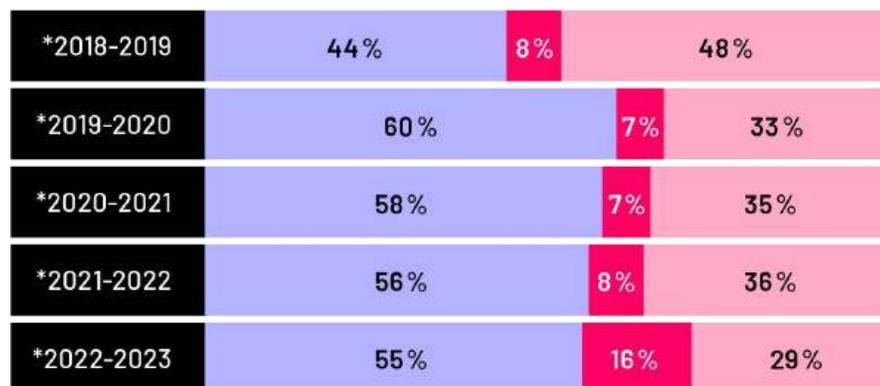


ÉMISSIONS FINANCÉES PAR LE FMC, ÉMISSIONS CANADIENNES NON FINANCÉES PAR LE FMC ET ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES, PAR GENRE

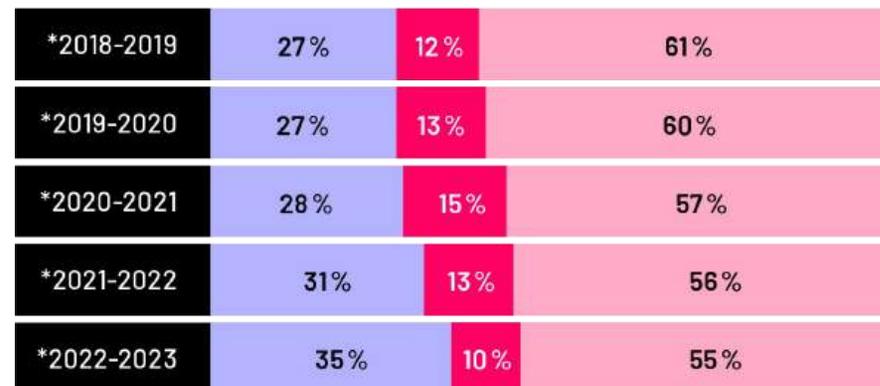
Journée complète – Langue française
(* Incluant la mesure de la vidéo sur demande)



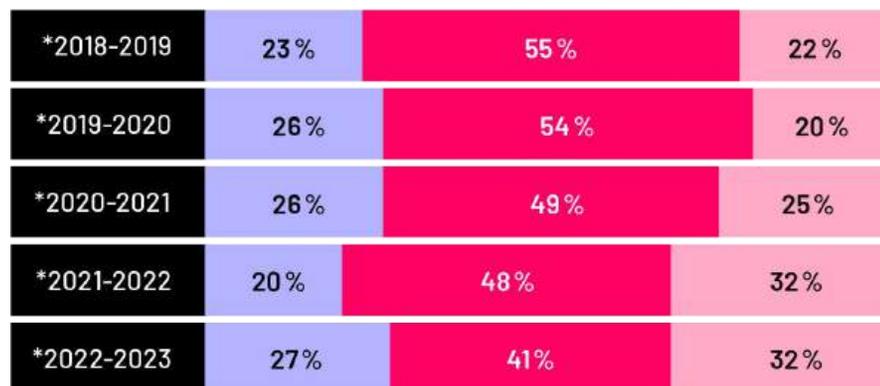
Enfants et jeunes



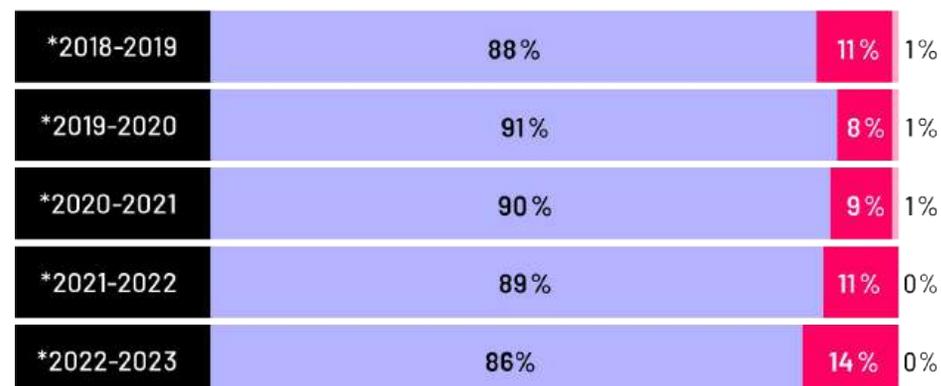
Émissions dramatiques



Documentaires

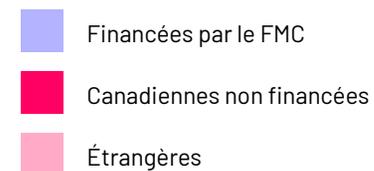


Variétés et arts de la scène

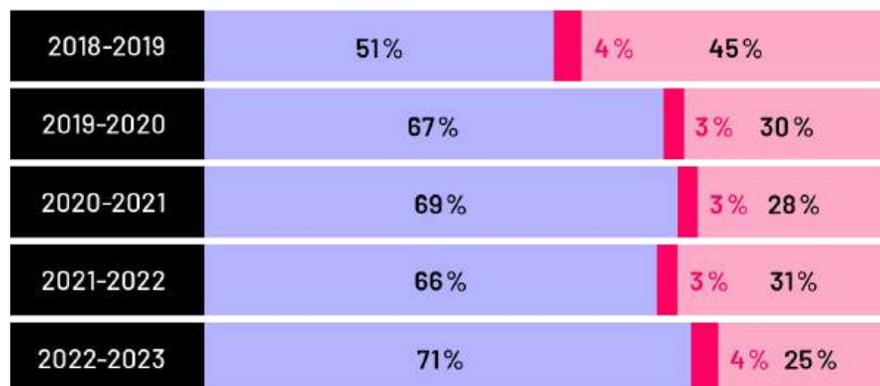


**ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC,
ÉMISSIONS CANADIENNES
NON FINANÇÉES PAR LE FMC ET
ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES, PAR GENRE**

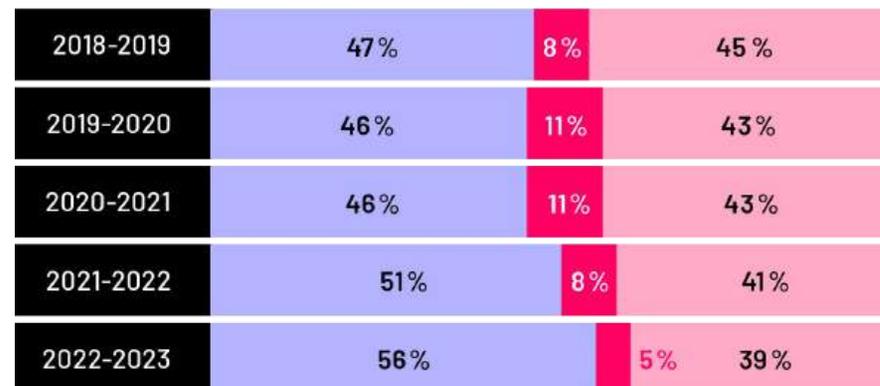
Heures de grande écoute – Langue française



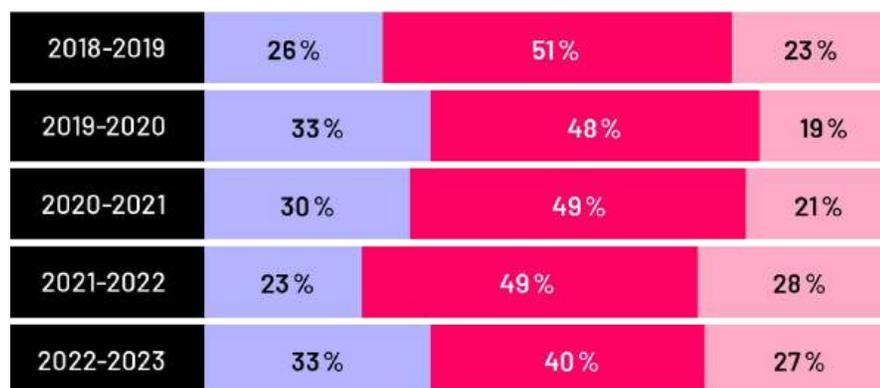
Enfants et jeunes



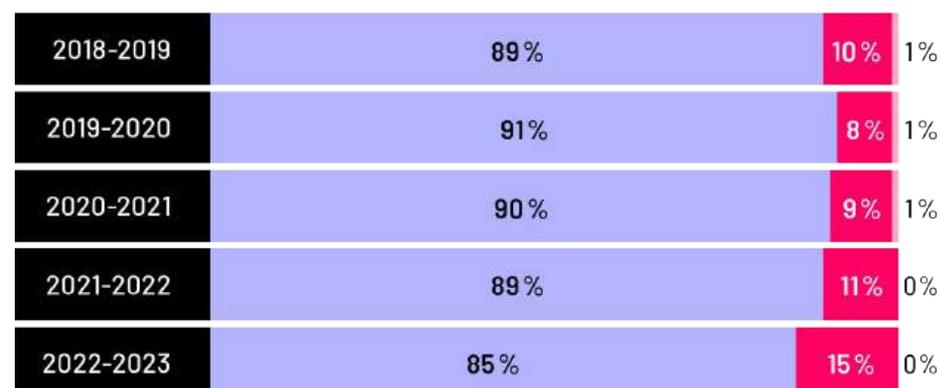
Emissions dramatiques



Documentaires



Variétés et arts de la scène



ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES

Voici la liste des 10 émissions de langue française financées par le FMC les plus regardées pendant l'année de radiodiffusion 2022-2023.

Les 10 émissions les plus regardées ont toutes attiré plus d'un million de personnes. En outre, 16 autres titres ont atteint ce nombre; ce sont donc 26 émissions de langue française financées par le FMC qui ont franchi la barre du million de fidèles. Poursuivant la tendance des dernières années, le *Bye bye 2022* a été l'émission la plus regardée en 2022-2023, ayant attiré 4,9 millions de personnes. L'écoute en VSD ajoute en moyenne 6 % à l'écoute des 10 émissions financées par le FMC les plus regardées.

Parmi les 10 émissions les plus regardées, six étaient des émissions de VAS, qui ont attiré des auditoires allant de 1,4 à 4,9 millions de personnes. Les quatre autres



émissions les plus regardées étaient des dramatiques, dont les auditoires allaient de 1,2 million à 1,8 million de téléspectateur·trices. Aucun documentaire et aucune émission pour enfants et jeunes n'a réussi à se hisser parmi les dix émissions les plus regardées.

Le *Bye bye 2022*, l'émission de langue française financée par le FMC la plus regardée, a attiré en moyenne un peu plus de 4,9 millions de personnes, alors que

STAT, la série financée par le FMC la plus regardée, en a réuni près de 1,8 million en moyenne au cours de sa saison de 116 épisodes. Les autres séries dramatiques les plus regardées après *STAT* sont *Indéfendable*, qui a attiré 1,7 million de personnes en moyenne sur 120 épisodes, *Discussion avec mes parents*, dont l'auditoire moyen est de 1,4 million de personnes sur 13 épisodes et *Le bonheur*, qui a réuni en moyenne 1,2 million de personnes sur 12 épisodes.

LES 10 ÉMISSIONS LES PLUS REGARDÉES ONT TOUTES ATTIRÉ PLUS D'UN MILLION DE PERSONNES. EN OUTRE, 16 AUTRES TITRES ONT ATTEINT CE NOMBRE; CE SONT DONC 26 ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉES PAR LE FMC QUI ONT FRANCHI LA BARRE DU MILLION DE FIDÈLES.

LES 10 ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE FINANÇÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES 2022-2023

| RANG | TÉLÉDIFFUSEUR | TITRE DE L'ÉMISSION | JOUR | HEURE | GENRE | NOMBRE DE TÉLÉDIFFUSIONS | AUDITOIRE MOYEN PAR MINUTE (AMM+ODM), PERSONNES DE 2 ANS ET PLUS (000) |
|------|---------------|---|----------------------|---------|------------------------------|-----------------------------|---|
| 1 | SRC | <i>Bye bye 2022</i> | Samedi | 23 h | Variétés et arts de la scène | 1 | 4 942 |
| 2 | SRC | <i>Infoman</i> | Samedi | 22 h | Variétés et arts de la scène | 1 | 3 436 |
| 3 | SRC | <i>En direct de l'univers : En direct du jour de l'An</i> | Samedi | 19 h | Variétés et arts de la scène | 1 | 2 593 |
| 4 | TVA | <i>Chanteurs masqués</i> | Dimanche | 18 h 30 | Variétés et arts de la scène | 12 | 2 028 |
| 5 | SRC | <i>STAT</i> | Du lundi au jeudi | 19 h | Dramatiques | 116 | 1 753 |
| 6 | TVA | <i>Indéfendable</i> | Du lundi au jeudi | 19 h | Dramatiques | 120 | 1 740 |
| 7 | TVA | <i>La Voix</i> | Dimanche | 19 h 30 | Variétés et arts de la scène | 13 | 1 664 |
| 8 | TVA | <i>Révolution</i> | Dimanche | 19 h 30 | Variétés et arts de la scène | 12 | 1 439 |
| 9 | SRC | <i>Discussions avec mes parents</i> | Lundi | 19 h 30 | Dramatiques | 13 | 1 359 |
| 10 | TVA | <i>Le bonheur</i> | Mercredi | 21 h 30 | Dramatiques | 12 | 1 243 |

Source : Mesure des médias et analyse stratégique du FMC (Numeris), année de diffusion 2022-2023, premières diffusions (PD) seulement et sur demande (VSD).

RÉSULTATS D'AUDITOIRE

Follow Pierre.

MÉDIAS NUMÉRIQUES

TWO FALLS

DONNÉES SUR L'UTILISATION DU CONTENU NUMÉRIQUE

Les tableaux suivants font état de l'utilisation du contenu de médias numériques (MN) de tous les projets ayant fait l'objet de rapports en 2023-2024. Les paramètres utilisés dans le présent rapport sont les suivants : nombre total de visites et nombre total de visiteurs uniques, pour chaque langue et chaque type de contenu.

Pour la période du présent rapport, les données proviennent d'Adobe Analytics (du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024).

DONNÉES SUR L'UTILISATION DU CONTENU NUMÉRIQUE SUR DES PLATEFORMES AUTRES QUE LA TÉLÉVISION

À la création du FMC en 2010, il était obligatoire de faire rapport périodiquement des données sur la portée de l'auditoire et la consommation de tous les projets de médias numériques à contenu riche et élaboré financés au titre des programmes de production des volets convergent et expérimental.

Depuis le 1^{er} avril 2019, les projets du Volet convergent sont considérés comme des projets à valeur ajoutée. Par conséquent, ils sortent du cadre du présent rapport. Seuls les projets en production du Volet expérimental doivent répondre aux



exigences du FMC en matière d'encodage. Il est toujours obligatoire de faire état des données sur le rayonnement des projets de médias numériques riches et élaborés du Volet convergent financés avant le 1^{er} avril 2019, et ce, jusqu'à ce que les exigences de rapport prennent fin ou que le projet atteigne la fin naturelle de son cycle de vie.

ÉVOLUTION DES CAPACITÉS DE MESURE DU FMC

Au cours de la dernière année, le FMC a travaillé à la mise au point d'une nouvelle infrastructure de mesure des médias numériques (IMMN) qui améliorera nos capacités à mesurer les retombées et la portée du contenu de médias numériques que nous finançons. L'IMMN remplacera le cadre de mesures des médias numériques actuel, qui a été conçu en 2010. Il permettra la saisie de données et d'informations plus détaillées dans

l'écosystème des médias numériques. Dans le cadre de la mise en place de l'IMMN, le FMC a chargé VG Insights, un fournisseur de données analytiques de jeux de premier plan, de recueillir et d'analyser des données sur le rendement et le rayonnement des jeux financés. VG Insights complétera ainsi les données quantitatives et qualitatives autodéclarées par les requérant-es des projets de médias numériques financés par le FMC. Cette nouvelle méthode fournira un portrait plus complet de l'activité dans le secteur des médias numériques.

Le FMC remercie Adobe Analytics, notre ancien partenaire de mesure du contenu de médias numérique, pour sa collaboration et son appui au fil des années. Ce partenariat a pris fin le 31 mars 2024, au moment où le FMC adopta l'IMMN.

VOLET CONVERGENT – PRODUCTION (PROJETS FINANCÉS)

À l’heure actuelle, 300 projets distincts sont encodés et font l’objet de rapports dans Adobe Analytics. La diffusion de ces projets est de nature cyclique et, généralement, leur lancement sur le marché a lieu dans les deux années qui suivent l’obtention du financement pour l’aide à la production. Puisqu’il n’est plus nécessaire d’installer un code de suivi numérique du FMC dans les projets du Volet convergent financés après le 1^{er} avril 2019, nous nous attendions à une diminution (environ 25 %) du nombre de projets actifs qui font l’objet de rapports dans ce volet pour la période du rapport 2023-2024.

VOLET EXPÉRIMENTAL – PRODUCTION (PROJETS FINANCÉS)

Le FMC mesure l’auditoire des projets que nous finançons par l’intermédiaire du Programme pour les projets commerciaux, du Programme d’innovation et d’expérimentation, du Programme pour les séries numériques linéaires, des mesures incitatives internationales et le Programme FMC-Fonds Shaw-Rocket.

Plusieurs de ces projets sont des jeux en ligne accessibles sur des plateformes au moyen d’un abonnement, par exemple Steam (Valve), Nintendo et Sony. Ce volet comprend également les jeux offerts

sur des applications natives hébergées par Apple et Google, de même que certains logiciels destinés au public. Pour la période du rapport annuel 2023-2024, 34 projets étaient encodés et faisaient l’objet de rapports au moyen d’Adobe Analytics.

À l’heure actuelle, 50 % des projets du Volet expérimental faisant l’objet de rapports sont utilisés sur des téléphones mobiles ou des tablettes. La plupart d’entre eux sont des sites Web ou des applications natives.



VOLET CONVERGENT – PRODUCTION (VISITES)

Dans le Volet convergent, les projets qui occupent les deux premiers rangs ont attiré 74 % de toutes les visites obtenues par les projets de MN financés par le FMC. Les projets financés en 2016 ou ultérieurement sont les plus visités, mais le nombre de visites diminue souvent de façon importante lorsque la composante télévision afférente quitte les ondes. Ce phénomène est plus frappant dans le marché de langue française, puisque les composantes

MN sont souvent corrélées aux épisodes de l'émission de télévision (le nombre de visites diminue de façon importante après la diffusion de chaque épisode). Quant au marché de langue anglaise, le nombre de visites obtenues par les projets de MN demeure relativement stable pendant toute la saison télévisuelle, mais il diminue à la fin de celle-ci. La pertinence des composantes MN du Volet convergent dépend donc fortement de leur pendant télévisuel.

Langue anglaise

Au cours du cycle de rapport 2023-2024, 181 projets convergents de langue anglaise étaient actifs, et ceux-ci ont obtenu plus de 4,3 millions de visites. Deux projets ont attiré 87 % de toutes les visites obtenues par les projets de MN de langue anglaise financés par le FMC cette année. Le portail Web de *The Beaverton* (plus de 2,3 millions de visites) arrive au premier rang; il est suivi du site *CBC Kids News* (1,3 million).

Langue française

Du côté du marché de langue française, un pourcentage relativement faible de projets de MN attire également la majorité des visites. Les deux premiers projets ont obtenu 67 % des visites totales, et correspondent à des émissions de télévision très populaires : *Passe-Partout* (Télé-Québec) et *Alix et les Merveilleux* (Télé-Québec/ICI Tou.tv).

En ce qui concerne les types de contenu des projets de MN de langue française, les jeux continuent de susciter le plus fort intérêt (71 % des visites totales). Ils sont suivis des projets de contenu interactif riche non inclusif (17 %). Au total, les projets de MN de langue française ont obtenu 713 000 visites.



Langues autochtones

L'ensemble des types de contenu en langues autochtones a obtenu près de 18 000 visites. Ce sont les projets de contenu interactif riche inclusif qui ont obtenu les meilleurs résultats dans cette catégorie linguistique (76 % des visites), suivi des webséries (16 %).

Diversité linguistique

Dans l'ensemble, les différents types de contenu de la diversité linguistique (dans une langue autre que le français, l'anglais ou une langue autochtone du Canada) ont obtenu près de 19 000 visites. Au sein de la catégorie, les projets de contenu interactif riche inclusif arrivent au premier rang, à 13 500 visites (72 %). Les visites reçues par les projets de contenu interactif riche inclusif sont principalement attribuables au projet pour enfants en mandarin *Miaomiao*.



PROJETS DU VOLET CONVERGENT

2022-2023

| LANGUE/TYPE DE CONTENU | NOMBRE DE PROJETS | VISITES | VISITEUR-EUSES UNIQUES |
|---------------------------------------|-------------------|------------------|------------------------|
| LANGUE ANGLAISE | 181 | 4 304 142 | 3 279 441 |
| Contenu interactif riche non inclusif | 29 | 62 % | 62 % |
| Contenu interactif riche inclusif | 74 | 34 % | 35 % |
| Websérie | 15 | 2 % | 2 % |
| Jeu | 20 | 1 % | 1 % |
| Vidéo | 40 | 0 % | 0 % |
| Média social | 2 | 0 % | 0 % |
| Livre numérique | 1 | 0 % | 0 % |
| LANGUE FRANÇAISE | 78 | 713 189 | 254 116 |
| Jeu | 23 | 72 % | 48 % |
| Contenu interactif riche inclusif | 25 | 17 % | 31 % |
| Contenu interactif riche non inclusif | 24 | 9 % | 20 % |
| Vidéo | 5 | 2 % | 2 % |
| Websérie | 1 | 0 % | 0 % |
| DIVERSITÉ LINGUISTIQUE | 25 | 18 768 | 9 325 |
| Contenu interactif riche inclusif | 14 | 72 % | 55 % |
| Contenu interactif riche non inclusif | 7 | 18 % | 34 % |
| Jeu | 2 | 6 % | 4 % |
| Websérie | 2 | 4 % | 8 % |
| LANGUES AUTOCHTONES | 16 | 17 695 | 15 333 |
| Contenu interactif riche inclusif | 9 | 76 % | 76 % |
| Websérie | 1 | 16 % | 15 % |
| Jeu | 3 | 7 % | 6 % |
| Contenu interactif riche non inclusif | 1 | 1 % | 1 % |
| Vidéo | 1 | 1 % | 1 % |
| Média social | 1 | 1 % | 1 % |
| TOTAL | 300 | 5 053 794 | 3 558 215 |

VOLET EXPÉRIMENTAL – PRODUCTION (VISITES)

Au cours du cycle de rapport 2023-2024, 34 projets expérimentaux ont obtenu au total 200 000 visites. Parmi ceux-ci, 20 projets bilingues ont signalé 155 000 visites.

Langue anglaise

Les projets de langue anglaise de tous les types de contenu ont enregistré environ 35 000 visites. Parmi les types de contenus mesurés, les visites ont été principalement attribuables au site Web à contenu interactif riche *Notetracks Connect*, financé en 2015-2016, suivi du projet logiciel *Shot Lister*, financé en 2013-2014.

Langue française

Les projets du Volet expérimental de langue française ont obtenu 9 000 visites. De façon générale, les projets ayant obtenu les meilleurs résultats sont restés les mêmes. Toutefois, ces projets ont enregistré une baisse, principalement attribuable à une réduction de l'activité des utilisateur-trices par rapport à l'année précédente. Le projet de websérie *Têtes à claques, volume 5* (YouTube) a obtenu 94 % des visites dans cette catégorie.

Projets bilingues

Au total, 78 % des projets du Volet expérimental faisant l'objet de rapport sont bilingues (français et anglais). L'application de contenu interactif riche inclusif *BrainCloud and Foundation Applications* et le jeu de réalité augmentée *Draw A Stickman* arrivent aux deux premiers rangs pour le nombre de visites,

en ayant obtenu respectivement 36 000 et 32 000.

Après avoir été au sommet au cours des deux dernières années et avoir attiré 63 % des visites l'an dernier dans cette catégorie, le jeu *Overloot* et le site *Web Digital Indigenous Democracy* ont enregistré un total combiné de 33 000 visites.

PROJETS DU VOLET EXPÉRIMENTAL 2023-2024

| LANGUE/TYPE DE CONTENU | NOMBRE DE PROJETS | VISITES | VISITEUR-EUSES UNIQUES |
|-----------------------------------|-------------------|----------------|------------------------|
| BILINGUES | 20 | 155 749 | 62 573 |
| Contenu interactif riche inclusif | 11 | 44 % | 42 % |
| Jeu | 5 | 41 % | 41 % |
| Logiciel | 3 | 14 % | 16 % |
| Livre numérique | 1 | 0 % | 0 % |
| LANGUE ANGLAISE | 11 | 35 430 | 15 767 |
| Contenu interactif riche inclusif | 7 | 46 % | 52 % |
| Logiciel | 1 | 34 % | 14 % |
| Jeu | 2 | 15 % | 27 % |
| Websérie | 1 | 5 % | 8 % |
| LANGUE FRANÇAISE | 3 | 8 921 | 6 937 |
| Websérie | 2 | 100 % | 100 % |
| Contenu interactif riche inclusif | 1 | 0 % | 0 % |
| TOTAL | 34 | 200 100 | 85 277 |

UTILISATEUR·TRICES DE MÉDIAS NUMÉRIQUES PAR RÉGION

Puisque les projets convergents sont commandés par des télédiffuseurs canadiens, les utilisateur·trices d'ici dominent généralement le classement. En 2023-2024, la part des visites à des projets convergents depuis le Canada a augmenté (74 %). Cette hausse est principalement attribuable aux trois projets en tête du classement : *The Beaverton*, *CBC Kids News* et *Passe-Partout*.

The Beaverton et *CBC Kids News* étaient également les deux projets les plus visités depuis les États-Unis, suivis par *Sharkwater: Extinction*. La part des visites à des projets convergents depuis les États-Unis s'établit à 17 %. La part des visites depuis d'autres pays (à savoir, à l'exclusion du Canada et des États-Unis) demeure à 9 %.

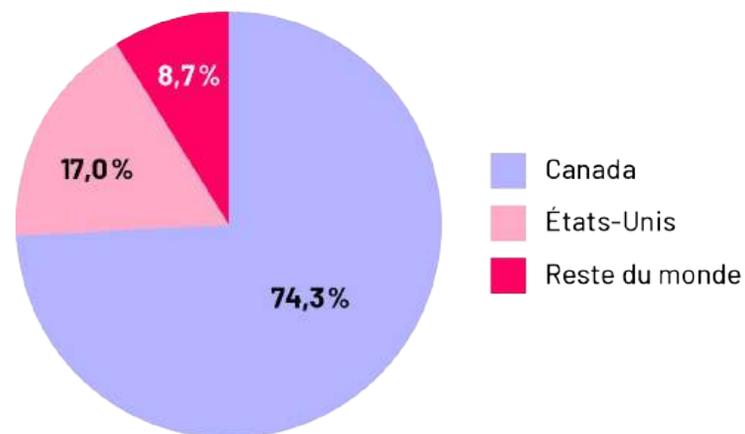
La part des visites à des projets du Volet expérimental depuis les États-Unis (36 %) a augmenté de 13 % par rapport à l'an dernier. Cette hausse est principalement attribuable aux trois projets en tête du classement : *BrainCloud and Foundation Applications*, *Windy & Friends* et *Draw a Stickman*.

Par ailleurs, 47 % des visites proviennent du Canada et 17 %, d'autres pays. Au Canada, le site Web à contenu interactif riche *Digital Indigenous Democracy* trône toujours en tête du classement, suivi de *BrainCloud and Foundation Applications*.

Il est à noter que des variations importantes peuvent se produire d'une année à l'autre dans le Volet expérimental, car il arrive souvent qu'un seul projet, parfois deux, attire le plus grand nombre d'utilisateur·trices parmi les projets financés par le FMC.

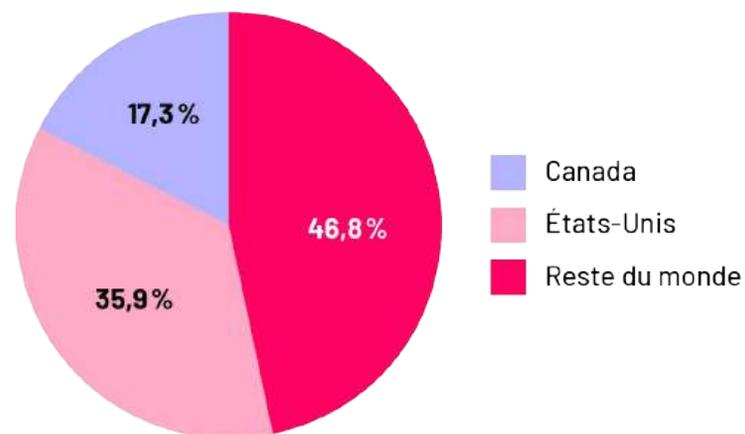
VOLET CONVERGENT

Visites par région 2023-2024

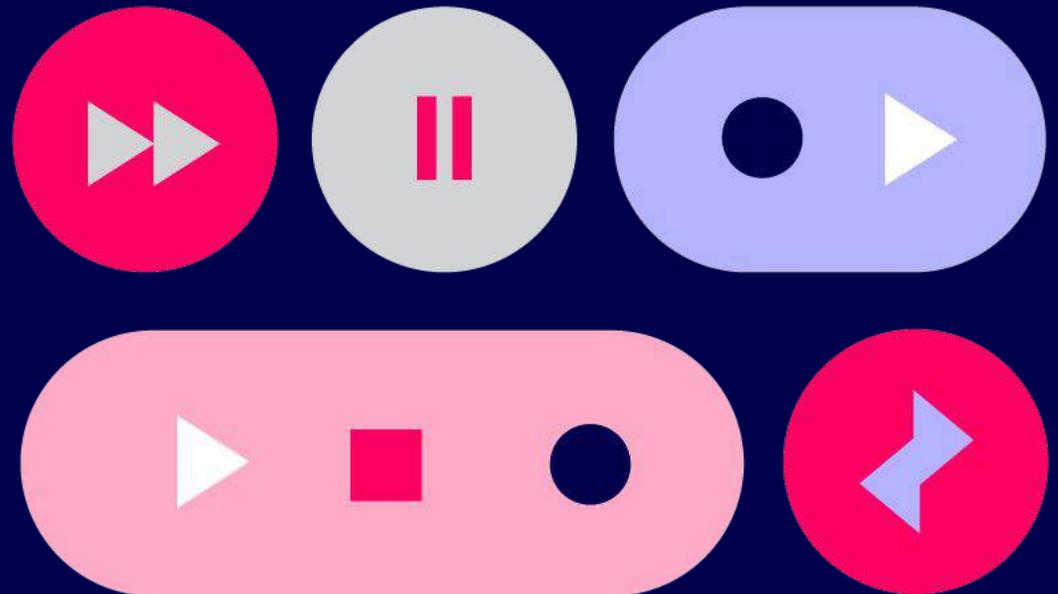


VOLET EXPÉRIMENTAL

Visites par région 2023-2024



RÉSULTATS DE FINANCEMENT



SURVOL DU FINANCEMENT PAR PROGRAMME

En 2023-2024, le budget des programmes du FMC destiné au contenu s'élevait à 383,7 M\$, ce qui est bien supérieur à son budget de base établi à 346,4 M\$. Le budget 2023-2024 a toutefois été complété par une allocation de 15,4 M\$ provenant de la troisième année de l'engagement prévu au budget fédéral de 2021 pour soutenir les groupes sous-représentés¹ et par un engagement de 17,9 M\$ prévu dans le budget fédéral de 2023 pour soutenir le marché de langue française et les groupes sous-représentés². Grâce au soutien constant de ses bailleurs de fonds, le FMC a investi ces allocations par l'intermédiaire de différents programmes qui couvrent tous les aspects de son mandat. Au total, 99 % du budget des programmes du FMC destiné au contenu (soit 379,8 M\$) a été engagé.

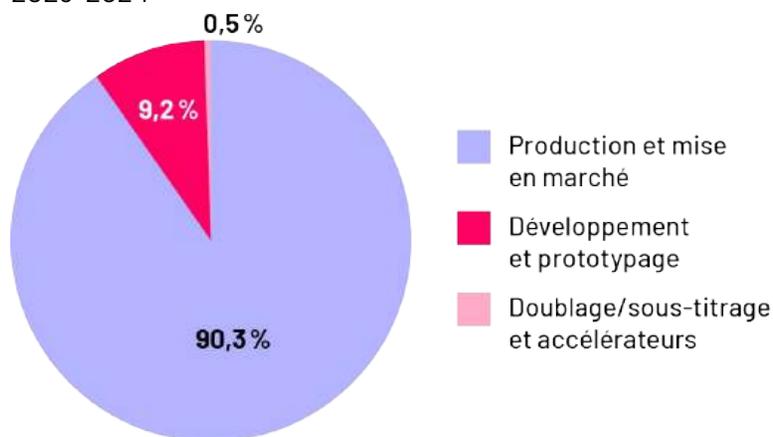
Une activité de 1,7 G\$ a été déclenchée par le financement du FMC. Le volume de production des projets soutenus par le FMC a augmenté de 24 % depuis 2019-2020. Le financement du FMC génère 4,52 fois sa valeur en fonds publics et privés.

¹ [Budget fédéral de 2021](#)

² [Budget fédéral de 2023](#)

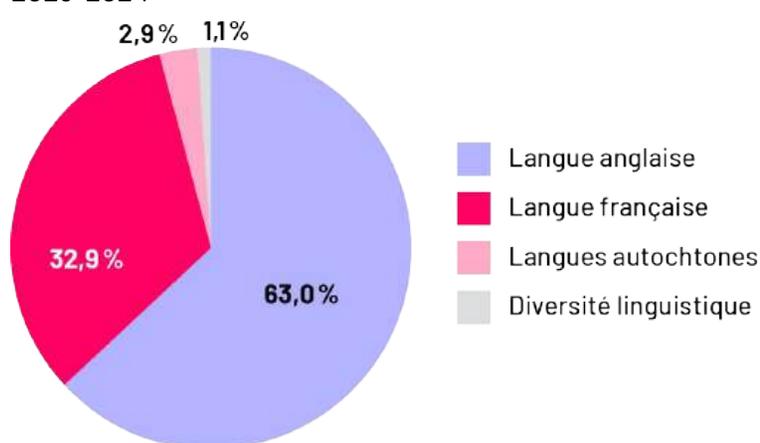
FINANCEMENT DU FMC PAR ACTIVITÉ

2023-2024



FINANCEMENT DU FMC PAR LANGUE

2023-2024



FINANCEMENT TOTAL DU FMC

2023-2024

379,7 M\$

VENTILATION PAR PROGRAMME 2023-2024

| PROGRAMME | FINANCEMENT (EN M\$) |
|---|----------------------|
| Innovation et expérimentation | 16,9 |
| Projets commerciaux | 15,8 |
| Prototypage | 8,6 |
| Séries numériques linéaires | 3,7 |
| Conceptualisation | 1,5 |
| Programme pilote pour la création numérique | 0,5 |
| Accélérateurs | 0,3 |
| Total, Volet expérimental | 47,3 |
| Enveloppes de rendement, langue anglaise | 152,9 |
| Enveloppes de rendement, langue française | 81,3 |
| Enveloppes de développement, langue anglaise | 5,5 |
| Enveloppe de développement, langue française | 2,7 |
| Prime pour la production régionale de langue anglaise | 12,9 |
| Projets de langue française en milieu minoritaire | 12,5 |
| Programme pilote destiné aux communautés racisées | 14,1 |
| Programme autochtone | 11,2 |
| Documentaires d'auteur | 8,5 |
| Production de langue anglaise en milieu minoritaire | 5,5 |
| Diversité linguistique | 4,3 |
| Programme pilote de développement d'un ensemble de projets | 4,6 |
| Mesure incitative pour la production régionale de langue française au Québec | 3,7 |
| Premières étapes de développement | 2,0 |
| Prédéveloppement | 2,0 |
| Mesure incitative pour les projets nordiques | 1,1 |
| Programme de développement régional de langue française au Québec | 0,4 |
| Total, Volet convergent | 325,3 |
| Programme du FMC-Fonds Shaw-Rocket pour les séries numériques d'animation destinées aux enfants | 2,5 |
| Partenariat FMC-Fonds Québecor Soutien à la production de propriétés intellectuelles destinées aux marchés internationaux | 1,0 |
| Programme de développement de séries de fiction de format court du FMC et du FIP | 0,6 |
| Programme pilote d'Ontario Créatif et du FMC d'aide au développement des produits MIN | 0,2 |
| Partenariat entre le FMC et le programme d'aide à l'exportation du Fonds Québecor | 1,0 |
| Programme d'aide au prédéveloppement de séries télévisées basées sur des adaptations littéraires FMC-SODEC | 0,2 |
| Doublage/sous-titrage | 0,7 |
| Total, mesures incitatives internationales | 0,9 |
| Total | 379,7 |

VOLET EXPÉRIMENTAL

CONTENU DE MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS ET IMMERSIFS

Le FMC finance des projets médias numériques interactifs et immersifs par le truchement du Volet expérimental, qui couvre l'ensemble du cycle de vie d'un contenu, de son développement à son lancement.

Le Programme de conceptualisation alloue une aide financière à des projets qui en sont au début du processus de création, dans le but d'accroître leurs chances d'avoir du succès aux étapes ultérieures de financement. Précisément, le Programme vise à permettre la création et la validation d'un concept, ainsi que la vérification de l'idée de base, de l'hypothèse conceptuelle ou d'une fonctionnalité en vue de la phase du prototypage et des étapes subséquentes. Cette année, 25 % du budget du programme était réservé à des projets dont le personnel comptait des membres issu-es d'une communauté reflétant la diversité. Par ailleurs, 40 % du budget du programme était réservé aux sociétés requérantes établies à l'extérieur de Montréal et de Toronto pour assurer la répartition des fonds d'un bout à l'autre du pays.



DIGIGODS

Le **Programme de prototypage** accorde une aide financière, à la suite d'un processus de sélection, à des projets qui en sont aux premières étapes de la réalisation d'un produit afin de soutenir la démonstration de leurs fonctionnalités prévues et de leur conception. Cette phase consiste à expérimenter, à tester et à valider différents concepts et hypothèses afin d'arriver à un prototype fonctionnel.

Appuyé par un jury composé de membres de l'industrie, le **Programme d'innovation et d'expérimentation** finance des contenus médias numériques interactifs et immersifs ainsi que des logiciels d'application canadiens à la fine pointe de l'innovation. Cette année, 16,9 M\$ ont été investis dans 15 projets.

Également guidé par un jury, le **Programme pour les projets commerciaux** a pour objectif de financer des projets dont les probabilités de succès commercial sont élevées. Les projets sont évalués en fonction de leur potentiel à atteindre leurs objectifs commerciaux, à faire la preuve d'une occasion d'affaires et à atteindre la rentabilité. Au total, 13 productions ont reçu 15,8 M\$ au titre de ce programme.

Le Programme d'innovation et d'expérimentation ainsi que le Programme pour les projets commerciaux financent des projets admissibles qui en sont aux phases de la production et de la mise en marché.

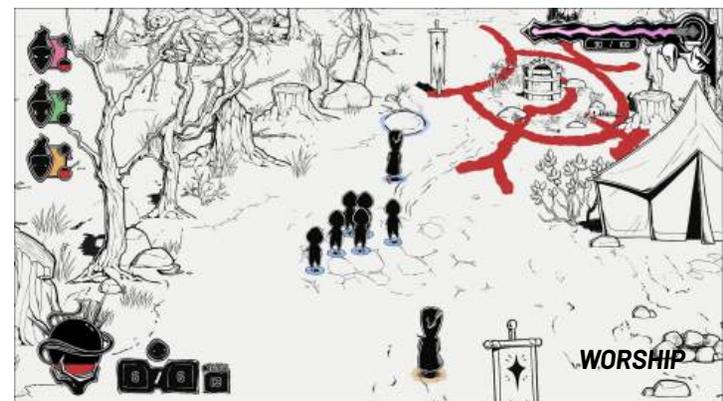
Pour encourager la diversité et l'inclusion, des points étaient accordés aux requérant-es de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %)¹ et pour la parité entre

¹ Voir la définition dans la section Équité et inclusion : p. 69.

les genres (pondération de 2 %) dans la grille d'évaluation des programmes de production et du Programme de prototypage.

Le **Programme de partenariats avec des accélérateurs (2PA)** offre aux producteur-trices de projets de médias numériques recevant du financement au titre du Volet expérimental du FMC un meilleur accès aux marchés, à du mentorat et à des capitaux. À ce titre, le programme associe des bénéficiaires de financement à des accélérateurs renommés d'ici et d'ailleurs que le FMC a sélectionnés en fonction de leur capacité à travailler sur une variété de projets et avec une diversité de producteur-trices de partout au pays et de l'étranger.

Enfin, le **Programme pilote d'Ontario créatif et du FMC d'aide au développement des produits de médias numériques interactifs** a été mis sur pied pour mieux soutenir des projets qui en sont à leurs premières étapes et qui sont issus de sociétés émergentes dirigées par des personnes issues de groupes sous-représentés. Au cours de sa deuxième année d'existence, il a versé 152 000 \$ à 16 projets.

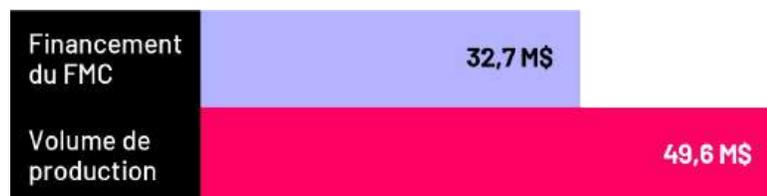


JIM HENSON'S THE STORYTELLER: THE SEVEN RAVENS

FINANCEMENT SELON L'ÉTAPE DU PROJET 2023-2024

| | K\$ | NOMBRE DE PROJETS |
|-------------------|--------|-------------------|
| Conceptualisation | 1 469 | 101 |
| Prototypage | 8 625 | 40 |
| Production | 32 749 | 28 |
| Accélérateurs | 300 | 11 |
| Total | 43 143 | 180 |

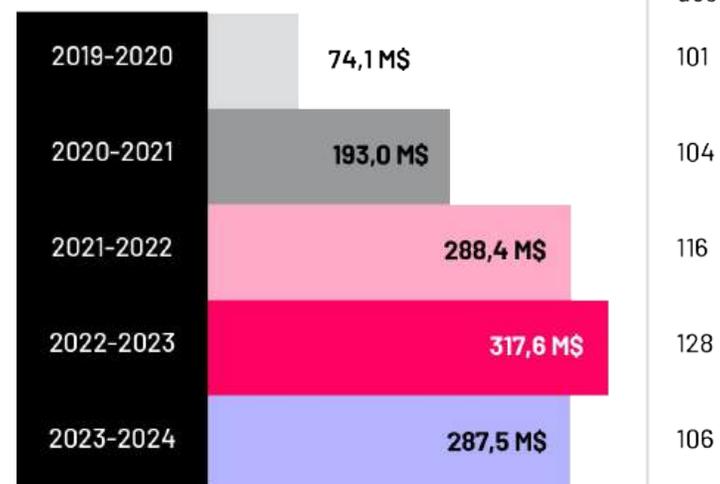
VOLUME DE PRODUCTION DE PROJETS FINANCÉS par le FMC en 2023-2024



1,8 M\$

Budget moyen pour l'étape de production

VENTES par année de rapport

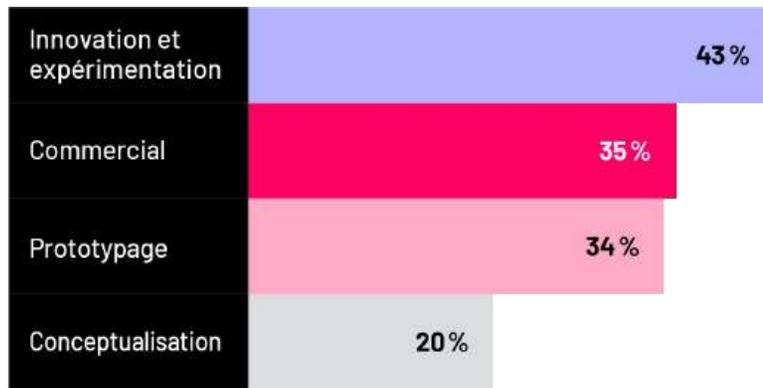


VENTES DU PROJET AYANT ENREGISTRÉ LE PLUS DE VENTES en 2023-2024

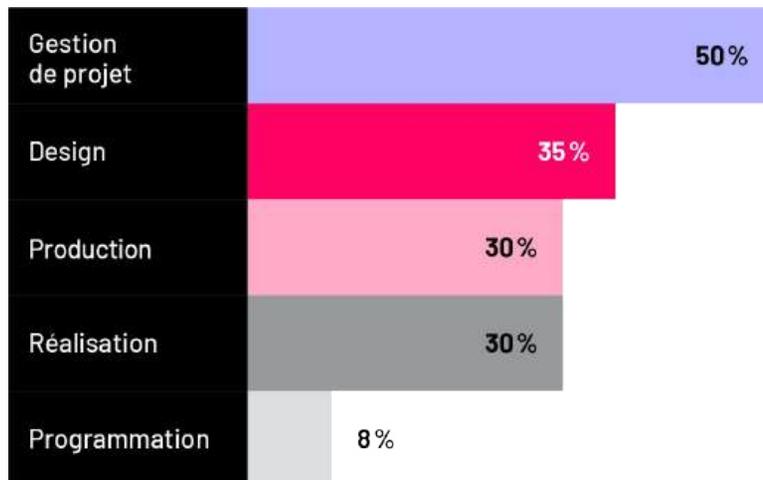
245 M\$

RÉSULTATS DES MESURES DE PARITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme femmes par programme



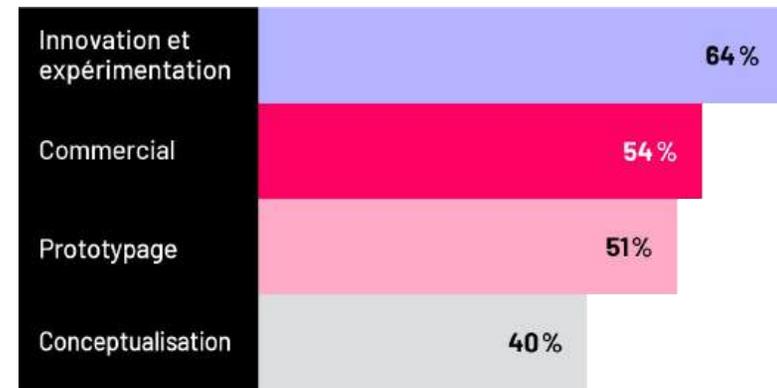
Par poste clé



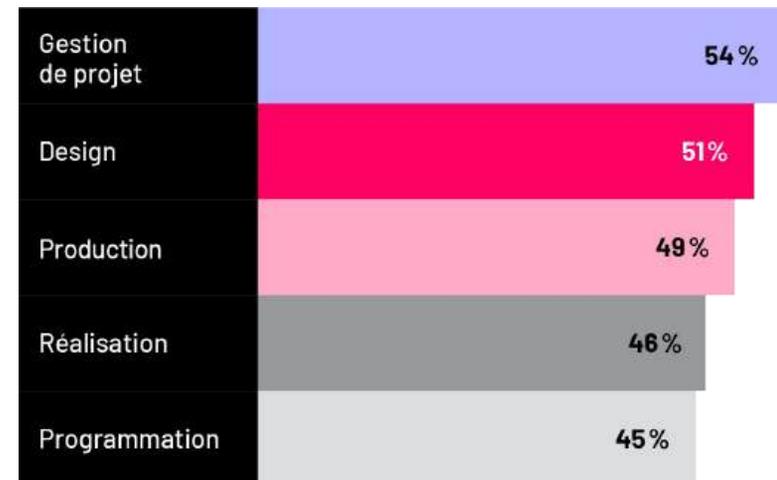
Dans l'ensemble, 30 % des titulaires de poste clé ou de rôle créatif s'identifient comme femme, et 49 %, comme membre d'une communauté reflétant la diversité.

RÉSULTATS DES MESURES DE DIVERSITÉ

% de membres de la diversité occupant des postes clés par programme



Par poste clé



EN VEDETTE

GOODBYE VOLCANO HIGH



Jeu d'aventure narratif, *Goodbye Volcano High* est développé KO-OP, une coopérative québécoise spécialisée dans le jeu vidéo. Il suit le parcours de Fang, un-e musicien-ne dinosaure anthropomorphe non binaire de 18 ans qui, à l'approche d'une apocalypse, apprend à se découvrir, à développer des relations sincères et à accepter les visions divergentes de ses proches et compères. Avec son style artistique distinctif et une bande sonore dynamique, le jeu met l'accent sur la communication, l'inclusivité et la complexité des émotions. Plus encore, il soulève un sentiment très actuel : l'incertitude engendrée par les changements climatiques et autres menaces existentielles. Pas surprenant, alors, qu'il cumule les nominations à des prix prestigieux, dont les BAFTA, les Game Awards, et les GLAAD Media Awards.



VOLET EXPÉRIMENTAL

SÉRIES NUMÉRIQUES LINÉAIRES

Le FMC finance le développement et la production de séries numériques linéaires par le truchement de trois programmes destinés aux séries courtes du Volet expérimental.

Le **Programme pour les séries numériques linéaires** soutient la production de séries créées d'abord pour des plateformes en ligne et qui en sont à leur deuxième saison ou plus, dans certains genres admissibles du FMC.

En 2023-2024, son budget de 3,7 M\$ a été affecté à 16 projets. Dans la grille d'évaluation du programme, des points étaient accordés aux requérant-es issu-es de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %) et pour la parité entre les genres (pondération de 2 %).

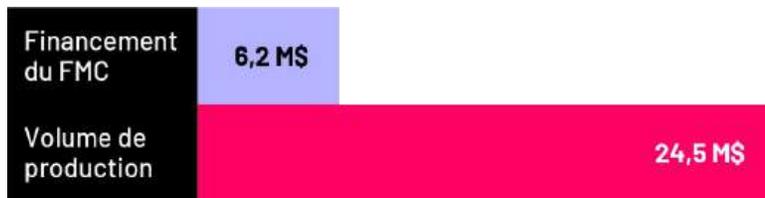
Collaboration entre le FMC et le Fonds Shaw-Rocket (FSR), le **Programme du FMC-Fonds Shaw-Rocket pour les séries numériques d'animation destinées aux enfants** finance la production de séries numériques d'animation canadiennes destinées aux enfants et aux jeunes, tout en encourageant l'utilisation des nouvelles technologies. Au titre de ce programme, le FMC a versé 2,5 M\$ à sept projets.

Le FMC a renouvelé son partenariat avec le Fonds indépendant de production (FIP) pour soutenir le développement de séries dramatiques destinées aux plateformes en ligne dans le cadre du **Programme de développement de séries de fiction de format court**. Au total, 30 projets ont reçu 600 000 \$ du FMC.



DREAMS IN VANTA BLACK

**VOLUME DE PRODUCTION GÉNÉRÉ
PAR LE FINANCEMENT DU FMC**
en 2023-2024



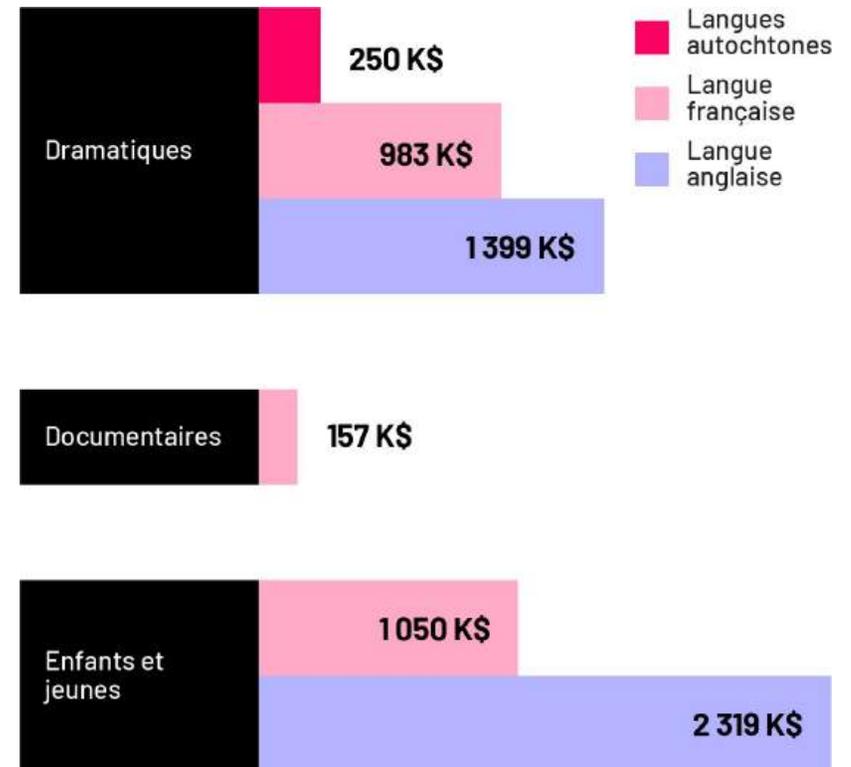
1,07 M\$

Budget moyen

23

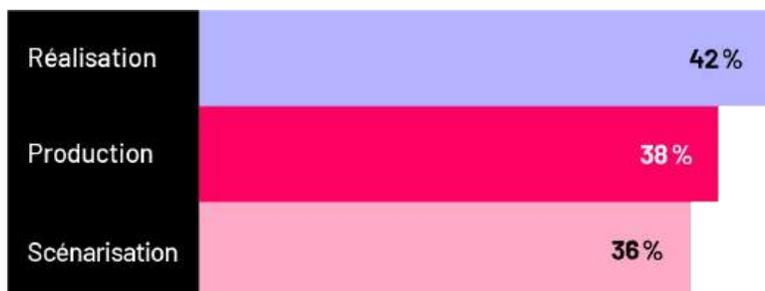
Nombre de projets

**SÉRIES NUMÉRIQUES LINÉAIRES FINANÇÉES
PAR LANGUE ET PAR GENRE**
2023-2024



RÉSULTATS DES MESURES DE PARITÉ

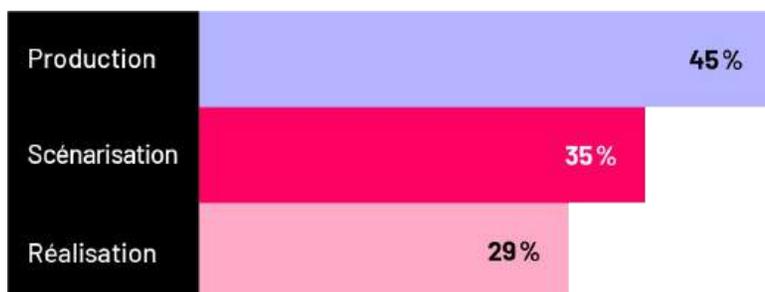
% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme femmes



Le pourcentage d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme femmes est de 38 %.

RÉSULTATS DES MESURES DE DIVERSITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme membres de la diversité



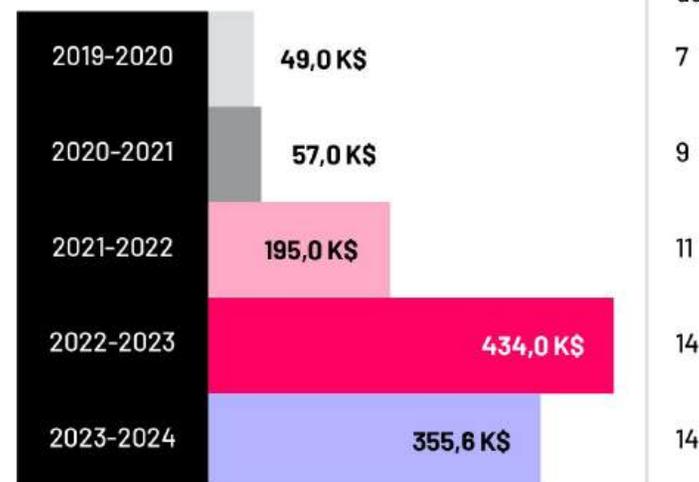
Le pourcentage d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme membres de la diversité est de 39 %.

VENTES

par année de rapport

Ventes (en K\$)

N^{bre} de projets ayant enregistré des ventes > 0 \$



VENTES DU PROJET AYANT ENREGISTRÉ LE PLUS DE VENTES 2023-2024

160 K\$

EN VEDETTE

YOU'RE MY HERO



Photo : Patrick Ryder

Un bijou de comédie disponible sur CBC Gem, *You're My Hero* suit les aventures d'Ian, un vingtenaire direct et sans filtre qui, atteint de paralysie cérébrale, se déplace en fauteuil roulant. D'un épisode à l'autre, Ian apprend à naviguer à travers les pressions sociales et à défoncer des portes dans un monde qui n'a pas été conçu pour des personnes comme lui. Visant à détruire la stigmatisation, la série est empreinte d'un réalisme saisissant puisque son créateur, acteur principal et auteur, Sean Towgood, souffre lui-même d'un déficit moteur cérébral. Elle est une avancée importante vers une représentation authentique des personnes en fauteuil roulant, à l'écran et en dehors.



VOLET EXPÉRIMENTAL

PROGRAMME PILOTE POUR LA CRÉATION NUMÉRIQUE

En 2023-2024, le FMC a lancé le Programme pilote pour la création numérique (PPCN), assorti d'un budget de 500 000 \$. Ce programme vise à soutenir des créateur·tices de contenu numérique en mi-carrière qui produisent des vidéos courtes exclusivement pour les plateformes de médias sociaux (YouTube, Instagram, TikTok et Facebook), en les aidant à faire croître leur auditoire et leurs possibilités de monétisation.

Pour la première année du PPCN, 26 demandes de créateur·tices d'un peu partout au Canada ont été retenues. Le financement a été attribué à la suite d'un processus de sélection, à l'aide d'une grille d'évaluation et d'un jury externe indépendant.

FINANCEMENT DU FMC
en 2023-2024

498,1 K\$

26

Nombre de projets financés

NOMBRE DE PROJETS PAR LANGUE
2023-2024



RÉSULTATS DES MESURES DE PARITÉ
2023-2024

52%

Individus qui s'identifient
comme femme

69%

Individus qui s'identifient
comme membre d'une communauté
reflétant la diversité

EN VEDETTE

ANSWER IN PROGRESS

Answer in Progress est le fruit du travail de trois ami-es dont l'amour de l'apprentissage et la curiosité ont été anéantis par un système éducatif centré sur les examens. Sabrina, Taha et Melissa produisent du contenu, principalement sur YouTube, qui célèbre le chemin parcouru entre la question et la réponse, avec toutes les difficultés et les nuits blanches entre les deux, et ce dans le but de raviver l'amour de l'apprentissage. Des questions sur l'éthique de l'intelligence artificielle jusqu'à l'histoire de la multiplicité des formes de pâtes, rien n'est trop compliqué – ou trop niché – pour le trio.



TÉLÉVISION : PRODUCTION



SIGHT UNSEEN

TÉLÉVISION : PRODUCTION

Le Volet convergent soutient la création de contenu canadien linéaire.

Les projets de production approuvés sont des projets télévisuels qui sont accompagnés ou non de contenu multiplateforme. Le Volet convergent finance le développement et la production d'émissions télévisuelles dans les quatre genres sous-représentés suivants : Dramatiques, Documentaires, Émissions pour enfants et jeunes ainsi que Variétés et arts de la scène.

Il procure aux auditoires un accès à du contenu d'ici partout, en tout temps, sur l'appareil de leur choix.

Les programmes et les mesures incitatives qui constituent le Volet convergent visent à encourager la création de contenu dans toutes les régions du Canada et dans toutes les langues parlées par la population du pays. La majeure partie du financement de ce volet est versée au moyen du Programme des enveloppes de rendement.

- La plupart des programmes ciblés qui financent des projets à l'étape de la production sont abordés dans la section Équité et inclusion du présent rapport à la p. 69.
- Dans le cadre du **Programme des enveloppes de rendement**, le FMC alloue aux télédiffuseurs de langue française et anglaise des enveloppes financières dont la somme reflète leurs états de service en matière de soutien à la programmation canadienne et de diffusion d'émissions d'ici qui correspondent au mandat du FMC. Dans le cadre de ce mandat, le FMC encourage notamment la commandite de projets issus de communautés reflétant la diversité et de projets paritaires femmes-hommes au sein des postes créatifs clés. En 2023-2024, 14 % du financement du Programme des enveloppes de rendement a été versé à des projets détenus par des requérant-es de communautés reflétant la diversité.
- Ce sont les télédiffuseurs qui engagent ces fonds dans des projets canadiens, mais le financement est directement versé aux sociétés de production de chacun des projets. En 2023-2024, 234,3 M\$ ont été versés à 490 projets au titre du Programme des enveloppes de rendement.
- Le **Programme pour les documentaires d'auteur** favorise l'essor des documentaires uniques. Les fonds sont accordés selon un processus sélectif à l'aide d'une grille d'évaluation. En 2023-2024, 8,5 M\$ ont été affectés à 29 projets. Dans la grille d'évaluation du programme, des points étaient accordés aux requérant-es issu-es de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %) et pour la parité entre les genres (pondération de 2 %).

LANGUE ANGLAISE

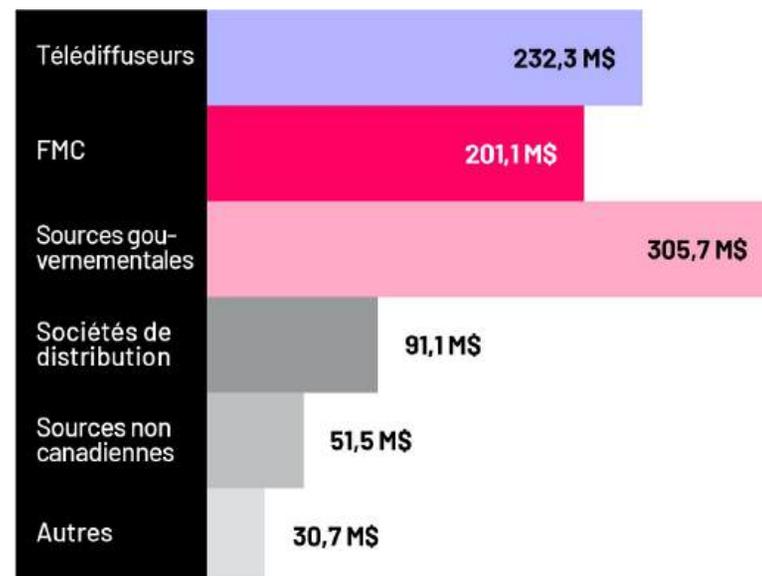
VOLUME DE PRODUCTION GÉNÉRÉ PAR LE FMC en 2023-2024



NOMBRE TOTAL D'HEURES FINANCÉ en 2023-2024

824

FINANCEMENT À LA PRODUCTION, LANGUE ANGLAISE 2023-2024



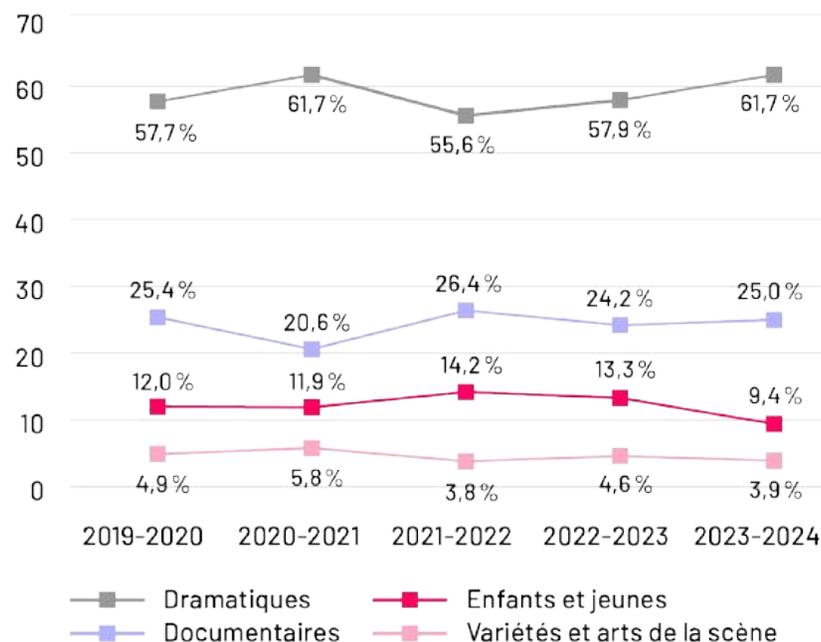
En 2023-2024, toujours du côté du marché de langue anglaise, le FMC a versé 22 % du financement total à la production, alors que les engagements des télédiffuseurs ont représenté 25,5 %¹. Le volume de production a légèrement reculé cette année par rapport au record post-pandémie de 2021-2022, mais il dépassait les 900 M\$.

¹ Le financement du FMC illustré dans les graphiques comprend des engagements attribués à certains projets sur deux exercices financiers, lesquels ne sont pas inclus dans le financement total du FMC en 2022-2023.

LANGUE ANGLAISE

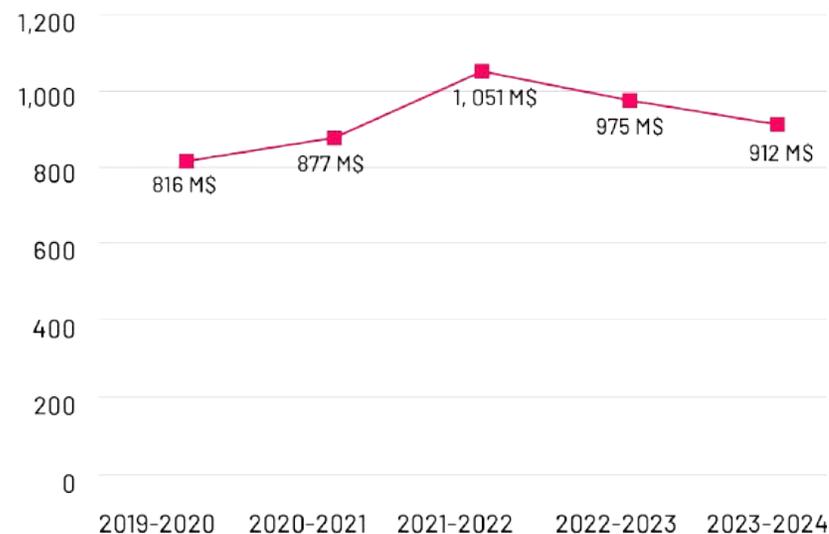
TENDANCES DU FINANCEMENT PAR GENRE

Langue anglaise (%)



ÉVOLUTION DU VOLUME DE PRODUCTION

En M\$

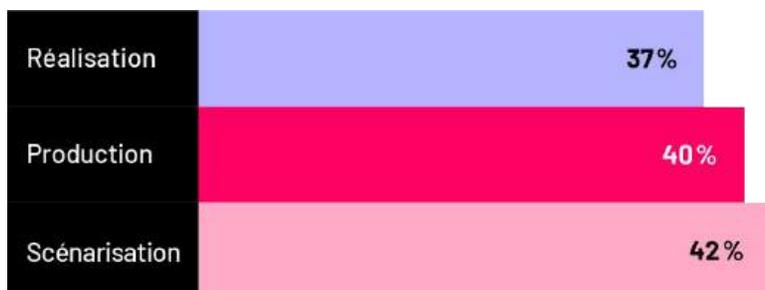


Dans le cadre du financement versé à des projets télévisuels de langue anglaise, la part des émissions pour enfants et jeunes (9,4 %) a diminué en 2023-2024. D'autres programmes du FMC soutiennent la production de contenu destiné aux enfants et aux jeunes (voir la section Séries numériques linéaires du présent rapport : p. 103). La part des documentaires est demeurée au-dessus de 20 %.

LANGUE ANGLAISE

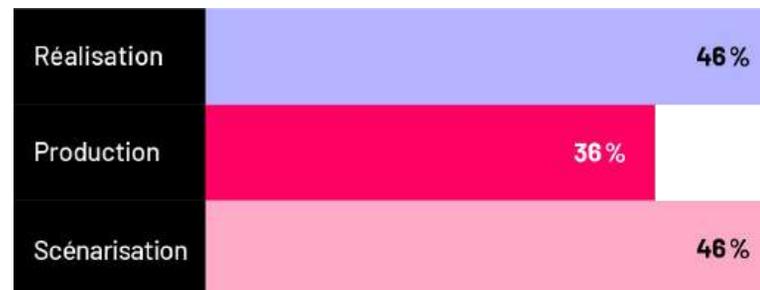
RÉSULTATS DES MESURES DE PARITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme femmes



RÉSULTATS DES MESURES DE DIVERSITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme membres de la diversité



INDIVIDUS S'IDENTIFIANT COMME FEMMES

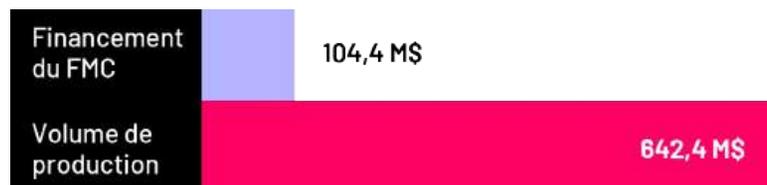


INDIVIDUS S'IDENTIFIANT COMME MEMBRES DE LA DIVERSITÉ



LANGUE FRANÇAISE

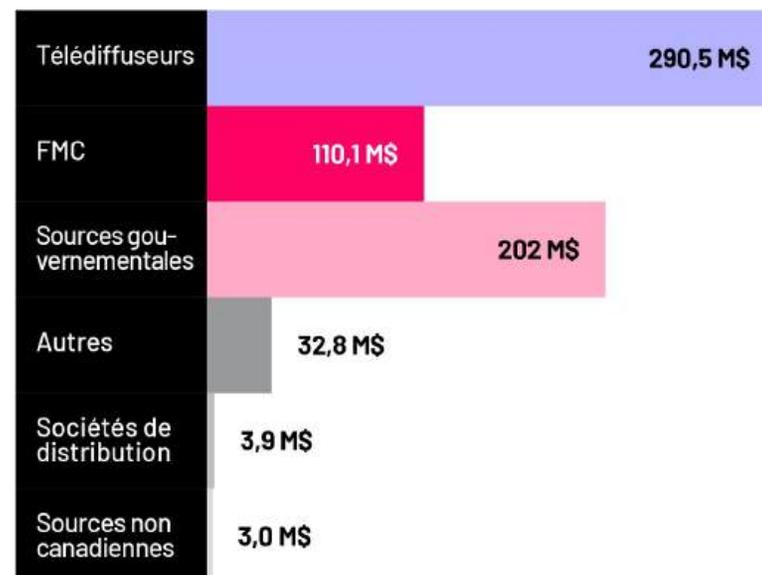
VOLUME DE PRODUCTION GÉNÉRÉ PAR LE FMC en 2023-2023



NOMBRE TOTAL D'HEURES FINANCÉ en 2023-2024

1 768

FINANCEMENT À LA PRODUCTION 2022-2024

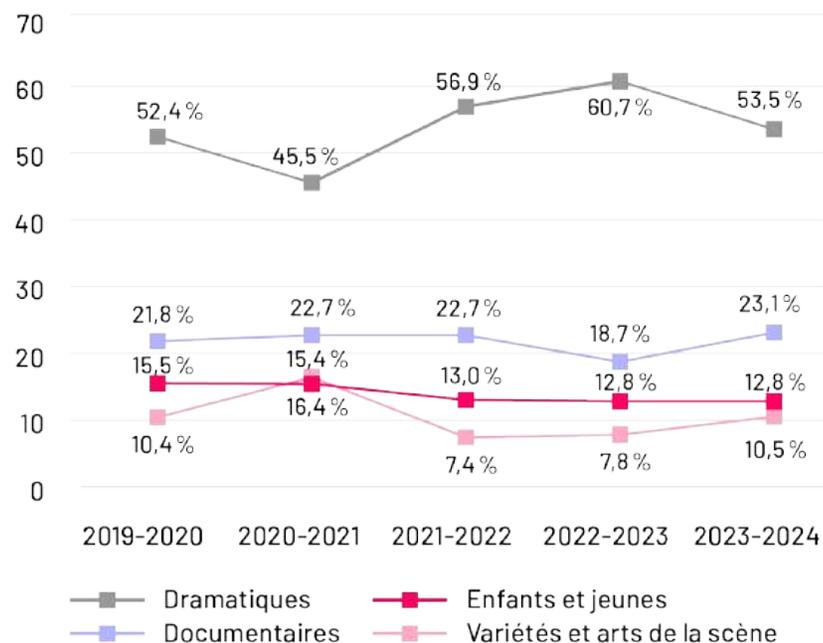


En 2023-2024, toujours du côté du marché de langue française, le FMC a versé 17,1 % du financement total à la production, et les télédiffuseurs, 45,2 %. Le volume de production est demeuré supérieur à 600 M\$ cette année, après le record post-pandémie de 2021-2022.

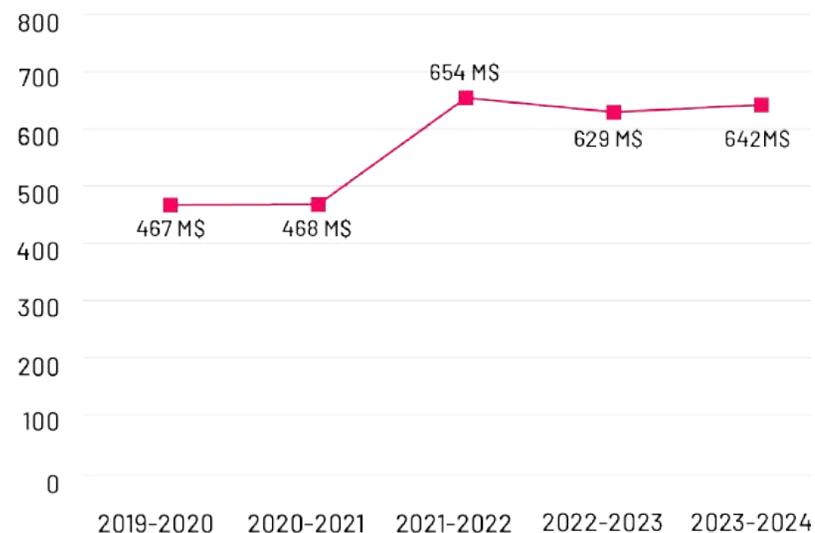
LANGUE FRANÇAISE

TENDANCES DU FINANCEMENT PAR GENRE

Langue française (%)



ÉVOLUTION DU VOLUME DE PRODUCTION

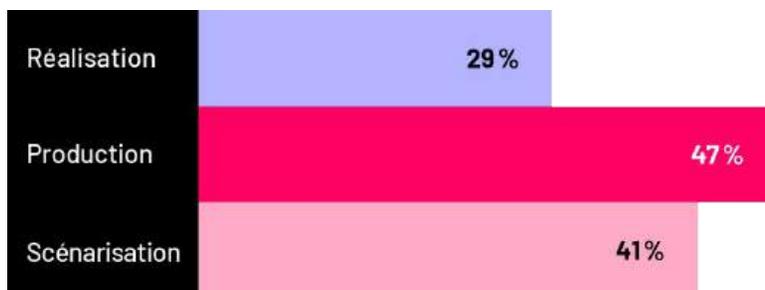


Dans le cadre du financement versé à des projets télévisuels de langue française, la part des émissions pour enfants et jeunes (12,8 %) est demeurée stable en 2023-2024, après avoir diminué en 2019-2020 et en 2020-2021.

LANGUE FRANÇAISE

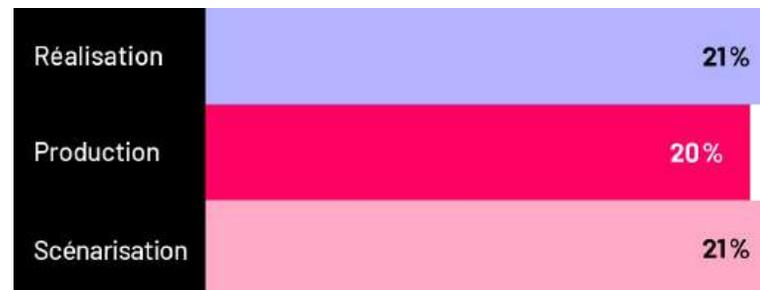
RÉSULTATS DES MESURES DE PARITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme femmes



RÉSULTATS DES MESURES DE DIVERSITÉ

% d'individus occupant des postes clés qui s'identifient comme membres de la diversité



INDIVIDUS S'IDENTIFIANT COMME FEMMES

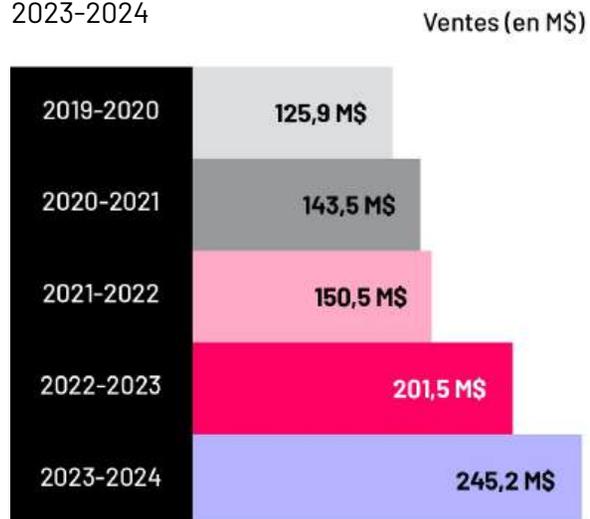


INDIVIDUS S'IDENTIFIANT COMME MEMBRES DE LA DIVERSITÉ



VENTES PAR ANNÉE DE RAPPORT TOUTES LANGUES

2023-2024



N^{bre} de projets
ayant enregistré
des ventes > 0 \$

697

891

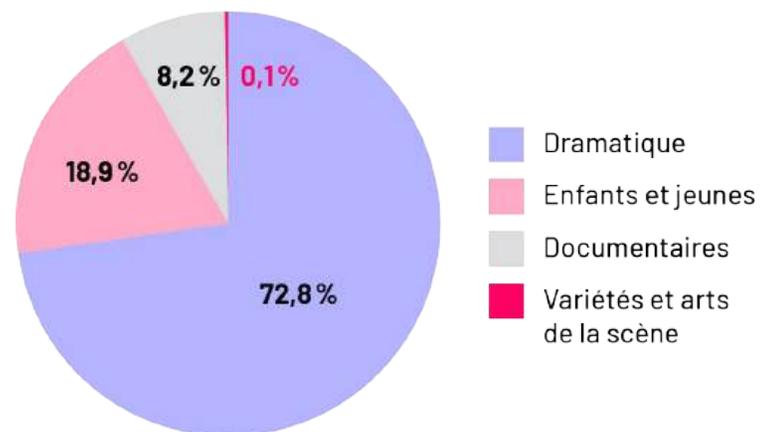
997

986

954

VENTES PAR GENRE

2023-2024



TOTAL DES VENTES DES CINQ PROJETS AYANT GÉNÉRÉ LE PLUS DE VENTES

2023-2024

40,2 M\$

MOYENNE DES VENTES DES CINQ PROJETS AYANT GÉNÉRÉ LE PLUS DE VENTES

2023-2024

8,0 M\$

EN VEDETTE

FAMILY LAW

Photo : Patrick Ryder



Classée parmi les émissions de Global TV les plus regardées, *Family Law* suit un cabinet juridique familial et dysfonctionnel qui, paradoxalement, aide d'autres familles vancouveroises à résoudre leurs propres dysfonctionnements. Sous la plume aiguisée et humoristique de sa créatrice Susin Nielsen, la série met de l'avant des cas judiciaires marginaux, dont un acteur paranoïaque à l'idée de révéler son homosexualité ainsi qu'un couple atteint ayant une trisomie 21 qui souhaite élever seul son enfant. Après avoir conquis plusieurs pays, y compris l'Australie, l'Italie et le Brésil, la production fera l'objet d'une quatrième saison.



TÉLÉVISION : DÉVELOPPEMENT

Le FMC soutient le pré-développement et le développement de contenu canadien convergent par l'intermédiaire de différents programmes. De l'aide au développement est également versée par le truchement du Programme autochtone, du Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire, du Programme pilote destiné aux communautés racisées, ainsi que des programmes destinés aux projets régionaux (voir la section Soutien au contenu régional du présent rapport à la page 137).

DÉVELOPPEMENT

Dans le cadre du **Programme des enveloppes de développement**, le FMC alloue aux télédiffuseurs de langues française et anglaise des enveloppes financières dont la somme reflète leurs états de service en matière de soutien au développement de contenu canadien qui correspond au mandat du FMC. Dans le cadre de ce mandat, le FMC encourage notamment le développement de projets issus de communautés reflétant la diversité et de projets paritaires femmes-hommes au sein des postes créatifs clés. Ce sont les télédiffuseurs qui engagent ces fonds dans des projets de développement, mais le financement est directement versé aux sociétés de production.

Par le **Programme pilote de développement** d'un ensemble de projets, des projets admissibles auxquels aucun télédiffuseur n'est lié reçoivent de l'aide au développement. Au total, 55 sociétés de production ont reçu chacune 75 000 \$ ou 100 000 \$ pour développer jusqu'à trois projets sur une période de 18 mois. En 2023-2024, 25 % du budget du programme était réservé à des sociétés requérantes détenues et contrôlées par des personnes issues de communautés autochtones ou racisées.

FINANCEMENT DU FMC (EN K\$)

| | Langue anglaise | Langue française | Total |
|--|-----------------|------------------|---------------|
| Enveloppes de développement | 5 537 | 2 722 | 8 259 |
| Développement d'un ensemble de projets | 2 800 | 1 775 | 4 575 |
| Prédéveloppement | 3 000 | 1 250 | 4 250 |
| Total | 11 337 | 5 747 | 17 084 |

PRÉDÉVELOPPEMENT

Le **Programme de soutien aux premières étapes de développement** est un programme sélectif destiné aux scénaristes. En 2023-2024, 54 projets ont reçu un total de 2 M\$. En outre, 25 % du budget du programme était réservé à des projets issus d'une communauté reflétant la diversité¹.

De son côté, le **Programme de prédéveloppement** est destiné à des projets qui en sont à leurs premières étapes. Ces projets sont pilotés par des sociétés de production, et il n'est pas nécessaire qu'ils aient obtenu un engagement financier d'un télédiffuseur. En 2023-2024, 63 projets se sont partagé 2 M\$. En outre, 40 % du budget du programme était réservé à des sociétés requérantes établies à l'extérieur de Montréal et de Toronto. Par ailleurs, 25 % du budget du programme était réservé à des projets issus d'une communauté reflétant la diversité.

Partenariat entre le FMC et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le **Programme d'aide au prédéveloppement de séries télévisées basées sur des adaptations littéraires FMC-SODEC** s'est poursuivi en 2023-2024. Le FMC a engagé 250 000 \$ au titre de celui-ci pour soutenir 14 projets de langue française du Québec.

¹ Voir la définition dans la section Notice en annexe du présent rapport.

NOMBRE DE PROJETS FINANCÉS

| | Langue anglaise | Langue française | Total |
|--|-----------------|------------------|------------|
| Enveloppes de développement | 121 | 102 | 223 |
| Développement d'un ensemble de projets | 33 | 22 | 55 |
| Prédéveloppement | 86 | 45 | 131 |
| Total | 240 | 169 | 409 |

EN VEDETTE

GRIZZLY REWILD

All photos : John Mariott



Grizzly Rewild est un documentaire présenté dans le cadre de la célèbre série scientifique de CBC Gem *The Nature of Things*. Il se penche sur la réintroduction dans la nature de cinq grizzlys orphelins qui ont été élevés dans un refuge en Colombie-Britannique. À l'aide d'explications de scientifiques, comme la biologiste Lana Ciarniello, et de magnifiques images captées par le réalisateur Brad Quenville, le documentaire montre les dangers et défis vécus par les animaux sauvages canadiens. Par la bande, il rappelle un enjeu capital : de nombreuses populations de grizzlys d'Amérique du Nord sont en danger ou menacées en raison de décennies de surchasse et de piégeage.



ÉQUITÉ ET INCLUSION

Les initiatives d'équité et d'inclusion ont continué de jouer un rôle essentiel au sein de tous les programmes des Volets convergent et expérimental. Le gouvernement du Canada a versé des fonds supplémentaires afin que le FMC puisse poursuivre le Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR), maintenir les allocations accrues dans des programmes pertinents comme le Programme autochtone et le Programme de diversité linguistique, et lancer des mesures incitatives d'avant-garde à l'échelle de son système de financement.

LATE BLOOMER

En 2023-2024, les initiatives d'équité et d'inclusion visaient les groupes suivants :

- Peuples autochtones du Canada (Premières Nations, Inuit et Métis)
- Groupes racisés (communautés afrodescendantes et racisées)
- Communauté 2SLGBTQ+
- Personnes vivant avec un handicap
- Personnes qui se définissent comme femme
- Communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM)
- Régions (en dehors des plus grands centres de production du Canada, soit Toronto et Montréal)
- Communautés parlant une langue autre que l'anglais, le français ou une langue autochtone

La création de contenu par les Premières Nations, les Inuit et les Métis a été soutenue principalement par l'entremise du Programme autochtone (voir la section consacrée à la page 129), un programme qui existait déjà à la création du FMC et qui finance aussi du contenu en langues autochtones.

Le FMC a poursuivi ses mesures incitatives destinées à des projets issus d'une communauté reflétant la diversité, un terme employé pour désigner les initiatives conçues pour les peuples des Premières Nations, les Inuit et les Métis, ainsi que pour les communautés afrodescendantes et racisées,

les personnes 2SLGBTQ+ et celles vivant avec un ou des handicaps. Un projet issu d'une communauté reflétant la diversité est un projet dans lequel des membres d'une communauté reflétant la diversité occupent au moins 40 % des postes au sein des équipes de production et de création ou détiennent et contrôlent au moins 51 % de la société requérante et de l'ensemble des droits nécessaires à la production et à l'exploitation du projet en question, selon le programme.

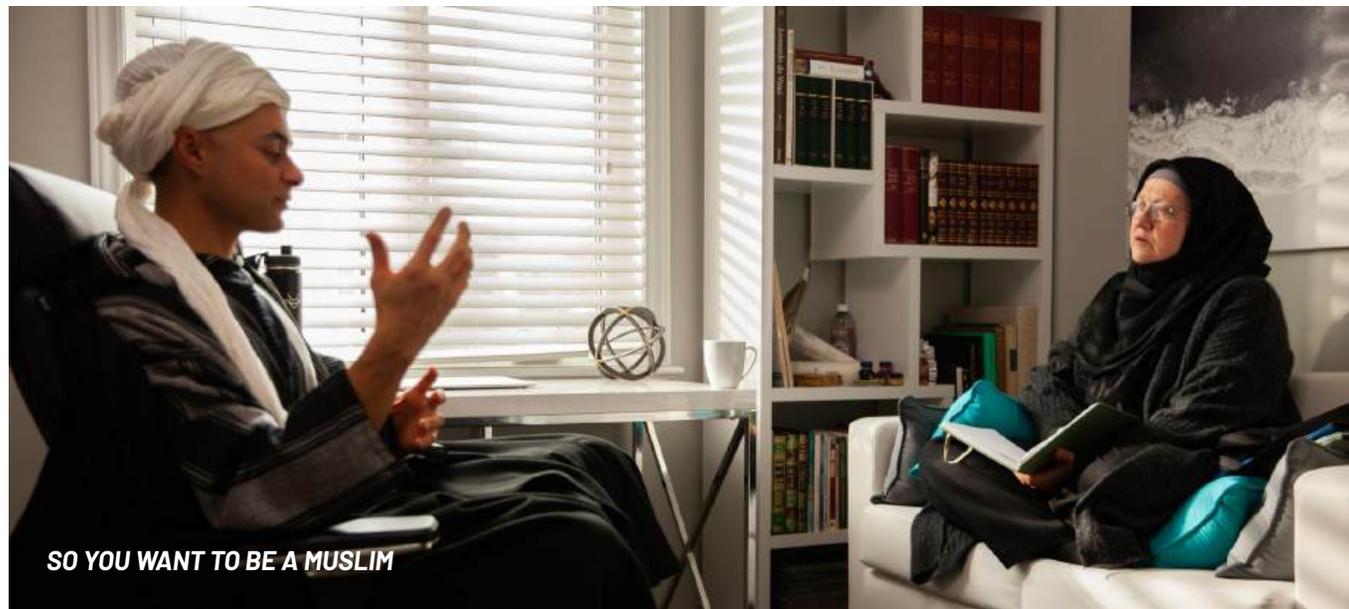
Voici ces mesures incitatives :

- Octroi de deux points dans les grilles d'évaluation utilisées pour analyser les demandes dans la majorité des programmes sélectifs des volets convergent et expérimental;
- Facteur d'enveloppes de rendement et de développement qui récompense les télédiffuseurs qui acquièrent les droits de diffusion de projets issus d'une communauté reflétant la diversité;

- Portions réservées (25 %) dans les budgets du Programme de conceptualisation, du Programme de prédéveloppement, du Programme de soutien aux premières étapes de développement et du Programme pilote de développement d'un ensemble de projets.

Le système d'auto-identification PERSONA-ID a été utilisé dans le traitement des demandes pour déterminer les projets qui satisfaisaient aux critères des mesures incitatives liées aux communautés reflétant la diversité et à la parité entre les genres décrites ci-dessus.

Vous trouverez des statistiques relatives aux communautés reflétant la diversité dans les sections « Télévision », « Contenu de médias numériques interactifs et immersifs » et « Séries linéaires numériques » du présent rapport.



Voici les mesures incitatives en place pour la parité entre les genres :

- Octroi de deux points dans les grilles d'évaluation utilisées pour analyser les demandes dans la majorité des programmes sélectifs des volets convergent et expérimental;
- Exigence de dépense pour les télédiffuseurs dans les Programmes des enveloppes de rendement et de développement.

Vous trouverez des statistiques relatives à la parité entre les genres dans les sections « Télévision » p. 110, « Contenu de médias numériques interactifs et immersifs » p. 98 et « Séries numériques linéaires » p. 103, du présent rapport.

Programmes ciblant une langue officielle en situation minoritaire

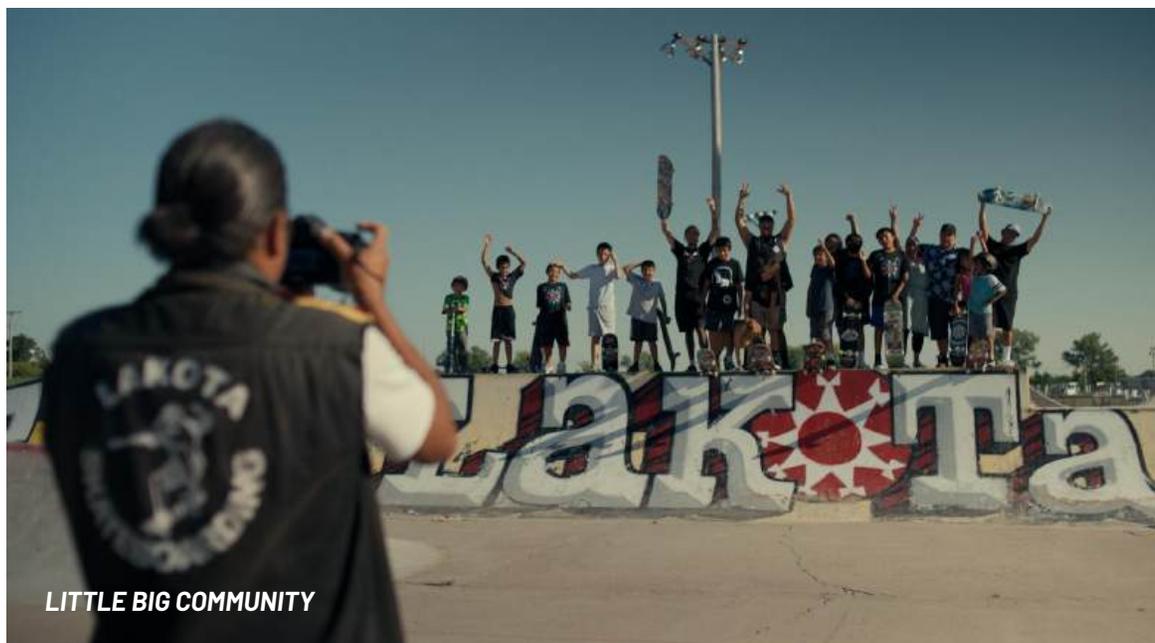
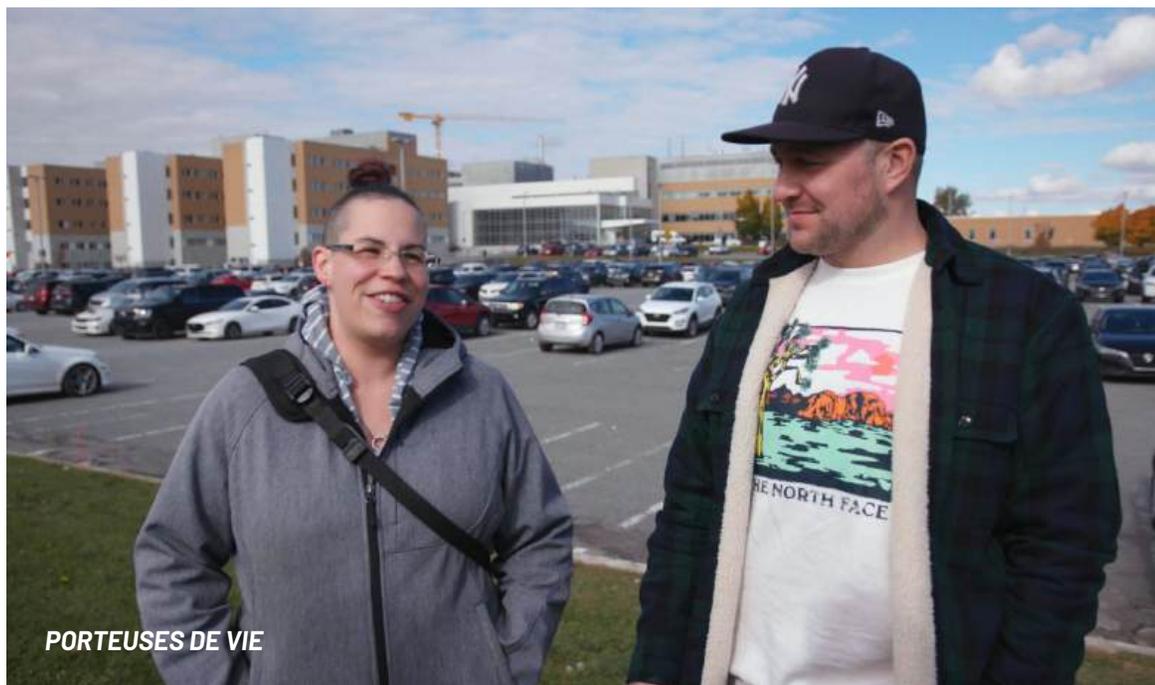
Les programmes ciblant une langue officielle en situation minoritaire sont le Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire et la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire. Veuillez consulter la section « Soutien au contenu de communautés de langue officielle en situation minoritaire » du présent rapport, p. 132.

Contenu régional

Les différentes mesures incitatives pour des projets créés en dehors des grands centres du pays sont décrites à la section « Soutien au contenu régional » du présent rapport, p. 137.

Diversité linguistique

Les projets dans des langues autres que l'anglais, le français ou des langues autochtones sont soutenus par l'entremise du Programme de diversité linguistique.



Le Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR) a été lancé en 2021-2022. Il soutient des projets convergents créés par des membres des communautés afrodescendantes et racisées à l'étape du pré-développement, du développement et de la production. Le financement à l'étape de la production est alloué selon un processus de sélection, à l'aide d'une grille d'évaluation et d'un jury indépendant, tandis que le financement au développement et au pré-développement est distribué aux projets admissibles selon le principe du premier arrivé, premier servi. Dans la grille de sélection du programme, des points sont accordés pour la parité entre les genres (pondération de 2 %).

FINANCEMENT DU FMC (EN K\$)

| | Langue anglaise | Langue française | Total |
|-------------------|-----------------|------------------|---------------|
| Production | 7 006 | 4 034 | 11 040 |
| Développement | 1 859 | 467 | 2 326 |
| Pré-développement | 661 | 121 | 782 |
| Total | 9 526 | 4 622 | 14 148 |

NOMBRE DE PROJETS

| | Langue anglaise | Langue française | Total |
|-------------------|-----------------|------------------|-----------|
| Production | 13 | 8 | 21 |
| Développement | 18 | 8 | 26 |
| Pré-développement | 20 | 4 | 24 |
| Total | 51 | 20 | 71 |

% D'INDIVIDUS OCCUPANT DES POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMMES PAR ACTIVITÉ 2023-2024



VOLUME TOTAL DE PRODUCTION 2023-2024

46,9 M\$

35,1 M\$
Langue anglaise

11,8 M\$
Langue française

NOMBRE D'HEURES FINANCÉES 2023-2024

29,2
Langue anglaise

30,8
Langue française

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT FINANCÉS EN 2022-2023 AYANT DÉPOSÉ UNE DEMANDE DE FINANCEMENT À LA PRODUCTION

5%

Le Programme de diversité linguistique vise à soutenir des productions dans des langues qui reflètent la diversité de la société canadienne, à savoir, d'autres langues que l'anglais, le français ou des langues autochtones. Les fonds sont accordés selon un processus sélectif à l'aide d'une grille d'évaluation. En 2023-2024, des projets en huit langues différentes ont été soutenus. Dans la grille d'évaluation de ce programme, des points sont accordés pour le personnel issu de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %) et pour la parité entre les genres (pondération de 2 %).

FINANCEMENT DU FMC 2023-2024

4,3 M\$

28,4

Nombre d'heures financées

22

Nombre de projets financés

EN VEDETTE

KANAVAL

Photos : Aziz Zoromba



Premier long-métrage de fiction de Henri Pardo (*Afro Canada*), *Kanaval* raconte avec sensibilité l'histoire de Rico, un Haïtien de neuf ans brutalement propulsé au Canada avec sa mère. Pour mieux comprendre les us et coutumes étranges des Canadien-nes, Rico compte sur Kana, son ami imaginaire tout droit venu de la mythologie haïtienne, ainsi que sur un couple accueillant. À mi-chemin entre le drame, la comédie et le réalisme merveilleux, le film aborde des thèmes vécus par le réalisateur : le racisme, la découverte de l'Autre, le déracinement et l'imagination comme moyen de survie. Mariant joliment français et créole haïtien, il met en vedette des talents québécois comme Martin Dubreuil, Claire Jacques et Sylvain Massé, ainsi que la recrue haïtienne Rayan Dieudonné dans le rôle principal.



SOUTIEN AU CONTENU AUTOCHTONE

Le FMC soutient le pré-développement, le développement et la production de projets télévisuels provenant de sociétés requérantes et d'équipes de création issues de communautés autochtones. En 2023-2024, nous avons financé des projets qui célébraient et mettaient en vedette les peuples des Premières Nations, les Inuit et les Métis de partout au pays.

Le Programme autochtone soutient le pré-développement, le développement et la production de projets en langues autochtones. L'aide à la production est attribuée selon un processus de sélection et les projets soumis sont évalués par un jury composé de spécialistes provenant de

communautés autochtones. Dans la grille de sélection du volet production du programme, des points sont accordés pour la parité entre les genres (pondération de 2 %). En 2023-2024, le Programme autochtone a soutenu 17 projets en production ainsi que 33 projets en pré-développement et en développement, lesquels ont reçu au total 11,2 M\$.

En outre, le Programme des enveloppes de rendement, la Prime pour la production régionale de langue anglaise, la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire et la Mesure incitative pour les projets nordiques ont versé 4,8 M\$ supplémentaires à des productions autochtones.



**FINANCEMENT TOTAL
PRODUCTION EN LANGUE AUTOCHTONE
2023-2024**

8,9 M\$

17

Nombre de projets

**VOLUME TOTAL
DE PRODUCTION
2023-2024**

29,6 M\$

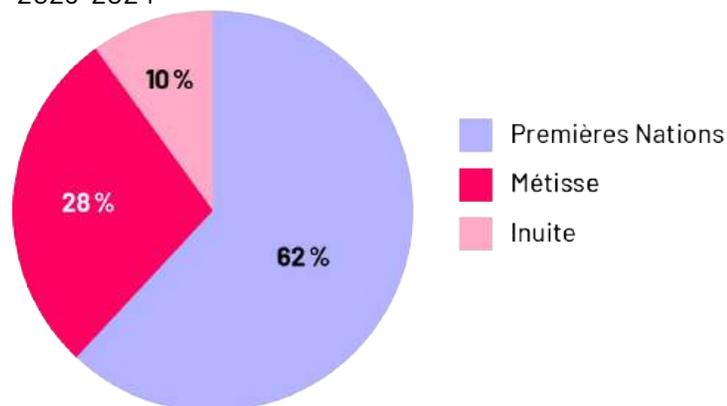
**FINANCEMENT TOTAL
DÉVELOPPEMENT EN LANGUE AUTOCHTONE
2023-2024**

2,3 M\$

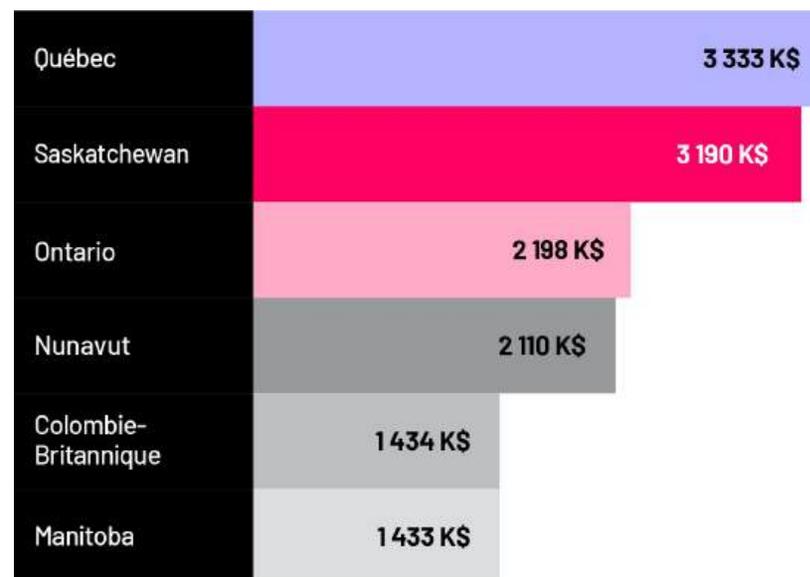
33

Nombre de projets

**COMMUNAUTÉ AUTOCHTONE DÉCLARÉE DES
INDIVIDUS QUI OCCUPENT DES POSTES CLÉS
2023-2024**



**AIDE À LA PRODUCTION AUTOCHTONE
PAR PROVINCE OU TERRITOIRE
2023-2024**



**% D'INDIVIDUS OCCUPANT DES POSTES CLÉS QUI
S'IDENTIFIENT COMME FEMMES PAR ACTIVITÉ
2023-2024**



EN VEDETTE

TREATY ROAD



Diffusée sur APTN, la série documentaire *Treaty Road* plonge dans l'histoire complexe entourant les traités numérotés au Canada, des accords importants entre les peuples autochtones et le gouvernement canadien. Portée par Saxon de Cocq et Erin Goodpipe, elle explore les lieux physiques, l'histoire et les personnes liés à ces traités à travers moult rencontres. Par la bande, elle expose la dure réalité de la colonisation canadienne, comparant les promesses faites à celles qui ont été tenues. Au grand bonheur des publics autochtone et allochtone, une deuxième saison est en chantier.



SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES EN SITUATION MINORITAIRE

Le soutien au contenu créé en langues officielles en situation minoritaire constitue l'un des principaux mandats du FMC.

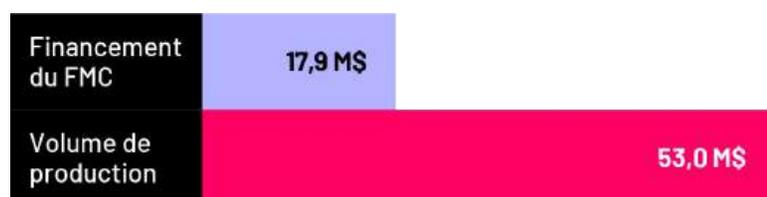


FINANCEMENT À LA PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE EN SITUATION MINORITAIRE

Le **Programme de production de langue française en milieu minoritaire** encourage la création de projets qui reflètent les réalités quotidiennes des communautés francophones vivant à l'extérieur du Québec. En 2023-2024, ce programme a versé 12,5 M\$ à 29 projets en production et à 15 projets en développement. Dans la grille de sélection du volet production du programme, des points étaient accordés aux requérant-es de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %) et pour la parité entre les genres (pondération de 2 %).

Les projets de langue française en situation minoritaire ont également reçu 5,9 M\$ du Programme des enveloppes de rendement, du Programme pilote destiné aux communautés racisées et du Partenariat FMC-Fonds Québecor de soutien à la production de propriétés intellectuelles.

PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE 2023-2024



ÉVOLUTION DU FINANCEMENT POUR LES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE

Pourcentage du financement total de projets télévisuels de langue française



PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE PAR PROVINCE 2023-2024



EN VEDETTE

FÉELI TOUT



Adaptation de la série de livres jeunesse de l'autrice et consultante pédagogique acadienne Cindy Roy, la série d'animation du studio Loogaroo diffusée sur TFO *Fééli Tout* met en scène une fée amoureuse des livres. À chaque épisode, celle-ci plonge dans la lecture pour vivre des aventures extraordinaires avec son ami Oscargot et les habitant-es du marais de Dieppe. Aussi amusante qu'éducative, la série a été écrite selon les programmes éducatifs des différentes provinces canadiennes. Récipiendaire du Prix Coup de cœur des tout-petits de l'Alliance Médias Jeunesse, elle aura droit à une deuxième saison.



FINANCEMENT À LA PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE EN SITUATION MINORITAIRE

La **Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire** crée une source de financement prévisible à la production de langue anglaise en situation minoritaire au Québec.

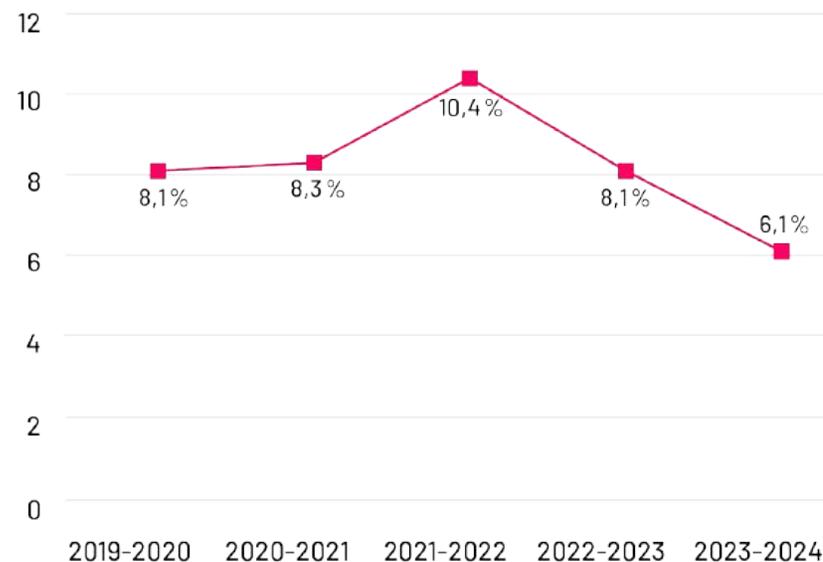
En 2023-2024, elle a versé 5,5 M\$ à 17 projets en production. Les productions de langue anglaise en situation minoritaire ont reçu en outre 5,9 M\$ du Programme des enveloppes de rendement, du Programme pour les documentaires d'auteur et du Programme pilote destiné aux communautés racisées.

PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE EN MILIEU MINORITAIRE 2023-2024



ÉVOLUTION DU FINANCEMENT POUR LES PROJETS DE LANGUE ANGLAISE EN MILIEU MINORITAIRE

Pourcentage du financement total de projets télévisuels de langue anglaise



EN VEDETTE

TWICE COLONIZED



Réalisé par la cinéaste danoise Lin Alluna, le long-métrage documentaire *Twice Colonized* explore le parcours de l'avocate en droits autochtones et militante inuk Aaju Peter. Née au Groenland, envoyée au Danemark à l'âge de 11 ans pour ses études et installée depuis l'âge adulte au Nunavut, Peter a toujours eu l'impression d'avoir été colonisée deux fois : la première, par le Danemark et la seconde, par le Canada du Sud. Toute première coproduction inuite pan-arctique au monde, le film montre habilement un espace de dialogue entre « le colonisateur et le colonisé » et est aussi audacieux que porteur de sens.



SOUTIEN AU CONTENU RÉGIONAL

Le FMC offre plusieurs mesures incitatives dans le cadre du Volet convergent afin de soutenir des projets à l'extérieur des deux principaux centres de production du pays.

Afin de tenir compte de la dynamique géographique qui influence l'activité économique et la prise de décisions, nous considérons les projets de langue anglaise réalisés à plus de 150 kilomètres de Toronto et les projets de langue française réalisés à plus de 150 kilomètres de Montréal comme des projets régionaux.

En 2023-2024, la production régionale soutenue par le FMC a atteint des niveaux records dans le marché de langue anglaise (64 %) et a légèrement diminué dans le marché de langue française (25 %). Le niveau de la production de langue anglaise se maintient au-dessus de 45 % depuis 2019-2020.

TAUTUKTAVUK (WHAT WE SEE)

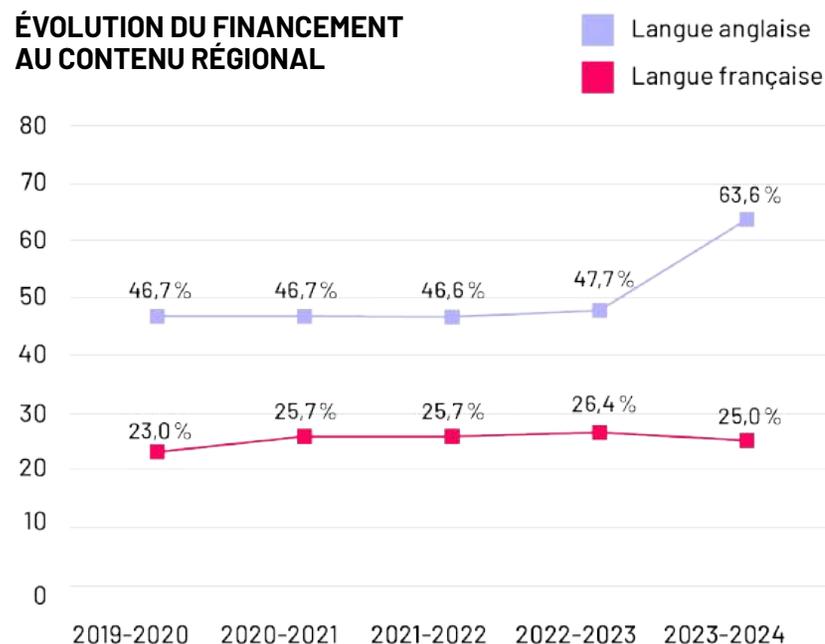
La **Prime pour la production régionale de langue anglaise** a octroyé du financement supplémentaire à des sociétés qui produisent des émissions de télévision établies au pays à l'extérieur de Toronto. Au total, 12,9 M\$ ont été versés à 80 productions cette année.

La **Mesure incitative pour la production régionale de langue française au Québec** a, pour sa part, versé du financement supplémentaire à des projets de langue française produits au Québec à l'extérieur de Montréal qui avaient déjà reçu des fonds du Programme des enveloppes de rendement. En 2023-2024, 3,7 M\$ ont été octroyés à 30 productions. De son côté, le **Programme de développement régional de langue française au Québec** a versé 400 000 \$ à huit projets.

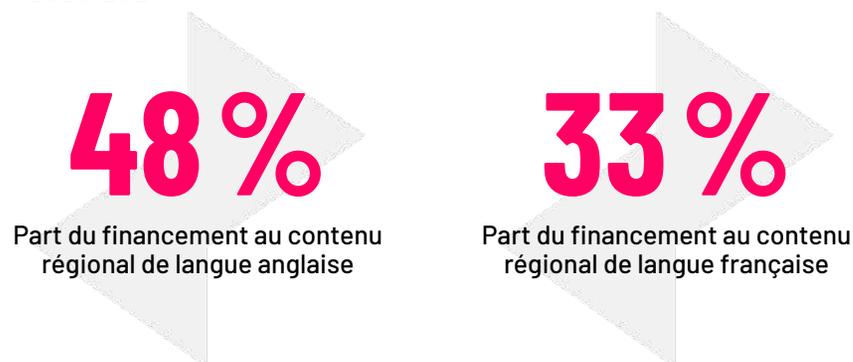
La **Mesure incitative pour les projets nordiques** soutient la production et le développement de contenu en langues française, anglaise et autochtones dans les territoires du Nord. Au total, sept projets en production ont reçu 933 000 \$, alors que six projets en développement ont reçu 200 000 \$.

Le **Programme de prédéveloppement** réservait 40 % de son budget 2023-2024 aux sociétés de production régionales.

ÉVOLUTION DU FINANCEMENT AU CONTENU RÉGIONAL

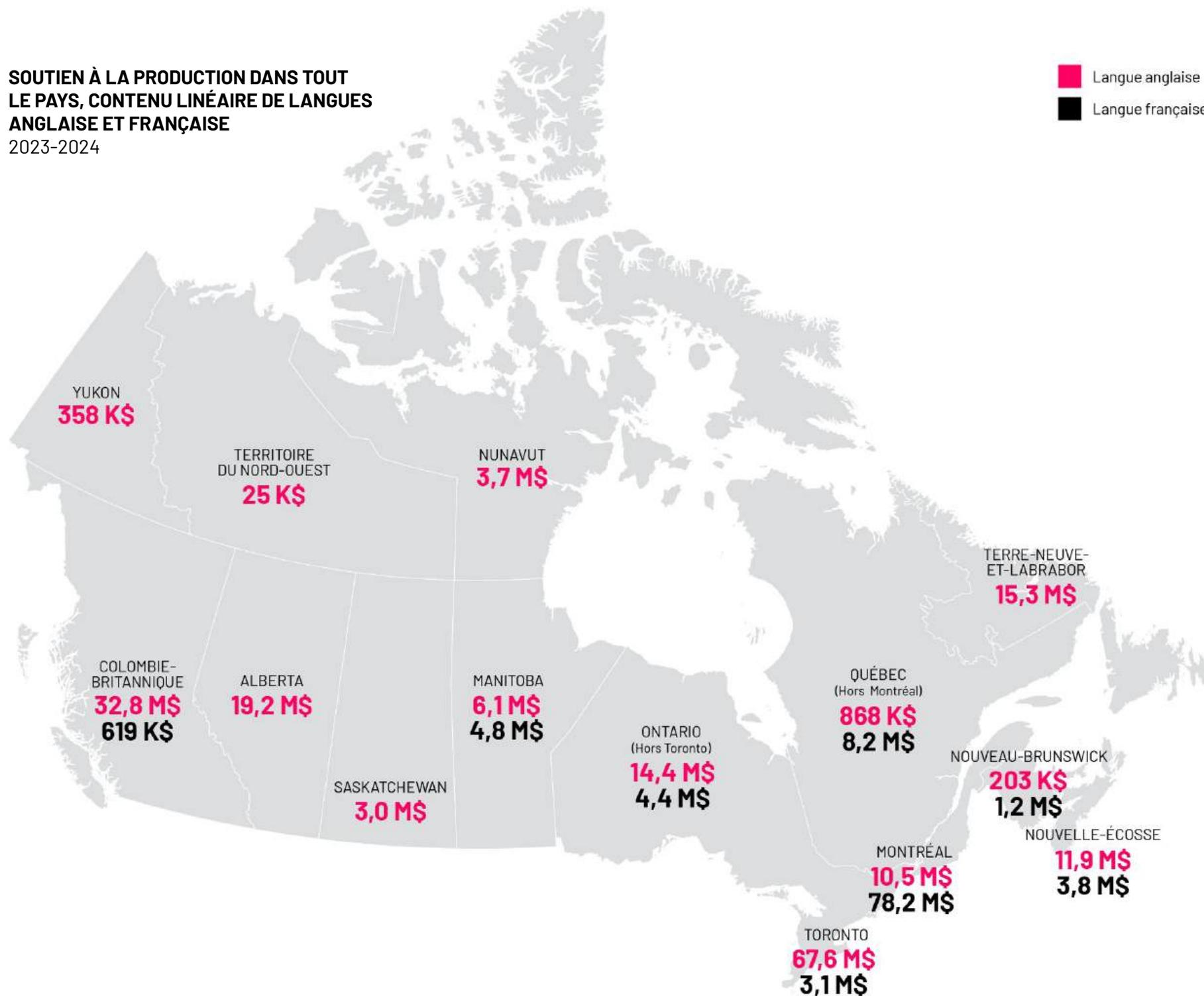


FINANCEMENT AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL 2023-2024



**SOUTIEN À LA PRODUCTION DANS TOUT
LE PAYS, CONTENU LINÉAIRE DE LANGUES
ANGLAISE ET FRANÇAISE**
2023-2024

 Langue anglaise
 Langue française



EN VEDETTE

POLARIS



Scénarisé et réalisé par Kirsten Carthew (*The Sun at Midnight*), le long-métrage *Polaris* suit une enfant élevée par une ourse polaire qui affronte de nombreux dangers pour retrouver Polaris, la dernière étoile brillant dans le ciel d'un monde post-apocalyptique. Campé en 2144, le film présente des paysages du Yukon tantôt sublimes, tantôt désolés. Il fait appel à l'imaginaire puisque les personnages, exclusivement féminins, s'expriment dans des dialectes inintelligibles ou à l'aide de sons primaux. Ayant ouvert le festival international de films *Fantasia de Montréal en 2022* et pris l'affiche l'année suivante, il a depuis voyagé aux quatre coins du globe.



COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS ET SOUTIEN À L'EXPORTATION

OTO'S PLANET



COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS

Les coproductions internationales en vertu d'accords officiels permettent à des sociétés de production d'ici et d'ailleurs de combiner leurs ressources créatives et financières en vue de créer des projets pouvant être considérés comme des productions nationales dans chacun des pays de coproduction. Ainsi, tous les partenaires bénéficient de financement intérieur et étranger. Ces coproductions peuvent recevoir du financement du FMC pour couvrir les dépenses admissibles canadiennes du projet. En 2023-2024, 16 coproductions internationales en vertu d'accords officiels avec 11 pays ont reçu du financement du FMC. Le niveau des coproductions n'est pas encore revenu à celui qu'il était avant la pandémie.

DEVIS CANADIENS TOTAUX DE CES PROJETS 2023-2024

39,9 M\$

16

Nombre de projets financés

11*

Nombre de pays

* Il est possible qu'un projet de coproduction ait réuni plusieurs pays.

COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS 2023-2024

| | NOMBRE DE PROJETS |
|----------------|-------------------|
| Australie | 1 |
| Belgique | 3 |
| Chili | 1 |
| France | 3 |
| Hongrie | 1 |
| Irlande | 1 |
| Israël | 1 |
| Italie | 2 |
| Afrique du Sud | 1 |
| Royaume-Uni | 4 |
| Venezuela | 1 |

MESURES INCITATIVES INTERNATIONALES POUR LE CODÉVELOPPEMENT ET LA COPRODUCTION

Au total, 16 projets télévisuels et de médias numériques à l'étape du développement ou de la production ont été financés en 2023-2023 par le truchement de cinq mesures incitatives internationales, en association avec des organismes de financement de différents pays. La valeur du financement versé aux sociétés de production par le FMC et ses organismes partenaires s'est établie à 3 M\$ au total.

FINANCEMENT DU FMC 2023-2024

898 K\$

FINANCEMENT DES PARTENAIRES ÉTRANGERS 2023-2024

2,08 M\$

16

Nombre de projets financés

5

Nombre de pays

| MESURE INCITATIVE | PARTENAIRE | NOMBRE DE PROJETS |
|---|----------------------------------|-------------------|
| Mesure incitative Canada-Luxembourg pour le codéveloppement et la coproduction de projets audiovisuels | Film Fund Luxembourg | 5 |
| Mesure incitative Canada-France pour la coécriture et le codéveloppement de projets télévisuels ou de médias numériques | CICLIC Centre-Val de Loire | 4 |
| Mesure incitative Canada-Danemark pour le codéveloppement de projets médias numériques | Danish Film Institute | 4 |
| Mesure incitative Canada-Irlande du Nord pour le codéveloppement de projets audiovisuels | Northern Ireland Screen | 4 |
| Mesure incitative Canada-Afrique du Sud pour le codéveloppement de projets télévisuels | National Film & Video Foundation | 3 |
| Mesure incitative Canada-Allemagne pour les médias numériques | Medienboard Berlin-Brandenburg | 2 |

PROGRAMME DE DOUBLAGE ET SOUS-TITRAGE ET PARTENARIATS AVEC LE FONDS QUÉBECOR

Le **Programme de doublage/sous-titrage** a pour but de faire croître l'accessibilité aux marchés et les revenus potentiels de projets linéaires financés par le FMC par l'entremise du doublage et du sous-titrage, dans d'autres langues que l'originale, et ainsi de faire augmenter les ventes de projets canadiens à l'échelle nationale et internationale. En 2023-2024, le FMC a versé 722 000 \$ à 25 projets de doublage et de sous-titrage.

Le **Soutien à la production de propriétés intellectuelles destinées aux marchés internationaux** est une collaboration entre le FMC et le Fonds Québecor. Ce programme offre du financement à des séries dramatiques de langue française tournées en prises de vue réelles, créées par des sociétés de production établies au Québec. Il vise ainsi à faciliter leur percée sur les marchés étrangers. Après avoir été sélectionné-es par le Fonds Québecor et le FMC, les requérant-es retenu-es reçoivent des fonds pour compléter la contribution du Programme des enveloppes de rendement du FMC, et ainsi accroître la valeur de production. Nous avons versé 1 M\$ à 11 projets dans le cadre de ce programme.

TARTUPALUK



SOUTIEN AUX ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE



ADIEU DAECH?

SOUTIEN AUX ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Le Programme de soutien aux activités de développement de l'industrie finance des initiatives pilotées par des organismes à but non lucratif qui encouragent et favorisent la croissance de l'industrie audiovisuelle du pays.

Dans le cadre de ce programme, le FMC finance des activités et de nouveaux débouchés qui accordent une priorité aux peuples autochtones, aux groupes en quête d'équité, aux régions (à l'extérieur de Montréal et de Toronto) et aux communautés de langues officielles en situation minoritaire.

Les projets et les organismes à but non lucratif soutenus combrent des lacunes au sein de l'industrie, produisent des résultats

tangibles, établissent des modèles innovants et dotent les participant-es des outils pour concrétiser leurs ambitions professionnelles.

Le Programme vise le renforcement des capacités, le mentorat, la formation, l'acquisition de compétences, la recherche, l'accès aux marchés, les occasions d'affaires, de ventes ou de revenus, le savoir commercial et d'autres activités de perfectionnement professionnel.

En 2023-2024, 4,6 M\$ ont été versés à 73 initiatives; 65 % des fonds ont été attribués à des initiatives nationales, 29 %, à des initiatives régionales, et 6 %, à des partenariats stratégiques internationaux.

68,5 M\$

ALLOUÉS À DES PROGRAMMES, MESURES INCITATIVES ET PRIMES POUR LES AUTOCHTONES ET LES COMMUNAUTÉS RACISÉES DE LANGUE OFFICIELLE EN MILIEU MINORITAIRE ET EN RÉGION

4,6M \$

ALLOUÉS AU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

PROGRAMMES POUR LES COMMUNAUTÉS SOUS-REPRÉSENTÉES

« **Pink Triangle Press remercie le FMC d'avoir soutenu le premier Rapport rose, qui présente les constatations de recherche sur la représentation des personnes 2SLGBTQIA+ à l'écran. Ce rapport, qui a suscité d'importantes conversations, a été reçu avec beaucoup d'enthousiasme par l'industrie canadienne des écrans. Sans l'appui du FMC, ça ne serait pas arrivé.** »

David Walberg, directeur principal et chef de la direction de Pink Triangle Press

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|--|---|----------------|---|---------|
| Académie canadienne du cinéma et de la télévision | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Académie canadienne du cinéma et de la télévision | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Québec | Renforcement des capacités | 40 K\$ |
| Access BIPOC de l'Institut national des arts de l'écran – Canada | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités, perfectionnement de la main-d'œuvre | 500 K\$ |
| Alliance des producteurs francophones du Canada | Communautés de langues officielles en situation minoritaire | Québec | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Alliance interactive canadienne | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| APostLab | Communautés autochtones | Internationale | Accès aux marchés | 7 K\$ |
| Association N.A.W.A.L. | Communautés racisées | Québec | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Banff Television Festival Foundation/Brunico | Communautés autochtones | Nationale | Renforcement des capacités, accès aux marchés | 85 K\$ |
| BIPOC TV and Film | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités, perfectionnement de la main-d'œuvre | 25 K\$ |
| Black Academy/BLACK Canada | Communautés afro-descendantes | Ontario | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| Bureau de l'écran autochtone | Communautés autochtones | Nationale | Accès aux marchés | 200 K\$ |
| Bureau de l'écran autochtone | Communautés autochtones | Nationale | Consultations | 20 K\$ |
| Bureau de l'écran des Noirs | Communautés afro-descendantes | Nationale | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| Bureau de l'écran des Noirs | Communautés afro-descendantes | Nationale | Perfectionnement de la main-d'œuvre | 20 K\$ |

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|--|---|-----------------------|----------------------------|---------|
| CaribbeanTales | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Accès aux marchés | 75 K\$ |
| CBC et l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran | Groupes sous-représentés | Nationale | Accessibilité | 50 K\$ |
| Coalition M·É·D·I·A· | Communautés racisées | Québec | Renforcement des capacités | 75 K\$ |
| Coalition M·É·D·I·A· | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 35 K\$ |
| Coalition M·É·D·I·A· | Communautés afro-descendantes | Québec | Recherche | 45 K\$ |
| Conseil québécois de la production de langue anglaise | Communautés de langues officielles en situation minoritaire | Québec | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Cultures of Care | Groupes sous-représentés | Ontario | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| DigiBC | Groupes sous-représentés | Colombie-Britannique | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| EAVE+ | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Internationale | Accès aux marchés | 3 K\$ |
| ElevateDev | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 100 K\$ |
| Festival international du cinéma francophone en Acadie /Film Zone | Communautés de langues officielles en situation minoritaire | Nouveau-Brunswick | Renforcement des capacités | 10 K\$ |
| Festival international du film de Toronto | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 100 K\$ |
| Film PEI | Régions | Île-du-Prince-Édouard | Renforcement des capacités | 15 K\$ |
| L'Association des documentaristes du Canada | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 75 K\$ |

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|--|--|-------------------|---|---------|
| Fondation Massimadi | Groupes sous-représentés, communautés afro-descendantes | Québec | Renforcement des capacités | 15 K\$ |
| Fonds canadien pour l'écran indépendant | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 75 K\$ |
| Fonds du film autochtone de l'Arctique | Communautés autochtones | Internationale | Accès aux marchés | 100 K\$ |
| Gender Equity in Media Society Vancouver | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Hot Docs – DOC Toolbox EFM | Groupes sous-représentés | Internationale | Accès aux marchés | 43 K\$ |
| IM4 – Micro-certificat en production virtuelle | Communautés autochtones | Nationale | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| IM4 Lab | Communautés autochtones | Nationale | Renforcement des capacités | 86 K\$ |
| iMOVE | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nouvelle-Écosse | Renforcement des capacités | 15 K\$ |
| Institut national des arts de l'écran | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 100 K\$ |
| Interactive Ontario Industry Association | Groupes sous-représentés | Ontario | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| Kassivi Media | Communautés de langues officielles en situation minoritaire et autochtones | Québec | Renforcement des capacités | 65 K\$ |
| Kello Inclusive | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Lunenburg Doc Fest Association | Communautés de langues officielles en situation minoritaire et régions | Nouveau-Brunswick | Accès aux marchés, renforcement des capacités | 50 K\$ |

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|---|--|----------------------|---|---------|
| Main Film | Groupes sous-représentés | Québec | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Makila | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Québec | Renforcement des capacités | 30 K\$ |
| Marché du film européen | Groupes sous-représentés | Internationale | Accès aux marchés | 43 K\$ |
| Muslims in Media | Communautés racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| Northern Actor Training | Communautés autochtones | Territoires du Nord | Perfectionnement de la main-d'œuvre | 85 K\$ |
| Nunavut Independent Television Network | Communautés autochtones | Nunavut | Renforcement des capacités | 100 K\$ |
| Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran | Groupes sous-représentés | Nationale | Perfectionnement de la main-d'œuvre | 200 K\$ |
| Out On Screen | Groupes sous-représentés | Colombie-Britannique | Perfectionnement de la main-d'œuvre | 25 K\$ |
| OYA Black Arts Coalition | Communautés afro-descendantes | Ontario | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| OYA Black Arts Coalition | Communautés afro-descendantes | Ontario | Accès aux marchés | 50 K\$ |
| Pacific Screenwriting Program Society | Groupes sous-représentés | Colombie-Britannique | Renforcement des capacités | 55 K\$ |
| Pink Triangle Press | Groupes sous-représentés | Nationale | Recherche | 196 K\$ |
| Producing for the Planet | Durabilité | Nationale | Durabilité, perfectionnement de la main-d'œuvre | 99 K\$ |

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|--|--|-----------------|---|---------|
| Queering the Screen | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| QueerTech | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 60 K\$ |
| Racial Equity Screen Office | Communautés racisées | Nationale | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| Realness Institute | Communautés afro-descendantes | Internationale | Renforcement des capacités | 80 K\$ |
| Saskatchewan Interactive Media Association (SaskInteractive) | Groupes sous-représentés | Saskatchewan | Renforcement des capacités | 30 K\$ |
| Screen Nova Scotia | Groupes sous-représentés | Nouvelle-Écosse | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Screen Production Yukon Association | Groupes sous-représentés | Yukon | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| Shine Network Institute | Communautés autochtones | Nationale | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| SMI Film Society | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 95 K\$ |
| Spindle Films Foundation | Groupes sous-représentés | Alberta | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Sustainable Entertainment Society | Durabilité | Nationale | Renforcement des capacités | 35 K\$ |
| Toronto International Nollywood Film Festival | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Ontario | Accès aux marchés, renforcement des capacités | 15 K\$ |

| ORGANISME | GROUPE CIBLE OU DOMAINE D'INTÉRÊT | PORTÉE | TYPE DE PROJET | MONTANT |
|--|--|----------------|----------------------------|---------|
| Trans Film Mentorship | Groupes sous-représentés | Ontario | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| WebSeries Canada | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 15 K\$ |
| When East Meets West | Communautés autochtones, afro-descendantes et racisées | Internationale | Accès aux marchés | 4 K\$ |
| Women in Animation | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 85 K\$ |
| Women in Animation | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 25 K\$ |
| Women in Film and Television – Toronto | Groupes sous-représentés | Nationale | Renforcement des capacités | 50 K\$ |
| Xn Québec | Groupes sous-représentés | Nationale | Accès aux marchés | 35 K\$ |

« Le soutien du FMC au programme de formation destiné aux producteur-trices inuit constitue un formidable exemple de vérité et réconciliation. »

Lucy Tulugarjuk, directrice générale de Nunavut Independent Television Network (NITV)

« Je suis ravie et reconnaissante que le FMC soutienne des programmes comme Creative Producers Indaba. Ce programme permet d'établir une passerelle entre des sociétés de production et les auditoires du Canada et de l'Afrique. Je suis convaincue que l'avenir de la production de contenu réside dans une perspective internationale. »

Marie Ka, Inaru Films, participante à l'édition 2023 de Creative Producers Indaba

EN VEDETTE

COALITION M·É·D·I·A·



La Coalition M·É·D·I·A· défend l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité pour les professionnel·les francophones sous-représenté·es dans l'industrie canadienne des écrans. Grâce au financement obtenu en vertu du programme de Soutien au développement de l'industrie, l'organisation a lancé une initiative d'accès au marché pour trois producteur·trices au festival MIPCOM de Cannes. Les participant·es ont pris part à des sessions de formation, à des conférences et à des rencontres avec des expert·es de l'industrie, ce qui leur a permis d'élargir leur réseau professionnel et de mieux comprendre les meilleures pratiques de vente et de distribution de leurs œuvres, les coproductions internationales et les tendances de l'industrie audiovisuelle mondiale.



EN VEDETTE

SCREEN NOVA SCOTIA



Développé en 2019 dans le cadre de l'engagement de Screen Nova Scotia (SNS) à favoriser la diversité et l'inclusion au sein de ses membres, le Programme de mentorat pour la diversité (*Diversity Mentorship Program*) vise à faire tomber les barrières, à accélérer le développement des talents et à garantir des opportunités équitables. Chaque année, SNS place 12 stagiaires ayant des ambitions à long terme dans l'industrie à des postes choisis sur des plateaux de tournage dans la province. Le programme permet d'affiner les compétences, de mettre en valeur les divers talents et de promouvoir une meilleure appréciation des récits et des identités pas encore racontés. Il est ouvert aux personnes issues des communautés autochtones, afrodescendantes, racisées, 2SLGBTQ+ ainsi qu'aux personnes vivant avec un handicap. Grâce au financement obtenu par l'intermédiaire du programme de Soutien au développement de l'industrie, SNS crée des changements positifs pour les professionnel·les sous-représenté·es de l'industrie des écrans.

ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

L'exercice 2023-2024 représente la 18^e année de collaboration entre le FMC et Téléfilm Canada dans l'administration des programmes. La première entente de services avec Téléfilm à ce chapitre est entrée en vigueur en 2005-2006.

En 2023-2024, l'administrateur des programmes du FMC (APFMC) Téléfilm Canada :

- a reçu 2 100 demandes au titre des programmes de base du FMC, soit 20,2 % de plus que l'année précédente (1 746) de l'ensemble de ces demandes, 1 496 ont obtenu du financement (une hausse de 12,1 % par rapport à 2022-2023);
- a traité 182 demandes de consultation préalable au dépôt d'une demande (une hausse de 9 % par rapport à l'exercice précédent);
- a procédé à l'examen des coûts finaux de plus de 1 445 dossiers (une baisse de 6 % par rapport à 2022-2023);
- a traité 2 897 débours (une hausse de près de 1 % par rapport à 2022-2023);
- a effectué plus de 744 vérifications du respect de conditions non liées à un débours.

NOMBRE DE DEMANDES APPROUVÉES AU TITRE DES PRINCIPAUX PROGRAMMES DU FMC EN 2023-2024

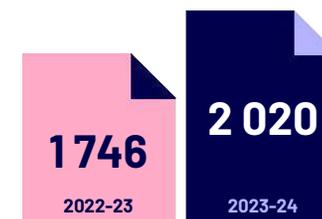
| | TOTAL |
|--|--------------|
| TOUS LES PROGRAMMES | 1 496 |
| Volet convergent¹ | 1 273 |
| Développement | 593 |
| Production | 564 |
| Doublage et sous-titrage | 25 |
| Mesures incitatives internationales | 16 |
| Partenariats nationaux | 75 |
| Volet expérimental | 181 |
| Partenariats avec des accélérateurs | 11 |
| Conceptualisation | 102 |
| Prototypage | 40 |
| Innovation et expérimentation | 15 |
| Projets commerciaux | 13 |
| Séries numériques linéaires | 16 |
| Création de contenu numérique | 26 |

¹ Le Volet convergent comprend :

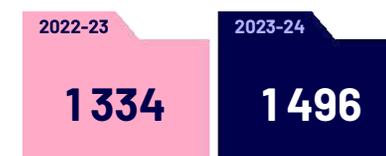
Développement : Programme des enveloppes de développement, Programme de soutien aux premières étapes de développement, Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire, Programme autochtone, Mesure incitative pour les projets nordiques, Financements en pré-développement, Allocation en développement régional de langue française au Québec, Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR) et Programme pilote de développement d'un ensemble de projets (PPDEP).

Production : Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire, Programme de diversité linguistique, Programme pour les documentaires d'auteur de langue anglaise, Prime pour la production régionale de langue anglaise, Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire, Programme autochtone, Mesure incitative pour les projets nordiques, Programme des enveloppes de rendement, Mesure incitative pour la production régionale de langue française au Québec, Partenariat FMC-Fonds Québecor de soutien à la production de propriétés intellectuelles destinées aux marchés internationaux et Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR).

DEMANDES DE FINANCEMENT



PROJETS FINANCÉS



RATIOS DE LEVIER DU FINANCEMENT

1 : 4,85

2022-23

1 : 4,52

2023-24

COMITÉ DE VÉRIFICATION INTERNE ET COMITÉ D'APPEL

Le Comité de révision interne (CRI) examine les projets pour lesquels un élément qui risque d'avoir des incidences sur leur admissibilité au financement est observé.

En 2023-2024, le CRI a examiné 45 projets : 42 projets de télévision et trois projets de médias numériques. Il a déterminé que neuf d'entre eux étaient non admissibles ou devaient être assortis de conditions pour demeurer admissibles. Les problèmes relevés étaient liés aux exigences de genre, aux Exigences fondamentales et aux conditions d'admissibilité au programme. Le CRI a

examiné cinq projets de moins en 2023-2024 qu'en 2022-2023. Le pourcentage de projets jugés non admissibles ou devant être assortis de conditions pour demeurer admissibles a légèrement augmenté (20 % en 2023-2024, soit neuf projets sur les 45 examinés, comparativement à 12 % en 2022-2023, soit six projets sur 50).

Si le CRI juge qu'un projet n'est pas admissible ou impose des conditions à son admissibilité, la société de production peut faire appel de la décision auprès du comité d'appel du FMC. Le comité d'appel a examiné trois projets en 2023-2024 (contre un projet en 2022-2023).

NIVEAUX DE SERVICE

Les niveaux de service actuels ont été adoptés de façon consensuelle pour chacune des principales étapes du processus d'administration des programmes en vue de mieux faire état des délais de traitement.

Dans l'ensemble, l'APFMC a atteint ces cibles de niveaux de service 84 % du temps cette année, comparativement à 64 % en 2021-2022. Cette hausse de 20 points de pourcentage s'explique en partie par la mise en place de mesures de simplification ciblées, la formation accrue des membres du personnel et l'amélioration de l'efficacité des outils de suivi.

Les gestionnaires et les analystes de l'APFMC ont également participé à plusieurs activités de diffusion, notamment des ateliers d'information, des groupes de discussion et des séances d'encadrement.



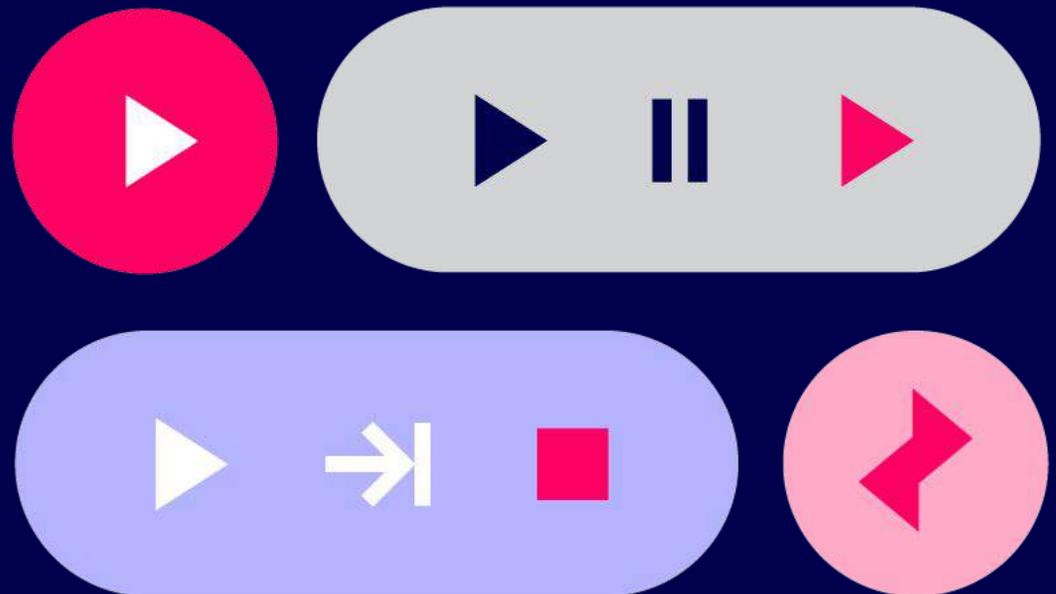
**BON MATIN CHUCK
(OU L'ART DE RÉDUIRE LES MÉFAITS)**

| TYPE | CIBLES DE TRAITEMENT (EN JOURS OUVRABLES) | | | | | |
|--|---|---------------------------------|---|---|-------------|--------------|
| | Décision quant à l'admissibilité | Diligence raisonnable – contrat | Paiement pour le premier montage ou la version bêta | Paiement pour le premier montage ou la version bêta | Amendements | Coûts finaux |
| Programmes premier arrivé, premier servi | 25 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Enveloppes de rendement du Volet convergent – développement et production | 15 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Programmes sélectifs du Volet convergent sans jury – développement et production | 35 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Programmes sélectifs en production et programmes sélectifs du Volet expérimental avec ou sans jury | 50 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Mesures incitatives internationales | 35 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Partenariats | 15 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |
| Programme de doublage/sous-titrage | 15 | 20 | 5 | 15 | 15 | 30 |

Voici les principales étapes du processus d'administration des programmes :

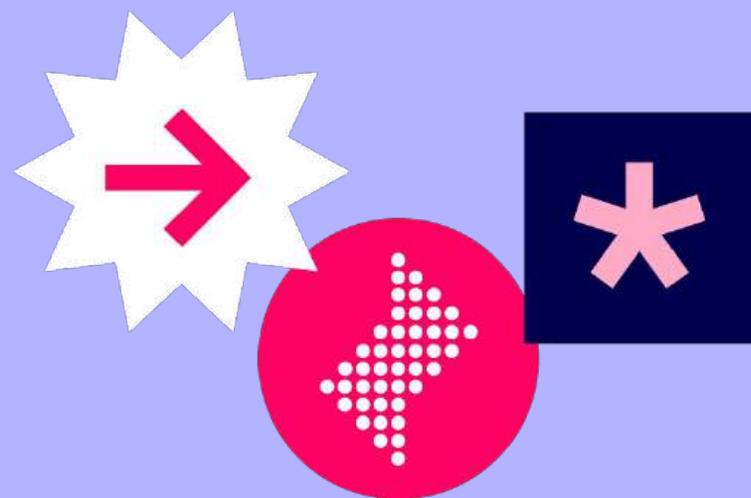
1. **Admissibilité** : Évaluation de l'admissibilité de la demande au programme.
2. **Diligence raisonnable** : Vérification raisonnable effectuée pour la gestion adéquate des risques et la conformité pertinente à la conclusion d'un contrat.
3. **Paiement** : Premier versement, modification, bout-à-bout ou version préliminaire, et coût final; de la réception des documents requis au paiement.
4. **Modifications** : Modifications postérieures à la conclusion du contrat, à l'exclusion des coûts finaux.
5. **Coûts finaux** : Dernière évaluation du projet en fonction des coûts finaux réels.

APERÇU FINANCIER



RAPPORT DE GESTION

L'examen de la situation financière et des résultats d'exploitation de la Société doit être lu avec les états financiers qui figurent dans les pages suivantes. Les résultats pour 2023-2024 couvrent la période du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024. Les résultats de l'exercice précédent, présentés à des fins de comparaison, couvrent la période du 1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023.



RÉSULTATS D'EXPLOITATION

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

PRODUITS

Les produits de la Société comprennent les apports des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les contributions du ministère du Patrimoine canadien (le « ministère »), la récupération d'investissements dans les productions, les remboursements des avances, les avantages tangibles et les intérêts créditeurs. Les produits totaux ont augmenté de 11 138 \$ (2,9 %) au cours de l'exercice, passant de 388 626 \$ en 2022-2023 à 399 764 \$ en 2023-2024.

Le financement du gouvernement fédéral a augmenté de 28 560 \$ (15,2 %) au cours de l'exercice, passant de 188 386 \$ en 2022-2023 à 216 946 \$ en 2023-2024. Depuis 2018-2019, le gouvernement fédéral a haussé sa contribution au FMC pour atténuer le déclin de celles des EDR; en 2023-2024, il lui a versé 42 500 \$. La contribution du Ministère comprenait un financement de 20 000 \$ dans le cadre d'un engagement triennal de 60 000 \$

du gouvernement fédéral ciblant les groupes en quête d'équité, en particulier les communautés afro-descendantes, autochtones et racisées, ainsi que les personnes vivant avec un handicap et celles qui se définissent comme 2SLGBTQ+. Elle comprenait également un financement de 20 000 \$ dans le cadre d'un engagement de 40 000 \$ sur deux ans destinés au contenu audiovisuel de langue française et aux voix sous-représentées.

Les apports des EDR ont diminué de 12 497 \$ (7,3 %) au cours de l'exercice, passant de 171 329 \$ en 2022-2023 à 158 832 \$ cette année.

Les intérêts créditeurs ont augmenté de 2 538 \$ (31,2 %) au cours de l'exercice, passant de 8 143 \$ en 2022-2023 à 10 681 \$ en 2023-2024, principalement en raison de la hausse des taux d'intérêt durant l'année.

Les produits tirés de la récupération d'investissements dans les productions ont diminué de 3 047 \$ (33,8 %) au cours de l'exercice, passant de 9 011 \$ en 2022-2023 à 5 964 \$ en 2023-2024.

Pour leur part, les produits tirés du remboursement des avances ont reculé de 2 044 \$ (27,1 %), passant de 7 544 \$ l'an dernier à 5 500 \$ cette année.

Enfin, les avantages tangibles qui ont été versés directement au programme du FMC en vertu de la politique du CRTC sur les avantages tangibles ont diminué de 154 \$ (7,7 %) pendant l'exercice, passant de 1 995 \$ en 2022-2023 à 1 841 \$ en 2023-2024.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

CHARGES

Les charges totales ont augmenté de 26 500 \$ (7,0 %) au cours de l'exercice, passant de 380 816 \$ en 2022-2023 à 407 316 \$ en 2023-2024. Les engagements au titre des programmes ont représenté 92,4 % des charges totales.

Le reste des charges comprend l'administration des programmes, les frais généraux et administratifs, les activités de développement de l'industrie et les partenariats avec l'industrie, ainsi que l'amortissement.

Conformément à l'entente de contribution conclue avec le ministère, les frais d'administration totaux du FMC ne doivent pas dépasser 6 % des produits totaux. Au cours de l'exercice, ils ont représenté 5,6 % (22 497 \$).

ENGAGEMENTS AU TITRE DES PROGRAMMES

Les engagements au titre des programmes ont augmenté de 26 677 \$ (7,6 %) au cours de l'exercice, passant de 349 862 \$ en 2022-2023 à 376 539 \$ en 2023-2024. Le FMC a octroyé son aide financière aux sociétés de production canadiennes de contenu télévisuel

et de médias numériques dans le cadre de deux volets, le Volet convergent et le Volet expérimental*, ainsi que de mesures incitatives internationales et de programmes de partenariats nationaux.

* Un nouveau modèle de programmes a été lancé en 2024-2025, et le FMC n'attribuera plus son financement par le truchement de ces deux volets. L'exercice 2023-2024 était donc la dernière année de ce modèle. Ce changement sera reflété dans les prochaines éditions du rapport annuel.

CHARGES D'ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

Les charges totales en administration des programmes ont augmenté de 4,8 % au cours de l'exercice, passant de 11 218 \$ en 2022-2023 à 11 751 \$ en 2023-2024. Le FMC a confié à Téléfilm Canada les activités d'administration des programmes par une entente de services; les redevances de services ont augmenté de 480 \$ au cours de l'exercice, passant de 10 819 \$ en 2022-2023 à 11 299 \$ en 2023-2024. Les autres charges en administration des programmes ont augmenté de 53 \$ au cours de l'exercice, passant de 399 \$ à 452 \$.

FRAIS GÉNÉRAUX ET ADMINISTRATIFS

Les frais généraux et administratifs ont augmenté de 1 108 \$ (11,6 %) au cours de l'exercice, passant de 9 579 \$ en 2022-2023 à 10 687 \$ en 2023-2024.

ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Les charges liées aux activités de développement de l'industrie ont augmenté de 279 \$ (4,5 %) pendant l'exercice, passant de 6 180 \$ en 2022-2023 à 6 459 \$ en 2023-2024. Ce soutien finance des initiatives susceptibles d'influer positivement sur l'écosystème audiovisuel canadien en comblant des lacunes dans des domaines distincts et ciblés, y compris les régions, les communautés autochtones et les groupes en quête d'équité.

PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

Les partenariats avec l'industrie ont augmenté de 139 \$ (8,3 %) au cours de l'exercice, passant de 1 682 \$ en 2022-2023 à 1 821 \$ en 2023-2024. Le FMC s'est encore associé à des événements télévisuels et de médias numériques au pays et à l'étranger.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

(EN MILLIERS DE DOLLARS)

FLUX DE TRÉSORERIE ET RÉSERVES

Le FMC reçoit les contributions des EDR chaque mois; il facture au ministère les sommes dues une fois par mois.

Les avances sont remboursées tout au cours de l'année, et la majorité des récupérations des investissements dans les productions s'effectuent deux fois par année.

Le FMC investit les fonds dont il n'a pas besoin pour couvrir ses dépenses d'exploitation dans des bons du Trésor fédéraux et provinciaux, des billets provinciaux, des certificats de placement garanti et des dépôts à terme. Il puise dans ses placements au besoin pour financer ses obligations de programmes au fur et à mesure.

Le FMC maintient des réserves assujetties ou non à des restrictions. Il y accumule les fonds provenant de l'excédent des produits sur les charges. Ces fonds servent à soutenir les programmes de l'exercice suivant.

À la fin de l'exercice, les réserves assujetties à des restrictions renfermaient 60 071 \$ (comparativement à 62 166 \$ en 2022-2023) et les réserves non assujetties à des restrictions, 10 711 \$ (16 168 \$ en 2022-2023).

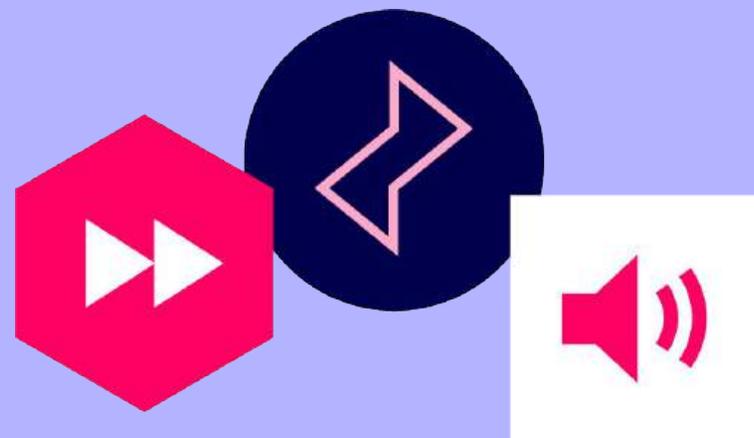
Au 31 mars 2024, les réserves assujetties à des restrictions comprenaient 13 007 \$ pour le règlement des charges en cas de dissolution du FMC, 17 064 \$ pour soutenir le budget des programmes 2024-2025 et une réserve pour éventualités relative au financement des programmes de 30 000 \$.

ÉNONCÉS PRÉVISIONNELS

Le FMC prévoit ses recettes en fonction des contributions du ministère, des apports des distributeurs de services de télévision par câble, par satellite et par IP du pays, ainsi que des produits de récupération et de remboursement tirés des productions financées. En 2024-2025, il est attendu que les contributions des EDR continueront de reculer. Elles ne seront que partiellement compensées par le financement complémentaire du gouvernement fédéral, car le niveau actuel de la baisse des revenus des EDR dépasse maintenant le plafond de ce financement complémentaire. Les contributions du MPC comprendront également l'engagement de 40 000 \$ sur deux ans destinés au contenu audiovisuel de langue française et aux voix sous-représentées, qui en sera à sa dernière année.

Le FMC détermine son budget pour les programmes en fonction des prévisions de revenus. En 2024-2025, le budget des programmes du FMC s'établit à 357 000 \$: 218 000 \$ seront versés à des projets de langue anglaise; 118 000 \$, à des projets de langue française; et 21 000 \$, à des projets en langues autochtones et de la diversité linguistique, ainsi qu'aux partenariats nationaux et internationaux.

DÉCLARATION DE RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DE LA PRÉSENTATION DE L'INFORMATION FINANCIÈRE



Les états financiers du Fonds des médias du Canada (FMC) ont été préparés par la direction et approuvés par le conseil d'administration. Cette préparation s'est déroulée conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes à but non lucratif. La direction est responsable du contenu des états financiers et de l'information financière qui figure dans le rapport annuel.

Pour aider la direction à s'acquitter de ces responsabilités, le FMC dispose d'un système de contrôle interne de l'information financière conçu pour fournir une assurance raisonnable de l'exactitude et de l'intégralité des états financiers à tous les égards importants.

Le conseil d'administration supervise les responsabilités de la direction par l'intermédiaire du comité de l'audit (le Comité). Les membres du Comité se réunissent régulièrement avec la direction et les auditeurs externes pour discuter de la portée et des observations des audits et des autres tâches que l'auditeur externe peut être amené à effectuer de temps à autre. Ils passent également en revue l'information financière et discutent du caractère adéquat des contrôles internes. Le Comité examine les états financiers annuels et les soumet au conseil d'administration à des fins d'approbation.

Les auditeurs externes du FMC, soit KPMG LLP (les « Auditeurs externes »), comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés, ont effectué un examen indépendant des états financiers conformément aux normes d'audit canadiennes généralement reconnues, en exécutant les sondages et autres procédés qu'ils ont jugé nécessaires pour exprimer leur opinion dans leur rapport des auditeurs. La direction et le Comité demeurent à l'entière disposition des auditeurs externes pour discuter des observations relatives aux systèmes de communication de l'information financière et de contrôle interne du FMC.



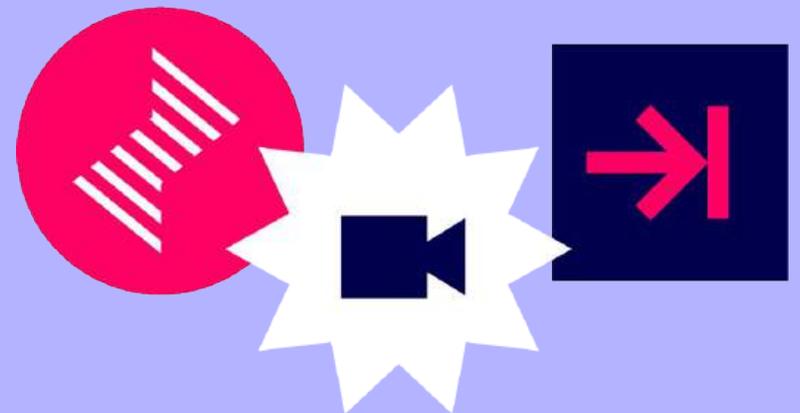
Valerie Creighton
Présidente et chef de la direction



Trent Locke
Premier vice-président,
Finances et mesure des médias

ÉTATS FINANCIERS DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

ET RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT SUR
CES ÉTATS EXERCICE CLOS LE 31 MARS 2024



KPMG S.R.L./S.E.N.C.R.L.
Vaughan Metropolitan Centre
100, place New Park, bureau 1400
Vaughan (ONTARIO) L4K 0J3
Canada
Téléphone : 905 265-5900
Télécopieur : 905 265-6390



RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Au conseil d'administration du Fonds des médias du Canada

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers du Fonds des médias du Canada (« l'entité »), qui comprennent :

- l'état de la situation financière au 31 mars 2024;
- l'état des résultats pour l'exercice clos à cette date;
- l'état de l'évolution de l'actif net pour l'exercice clos à cette date;
- l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date;
- ainsi que les notes annexes, y compris le résumé des principales méthodes comptables;

(ci-après, les « états financiers »).

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'entité au 31 mars 2024, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « **Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers** » de notre rapport de l'auditeur.

Nous sommes indépendants de l'entité conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'entité ou de cesser son activité ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'entité.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion.

L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister.

Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit.

En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;

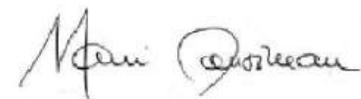
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité de l'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport de l'auditeur sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport de l'auditeur. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'entité à cesser son exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle;
- nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

KPMG A.R.L. / S.E.N.C.R.L.

Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés
Vaughan, Canada
Le 24 juin 2024

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

(en milliers de dollars)
31 mars 2024, avec informations
comparatives de 2023



président du conseil



président du comité d'audit

| | 2024 | 2023 |
|--|-------------------|-------------------|
| Actif | | |
| Actif à court terme | | |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 3 831 \$ | 4 578 \$ |
| Débiteurs (note 3) | 11 975 | 10 852 |
| Placements (note 4) | 242 003 | 274 433 |
| Sommes à recevoir du ministère du Patrimoine canadien (note 7) | 42 528 | 25 454 |
| Charges payées d'avance | 33 | 152 |
| | 300 370 | 315 469 |
| Immobilisations (note 5) | 90 | 90 |
| | 300 460 \$ | 315 559 \$ |
| Passif et actif net | | |
| Passif à court terme | | |
| Créditeurs et charges à payer (note 6) | 7 165 \$ | 5 764 \$ |
| Engagements à payer au titre de la production d'émissions | 222 423 | 231 371 |
| | 229 588 \$ | 237 135 \$ |
| Actif net | | |
| Actif net investi en immobilisations | 90 | 90 |
| Actif net grevé d'affectations d'origine interne (note 8) | 60 071 | 62 166 |
| Actif net non affecté | 10 711 | 16 168 |
| | 70 872 \$ | 78 424 \$ |
| Engagements, garanties et éventualités (note 11) | | |
| | 300 460 \$ | 315 559 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES RÉSULTATS

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024,
avec information comparative de 2023

| | 2024 | 2023 |
|---|-------------------|-------------------|
| Produits | | |
| Contributions du ministère du Patrimoine canadien (note 1) | 216 946 \$ | 188 386 \$ |
| Apports d'entreprises de distribution de radiodiffusion | 158 832 | 171 329 |
| Produit d'intérêts | 10 681 | 8 143 |
| Recouvrement d'investissements dans les productions | 5 964 | 9 011 |
| Remboursements d'avances | 5 500 | 7 544 |
| Autres apports – avantages tangibles | 1 841 | 1 995 |
| Contributions du ministère du Patrimoine canadien – Fonds d'urgence relatif à la COVID-19 (note 7) | – | 2 218 |
| | 399 764 \$ | 388 626 \$ |
| Charges | | |
| Engagements au titre de la production d'émissions [note 2 b)] | 376 539 | 349 862 |
| Administration des programmes | 11 751 | 11 218 |
| Frais généraux et frais d'administration | 10 687 | 9 579 |
| Croissance du secteur | 6 459 | 6 180 |
| Partenariats avec l'industrie | 1 821 | 1 682 |
| Amortissement des immobilisations | 59 | 77 |
| Soutien à la relance relative à la COVID-19 [note 7 b)] | – | 2 218 |
| | 407 316 \$ | 380 816 \$ |
| Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges | (7 552) \$ | 7 810 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024,
avec information comparative de 2023

| | | | | 2024 | 2023 |
|---|-------------------------------|---|------------------|------------------|------------------|
| | Investi en immobilisations | Grevé d'affectations d'origine interne | Non affecté | Total | Total |
| Actif net à l'ouverture de l'exercice | 90 \$ | 62 166 \$ | 16 168 \$ | 78 424 \$ | 70 614 \$ |
| Excédent des produits par rapport aux charges (des charges par rapport aux produits) | (59) | - | (7 493) | (7 552) | 7 810 |
| Investissement en immobilisations | 59 | - | (59) | - | - |
| Virements à l'actif net grevé d'affectations d'origine interne (note 8) | - | (2 095) | 2 095 | - | - |
| Actif net à la clôture de l'exercice | 90 \$ | 60 071 \$ | 10 711 \$ | 70 872 \$ | 78 424 \$ |

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2023,
avec information comparative de 2022

| | 2024 | 2023 |
|---|--------------------|-------------------|
| Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation | | |
| Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges | (7 552) \$ | 7 810 \$ |
| Amortissement des immobilisations n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie | 59 | 77 |
| Perte sur la cession d'immobilisations | - | 2 |
| Variation des éléments hors trésorerie du fonds de roulement d'exploitation | | |
| Débiteurs | (1 123) | (4 518) |
| Sommes à recevoir du ministère du Patrimoine canadien | (17 074) | (880) |
| Charges payées d'avance | 119 | (79) |
| Créditeurs et charges à payer | 1 401 | 1 488 |
| Engagements à payer au titre de la production d'émissions | (8 948) | (8 783) |
| | (33 118) \$ | (4 883) \$ |
| Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement | | |
| Acquisition d'immobilisations | (59) | (63) |
| Rachat de placements, montant net | 32 430 | 8 393 |
| | 32 371 \$ | 8 330 \$ |
| Augmentation (diminution) de la trésorerie et des équivalents de trésorerie | (747) | 3 447 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice | 4 578 | 1 131 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice | 3 831 \$ | 4 578 \$ |
| Se reporter aux notes afférentes aux états financiers. | | |

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

Le Fonds des médias du Canada (le « FMC ») est constitué en société sans capital-actions au sens de la Loi canadienne sur les organisations à but non lucratif et est un organisme sans but lucratif au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada. Le mandat du FMC consiste à favoriser, à promouvoir, à développer et à financer la production de contenus canadiens et d'applications pertinentes pour toutes les plateformes médias audiovisuelles.

Le FMC est régi par un conseil d'administration (le « conseil ») constitué de neuf administrateurs nommés par deux organismes membres : i) la Coalition canadienne pour la diversité des expressions culturelles, laquelle nomme six administrateurs et représente les distributeurs canadiens par câble, par satellite et par télévision IP, et ii) le gouvernement du Canada, par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien (le « ministère »), qui nomme trois administrateurs.

Le FMC accorde un soutien financier aux industries canadiennes de la télévision linéaire et des médias numériques interactifs par l'entremise de deux volets de financement. Le Volet convergent appuie la création d'émissions de télévision et de contenus destinés aux médias numériques convergents que les Canadiens peuvent consommer partout et en tout temps. Le Volet expérimental favorise le développement d'applications logicielles et de contenus avant-gardistes destinés aux médias numériques. Le soutien du FMC prend également la forme de partenariats internatationaux et nationaux avec l'industrie et de la croissance du secteur. L'administration des programmes est assurée par Téléfilm Canada (« Téléfilm »).

1. Nature des activités

Aux termes de l'entente de contribution, le FMC a reçu 216 946 \$ du ministère pour l'exercice clos le 31 mars 2024 (188 386 \$ en 2023).

Le FMC reçoit des montants d'entreprises de distribution de radiodiffusion qui, comme l'exige le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « CRTC »), doivent affecter à la production canadienne jusqu'à 4,7 % des produits annuels bruts tirés de leurs activités de télédiffusion.

Le CRTC surveille les entreprises de distribution de radiodiffusion afin de s'assurer qu'elles versent les apports qu'exige le Règlement sur la distribution de radiodiffusion.

2. Principales méthodes comptables

Les états financiers ont été dressés selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif de la Partie III du Manuel de CPA Canada. Les principales méthodes comptables sont décrites ci-après :

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

(a) Comptabilisation des produits

Le FMC suit la méthode du report pour comptabiliser les apports affectés. Selon la méthode du report pour la comptabilisation des apports, les apports affectés afférents aux charges d'exercices futurs sont reportés et comptabilisés à titre de produits dans l'exercice où les charges connexes sont engagées. Les contributions du ministère sont comptabilisées à titre de produits dans l'exercice où les charges connexes sont engagées et exigibles. Les apports des entreprises de distribution de radiodiffusion sont comptabilisés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir, si leur montant peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et si leur recouvrement est raisonnablement sûr.

Les intérêts créditeurs sont comptabilisés lorsqu'ils sont gagnés.

Les recouvrements des investissements dans les productions et les remboursements des avances sont inscrits à titre de produits dans l'exercice où ils sont reçus ou à recevoir.

Les autres apports d'avantages tangibles sont comptabilisés à titre de produits dans l'exercice où ils sont reçus ou à recevoir.

(b) Engagements au titre de la production d'émissions

Les engagements au titre de la production d'émissions représentent les contributions financières du FMC à des projets liés à la télévision et aux médias numériques canadiens.

Les contributions financières sont fournies au moyen de diverses formes de financement, notamment les suppléments de droits de diffusion, les participations au capital, les investissements récupérables, les avances remboursables, les avances récupérables et les contributions non remboursables.

Toutes les formes de financement sont passées en charges dans l'exercice au cours duquel le FMC établit que la contribution financière à verser est approuvée. Certaines formes de financement peuvent être recouvrées, notamment les participations au capital, les investissements récupérables, les avances remboursables et les avances récupérables, si certains critères de l'entente de financement sont respectés. Comme il est incertain que ces critères soient respectés dans le cadre du projet et qu'il est impossible de déterminer le montant réel et le moment du recouvrement de ces formes de financement, aucun montant n'est comptabilisé dans les états financiers du FMC jusqu'à ce que les critères soient satisfaits et que les montants soient connus.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

Dans certains cas, les montants qui sont réellement versés diffèrent de ceux de l'engagement initial. Des ajustements sont apportés lorsque de tels écarts sont constatés. Au cours de l'exercice, des ajustements nets totalisant 2 933 \$ (10 621 \$ en 2023) visant à diminuer des engagements de financement pris au cours des années précédentes ont été comptabilisés dans la charge liée aux engagements au titre de la production d'émissions.

(c) Immobilisations

Les immobilisations du FMC sont comptabilisées au coût, moins l'amortissement cumulé. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire et sur la durée de vie utile estimative des actifs de la façon suivante :

| | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Matériel | De 20 % à 50 % |
| Mobilier de bureau et agencements | 20 % |
| Améliorations locatives | Sur la durée du bail |

Les coûts des logiciels sont passés en charges au moment où ils sont engagés.

(d) Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique du FMC consiste à présenter les soldes bancaires dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie.

(e) Instruments financiers

Le FMC comptabilise initialement ses actifs financiers et ses passifs financiers à la juste valeur. Il évalue ensuite tous ses actifs financiers et ses passifs financiers au coût amorti, à l'exception des placements qui sont évalués à la juste valeur. Les variations de la juste valeur sont comptabilisées dans l'état des résultats. Le FMC a décidé irrévocablement de comptabiliser à leur juste valeur la totalité de ses placements financiers.

Les actifs financiers qui sont ultérieurement évalués au coût amorti comprennent les débiteurs et les sommes à recevoir du ministère. Les passifs financiers qui sont ultérieurement évalués au coût amorti comprennent les créditeurs et charges à payer ainsi que les engagements à payer pour la production d'émissions.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

Les instruments financiers évalués au coût amorti font l'objet d'ajustements pour les frais de financement et les coûts de transaction. Tous les autres coûts de transaction sont constatés dans l'excédent (l'insuffisance) des produits par rapport aux charges pendant l'exercice au cours duquel ils sont engagés.

À la clôture de l'exercice, les actifs financiers sont soumis à des tests de dépréciation annuels s'il y a des indices de dépréciation. Dans ce cas, le FMC détermine s'il existe un changement défavorable important dans le montant ou le moment attendu des flux de trésorerie futurs provenant de l'actif financier en question. S'il existe un changement défavorable important dans les flux de trésorerie attendus, la valeur comptable de l'actif financier est réduite afin de correspondre à la valeur la plus élevée parmi les suivantes : la valeur actuelle des flux de trésorerie attendus, le montant qui pourrait être réalisé en vendant l'actif financier ou le montant que le FMC s'attend à réaliser en exerçant ses droits sur tout actif affecté en garantie. Si les événements et les circonstances s'inversent au cours d'une période ultérieure, la perte de valeur sera reprise à hauteur de l'amélioration.

(f) Ventilation des frais généraux et des frais d'administration

Le FMC ne ventile pas ses frais par fonctions à l'état des résultats.

(g) Recours à des estimations

L'établissement d'états financiers exige de la direction qu'elle fasse des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence sur la valeur comptable des actifs et des passifs, sur les informations relatives aux actifs et aux passifs éventuels à la date des états financiers ainsi que sur la valeur comptable des produits et des charges de l'exercice.

3. Débiteurs

| | 2024 | 2023 |
|--|------------------|------------------|
| Débiteurs | 12 035 \$ | 11 246 \$ |
| Moins la provision pour créances douteuses | 60 | 394 |
| | 11 975 \$ | 10 852 \$ |

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

4. Placements

| | 2024 | 2023 |
|--|-------------------|-------------------|
| Billets à ordre des provinces | 87 159 \$ | 88 515 \$ |
| Dépôts à terme | 46 219 | 72 787 |
| Certificats de placement garanti | 49 334 | 71 030 |
| Bons du Trésor provinciaux | 59 291 | 27 219 |
| Bons du Trésor du gouvernement du Canada | - | 14 882 |
| | 242 003 \$ | 274 433 \$ |

Les placements d'une durée égale ou inférieure à un an, qui se chiffrent à 242 003 \$ (274 433 \$ en 2023), sont comptabilisés en tant qu'actifs à court terme.

5. Immobilisations

| | 2024 | | 2023 | |
|-----------------------------------|---------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| | Coût | Amortissement cumulé | Valeur comptable nette | Valeur comptable nette |
| Matériel | 225 \$ | 136 \$ | 89 \$ | 76 \$ |
| Mobilier de bureau et agencements | 22 | 21 | 1 | 1 |
| Améliorations locatives | 264 | 264 | - | 13 |
| | 511 \$ | 421 \$ | 90 \$ | 90 \$ |

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

6. Remises gouvernementales

Les créiteurs et charges à payer comprennent un montant de 52 \$ (48 \$ en 2023) au titre des remises gouvernementales, englobant les sommes à payer pour les cotisations sociales.

7. Ententes d'administration

- (a) Le ministère a instauré le Fonds de relance pour les secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et du sport, en vue d'offrir un allègement supplémentaire aux organismes qui éprouvent toujours des difficultés à assurer la viabilité de leur exploitation en raison de la pandémie de COVID-19. Le FMC a conclu une entente de contribution avec le ministère visant la distribution pouvant atteindre 4 808 \$ comme soutien temporaire aux sociétés de production d'émissions à caractère ethnique et en langues tierces. L'entente de contribution est entrée en vigueur le 1er avril 2021 et est venue à échéance le 31 mars 2023.

| | 2024 | 2023 |
|---|-------------|-----------------|
| Débiteurs – Fonds de relance relatif à la COVID-19, à l'ouverture de l'exercice | 2 218 \$ | 2 404 \$ |
| Somme reçue au cours de l'exercice | (2 218) | (2 404) |
| Somme comptabilisée dans les produits au cours de l'exercice | - | 2 218 |
| Débiteurs, Fonds de relance relatif à la COVID-19 à la clôture de l'exercice | - \$ | 2 218 \$ |

Au cours de l'exercice, le FMC a passé en charges néant (2 218 \$ en 2023) en soutien aux sociétés de production d'émissions à caractère ethnique et en langues tierces.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

8. Actif net grevé d'affectations d'origine interne

| | Solde au 31 mars 2023 | Virements | Solde au 31 mars 2024 |
|---|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
| Règlement des charges d'exploitation du FMC advenant sa dissolution | 13 007 \$ | - \$ | 13 007 \$ |
| Financement des programmes 2023-2024 | 19 159 | (19 159) | - |
| Financement des programmes 2024-2025 | - | 17 064 | 17 064 |
| Réserve pour éventualités au titre du financement des programmes | 30 000 | - | 30 000 |
| | 62 166 \$ | (2 095) \$ | 60 071 \$ |

Le conseil a réservé à des fins particulières des sommes dont le FMC ne peut disposer à aucune autre fin sans son autorisation préalable.

Le conseil a approuvé le virement de 17 064 \$ (19 159 \$ en 2023) de l'actif net non affecté à l'actif net affecté afin de fournir du financement supplémentaire à la production d'émissions pour l'exercice 2024-2025 (en 2023, pour l'exercice 2023-2024).

En 2023, le conseil a approuvé l'augmentation de 8 036 \$ du règlement des charges d'exploitation du FMC advenant sa dissolution.

9. Instruments financiers et gestion des risques

Le FMC est exposé à divers risques en raison de ses instruments financiers. L'analyse suivante présente les risques que le FMC jugeait significatifs au 31 mars 2024 :

(a) Risque de liquidité

Le risque de liquidité est celui de ne pas être en mesure de répondre aux besoins de trésorerie ou de ne pouvoir s'acquitter des obligations à mesure qu'elles arrivent à échéance. Le FMC gère son risque de liquidité en surveillant constamment ses flux de trésorerie, prévus et réels, ainsi que les échéances de ses passifs financiers et en s'assurant de détenir des placements qu'il peut monnayer rapidement. Tous les investissements du FMC peuvent être

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

rapidement transformés en espèces à un montant se rapprochant de leur juste valeur. Par rapport à 2023, les risques de liquidité n'ont pas changé.

(b) Risque de crédit

Le risque de crédit s'entend du risque qu'une contrepartie manque à ses obligations contractuelles et entraîne de ce fait une perte financière ou qu'une cote de crédit ou toute autre évaluation de la qualité de crédit ait une incidence sur un instrument financier. Le FMC est exposé au risque de crédit relativement aux débiteurs. Le FMC évalue les débiteurs de manière continue en se fondant sur les montants qu'il est presque certain de recevoir. Le FMC est aussi exposé au risque de crédit relativement à ses placements. La concentration du risque de crédit du FMC est présentée ci-après en fonction de la cote de crédit :

| Cote de crédit | 2024 | 2023 |
|----------------|-------------------|-------------------|
| R-1(élevée) | 207 368 \$ | 232 462 \$ |
| R-1(moyenne) | 34 635 | 41 971 |
| | 242 003 \$ | 274 433 \$ |

Les cotes de crédit sont données par l'agence de notation Dominion Bond Rating Service.

(c) Risque de taux d'intérêt

Le risque de taux d'intérêt s'entend du risque touchant les résultats du FMC et découlant des fluctuations des taux d'intérêt et du degré de volatilité de ces taux. Le FMC est exposé au risque de taux d'intérêt et à son incidence sur les intérêts créditeurs. Ce risque est faible, car les intérêts créditeurs ne représentent pas une composante importante du total des produits.

Le rendement des titres à revenu fixe varie de 4 % à 6,05 % (2 % à 5,61 % en 2023) et leurs échéances vont du 1er avril 2024 au 19 février 2025 (du 3 avril 2023 au 18 mars 2024 en 2023). En règle générale, la valeur des titres à revenu fixe augmente lorsque les taux d'intérêt baissent et diminue lorsqu'ils montent. La valeur des titres varie en fonction des faits qui surviennent au sein des entreprises ou des décisions des gouvernements qui émettent les titres. Il n'y a eu aucun changement dans l'exposition du FMC au risque par rapport à 2023.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

10. Opérations entre apparentés et soldes réciproques

Au cours de l'exercice considéré et de l'exercice précédent, aucun montant n'a été versé pour la production d'émissions à des sociétés de production apparentées au FMC, que ce soit par représentation directe ou indirecte, à son conseil d'administration.

11. Engagements, garanties et éventualités

- (a) Le FMC est tenu de verser des paiements de loyers pour les locaux qu'il loue. La date d'expiration des contrats de location est le 31 juillet 2025.

| | |
|------|---------------|
| 2025 | 247 \$ |
| 2026 | 71 |
| | 318 \$ |

Aux termes de ces contrats de location, le FMC a accepté d'indemniser le propriétaire pour la totalité des dépenses, dommages-intérêts, actions, réclamations ou obligations résultant de tout manquement aux engagements stipulés dans ces contrats ou de l'utilisation ou de l'occupation par le FMC des locaux loués.

- (b) Le FMC est tenu de verser des paiements de 11 229 \$ pour l'administration de ses programmes par Téléfilm aux termes d'une entente de services qui vient à échéance le 31 mars 2026. Aux termes de l'entente, en cas de résiliation, le FMC est tenu de payer les dépenses additionnelles qui seraient engagées à la suite de l'élimination graduelle des services fournis par Téléfilm.
- (c) Le FMC s'est engagé à indemniser ses anciens, actuels et futurs administrateurs, dirigeants et employés (les « personnes indemnisées ») pour des dépenses (y compris les frais juridiques), des jugements et tout montant que ces personnes engagent réellement ou devraient raisonnablement engager suite à des actions, poursuites ou procédures dans lesquelles elles pourraient être impliquées en raison de leurs fonctions, moyennant qu'elles aient agi avec intégrité et bonne foi en vue de défendre au mieux les intérêts du FMC. En raison de la nature de cette indemnisation, le FMC ne peut faire une estimation raisonnable du risque maximal auquel il est exposé. Le FMC a donc souscrit une assurance de responsabilité civile à l'intention de ses administrateurs et dirigeants.

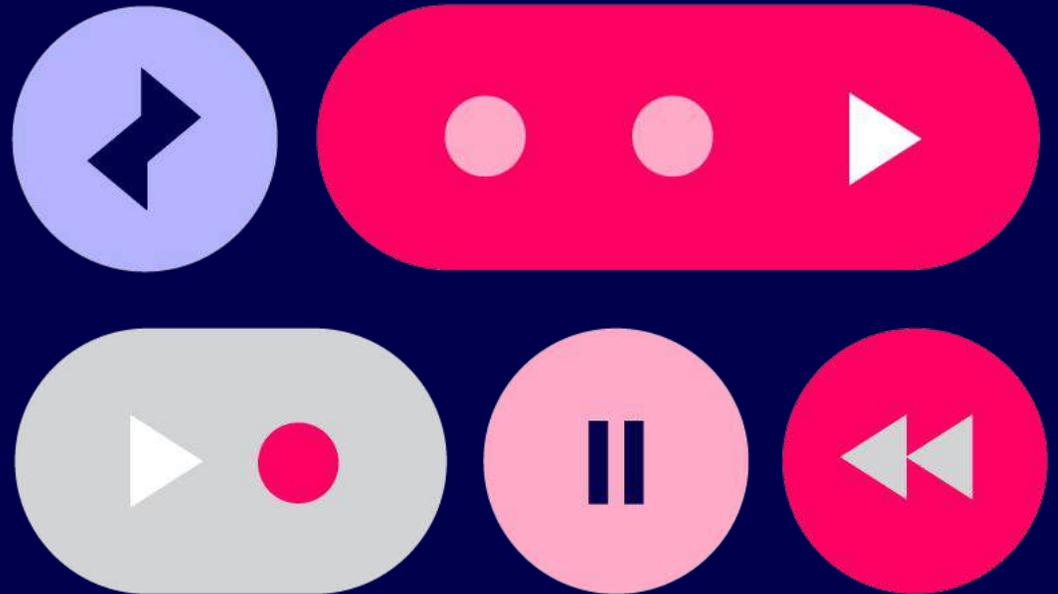
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)
Exercice clos le 31 mars 2024

Conformément à l'entente de prestation de services qu'il a conclue avec Téléfilm, le FMC s'est engagé à indemniser Téléfilm et ses administrateurs, dirigeants, employés, mandataires et autres représentants à l'égard des réclamations, demandes, poursuites, jugements, dommages, pertes, responsabilités, coûts et charges qui pourraient les viser ou qu'ils pourraient subir ou devoir engager à la suite d'une exécution adéquate par Téléfilm des services que prévoit l'entente. Il en est de même advenant le non-respect de l'entente par le FMC, un préjudice envers une personne ou un bien qui serait attribuable à tout acte de négligence, à toute omission ou à toute inconduite volontaires de la part du FMC ou à tout défaut de respecter les lois applicables quant aux services. Une indemnité réciproque a été fournie au FMC par Téléfilm, conformément à l'entente de prestation de services. L'assurance responsabilité civile générale du FMC couvre cette indemnité par sa clause sur la responsabilité contractuelle.

- (d) En 2021, le CRTC a publié la Décision 2020-356, dans laquelle il exige que Bell Canada verse au FMC au moins 80 % du montant de 17 925 \$. Ces modifications liées à la conformité seront comptabilisées dans les produits lorsque les montants auront été reçus. À ce jour, aucun montant n'a été reçu ni comptabilisé comme produits.

ANNEXES



NOTICE

Le Rapport annuel du Fonds des médias du Canada 2023-2024 est publié dans le but de partager les informations importantes du secteur avec nos parties prenantes. Le Rapport comprend des informations détaillées sur les résultats du financement du FMC pour l'exercice 2023-2024, soit du 1er avril 2023 au 31 mars 2024.

Il comprend également une analyse des audiences canadiennes pour l'année de diffusion 2022-2023 en télévision et l'exercice financier 2023-2024 pour les médias numériques. Les références aux prix, aux ventes et aux autres formes de reconnaissance concernent des productions qui ont obtenu ces succès en 2023 ou 2024 (sauf indication contraire), mais qui peuvent avoir été financées par le FMC avant 2023-2024.

Les statistiques présentées sont celles de la clôture de l'exercice du FMC et sont susceptibles de changer. Par conséquent, un petit nombre d'accords de financement qui n'étaient pas encore signés au moment de la publication de ce rapport ont été inclus dans l'ensemble de données. Les chiffres de ce document ont été arrondis. Les parts représentées dans les tableaux de données ont été arrondies à une décimale; ainsi, lorsqu'une part de zéro pour cent est indiquée, cela signifie qu'une activité inférieure à 0,1 % peut avoir été présente.



Photo : Manoucheka Lachérie

Le FMC s'engage à fournir des informations précises, transparentes et opportunes à ses intervenants. Si vous avez des questions sur les données contenues dans ce rapport, veuillez communiquer avec nous.

DÉFINITION D'UN PROJET ISSU D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ

Un projet issu d'une communauté reflétant la diversité est un projet dans lequel au moins 51 % des droits de propriété et de contrôle de la société requérante et des droits d'auteur du projet sont détenus par un-e membre (ou des membres) d'une communauté reflétant la diversité (définie ci-bas).

Aux fins de la présente définition, le terme « communauté reflétant la diversité » a été défini ainsi dans les principes directeurs 2023-2024 ainsi :

Autochtones du Canada

« Autochtones du Canada » est un terme générique utilisé par le FMC pour désigner les membres des Premières Nations, les Inuit et les Métis qui vivent sur le territoire aujourd'hui connu sous le nom de « Canada » et qui sont des descendants des premiers peuples du territoire avant la colonisation. Toutes les personnes autochtones sont encouragées à divulguer leur affiliation avec un ou plusieurs peuplements, nations, communautés, tribus, réserves ou familles pour assurer la souveraineté narrative de leur peuple de façon responsable.

- **Premières Nations** : Personnes ayant ou non le statut d'« Indien inscrit » qui sont des citoyen-nes, des membres reconnus ou ont des liens de sang directs avec une personne d'une bande autonome, d'une communauté vivant dans une réserve ou d'une tribu plus importante.
- **Inuit** : Personnes reconnues comme membres des Premiers Peuples des régions arctiques du Canada, y compris le Nunavut, le Nunavik, le Nunatsiavut et certaines parties des Territoires du Nord-Ouest, dont les parents se trouvent également au Groenland et en Alaska.
- **Métis** : Personnes qui sont culturellement distinctes des Premières Nations et des Inuits et qui ont une ascendance métis directe dans un peuplement, une communauté ou un groupe familial métis connu.

Communautés racisées

« Communautés racisées » renvoie aux communautés afrodescendantes ou noires et aux autres communautés non blanches. Le FMC convient que la racialisation est un construit social qui ne peut être déterminé uniquement par l'ascendance ou un test d'ADN, mais qu'il s'agit d'une reconnaissance collective que les membres de ces communautés sont perçus comme étant « non blancs » et se butent à des obstacles particuliers et font l'objet de préjugés et de discrimination au sein de la société canadienne.

À l'heure actuelle, le FMC reconnaît que les communautés canadiennes suivantes font partie des communautés racisées :

- **Communautés afrodescendantes ou noires** : Regroupent les personnes qui proviennent ou ont des ancêtres directs qui proviennent d'Afrique subsaharienne, y compris les personnes originaires des États-Unis, des Antilles et d'Amérique latine;
- **Autres communautés non blanches** : Regroupent les personnes faisant partie d'une communauté qui relève de l'une ou de plusieurs des catégories ethnoculturelles normalisées suivantes.
 - **Communauté latino-américaine** : Regroupe les personnes qui proviennent ou ont des ascendants directs qui proviennent du Mexique, d'Amérique

centrale et du Sud (y compris le Brésil) et des pays des Antilles de langue espagnole. Synonymes : latino, latina, latinx ou latine, etc.;

- **Communauté nord-africaine, moyenne-orientale ou ouest-asiatique** : Regroupe les personnes qui proviennent ou ont des ancêtres directs qui proviennent de l'Afrique du Nord, du Moyen-Orient ou de l'Asie de l'Ouest, y compris les pays arabophones, l'Iran et la Turquie, etc.;
- **Communauté asiatique du Sud** : Regroupe les personnes qui proviennent ou ont des ancêtres qui proviennent d'Afghanistan, du Pakistan, de l'Inde, du Népal, du Bangladesh, du Sri Lanka, du Bhoutan et des Maldives, etc.;



- **Communauté asiatique du Sud-Est :**
Regroupe les personnes qui proviennent ou ont des ancêtres directs qui proviennent du Brunéi, du Cambodge, du Timor-Leste, de l'Indonésie, du Laos, de la Malaisie, du Myanmar, des Philippines, de Singapour, de la Thaïlande, du Vietnam, de Palaos et de Micronésie, etc.;
- **Communauté asiatique de l'Est :**
Regroupe les personnes qui proviennent ou ont des ancêtres directs qui proviennent de la Chine, de la Corée du Sud, de la Corée du Nord, du Japon et de la Mongolie, etc.;
- **Autochtones non originaires du Canada :**
Autochtones provenant d'une région non mentionnée dans les autres catégories, comme l'Océanie, les îles du Pacifique, les États-Unis, l'Asie du Nord ou l'Europe du Nord;
- **Origine mixte :** Regroupe les personnes issues d'une combinaison des catégories ci-dessus, ou d'une combinaison entre l'une des catégories ci-dessus et la catégorie des personnes blanches ou d'ascendance européenne, qui se définit comme non blanche.

PERSONNES 2SLGBTQ+

Le FMC utilise l'acronyme 2SLGBTQ+ pour faire référence aux personnes qui s'identifient ouvertement comme bispirituelles, lesbiennes, gaies, bisexuelles, transgenres, non binaires ou *queer*, ou de toute autre orientation sexuelle et identité de genre outre l'hétérosexualité cisgenre. Ces personnes n'ont pas nécessairement un sentiment d'appartenance à la communauté 2SLGBTQ+, mais ont souvent en commun des expériences de discrimination et d'exclusion au sein de la société.

PERSONNE VIVANT AVEC UN HANDICAP

Une personne vivant avec un handicap est une personne qui vit actuellement avec une ou plusieurs déficiences physiques, intellectuelles, cognitives, mentales ou sensorielles, limitations fonctionnelles, ou un ou plusieurs troubles d'apprentissage ou de la communication, de nature permanente, temporaire ou épisodique, manifeste ou non, et dont la participation pleine et égale dans la société est limitée par des obstacles sociaux, politiques et environnementaux.

PERSONNE PROVENANT D'UNE RÉGION

Une personne provenant d'une région est, entre autres critères d'admissibilité, une personne établie dans toute partie du Canada située à plus de 150 km de Toronto, en empruntant la route la plus raisonnablement courte, pour ce qui est du marché de langue anglaise, ou dans toute partie du Canada située à plus de 150 km de Montréal, en empruntant la route la plus raisonnablement courte, pour ce qui est du marché de langue française.

COMMUNAUTÉ DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

Une communauté de langue officielle en situation minoritaire est un groupe de personnes dont la langue choisie est l'une des langues officielles du Canada, mais n'est pas la langue majoritairement parlée dans sa province ou son territoire — à savoir, les francophones vivant à l'extérieur du Québec et les anglophones vivant au Québec.



SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL

Les résultats de financement présentés dans le présent rapport annuel portent sur les activités menées au cours de l'exercice 2023-2024. Cependant, la mesure du succès auprès de l'auditoire rend compte de la dernière année complète de diffusion, en l'occurrence 2022-2023.

Les cotes d'écoute dont la présente section fait état sont tirées de Numeris, qui mesure principalement le contenu de longue durée diffusé sur des plateformes linéaires. L'écoute des services de vidéo sur demande (VSD) et de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), de diffusion en continu et de télévision par contournement, ainsi que d'émissions de longue durée offertes dans des réseaux multichânes Web natifs comme

YouTube, n'est pas prise en compte. Dans l'attente du déploiement de l'outil de mesure d'auditoire vidéo (VAM) de Numeris, qui permettra de mesurer la consommation de contenu sur toutes les applications d'un diffuseur et d'autres plateformes non linéaires, le FMC collecte des données avec l'aide d'autres fournisseurs de service, dont Tubular Labs et Parrot Analytics. Cette année, le FMC a utilisé ces sources de données pour obtenir une perspective globale du succès des projets.

Le rapport annuel de cette année fait état de l'écoute en VSD telle qu'elle est mesurée par Numeris, qui suit le contenu vidéo regardé au moyen de récepteurs numériques et dans les sites Web des télédiffuseurs¹. Numeris a

cessé de faire rapport de la mesure de la VSD en juillet 2023. Il manque donc un mois de données pour l'année de diffusion 2022-2023. Si la VSD représentait moins de 1 % de l'écoute cumulative totale en 2022-2023, elle représente néanmoins une portion des 30 % de la consommation qui ne sont pas mesurés².

SOURCE DES DONNÉES

Les données de l'année de diffusion 2022-2023 et les données historiques de 2018-2019 à 2021-2022 (ainsi que les données non publiées depuis 2005-2006) proviennent des systèmes de mesure de données de Numeris.

¹ Vidéo sur demande (VSD), <https://numeris.ca/glossaire/>

² <https://inspiration.nlogic.ca/fr/en/tendances-de-l-écoute-de-la-t%C3%A9l%C3%A9vision>

PARAMÈTRES

Les données d'auditoire utilisées pour les graphiques proviennent des données d'auditoires moyens par minute (en milliers) converties en heures totales de l'année de diffusion 2022-2023 (semaines 1 à 52, soit du 29 août 2022 au 27 août 2023) pour les téléspectateur-trices de deux ans et plus de l'ensemble du Canada. À des fins d'analyse, les données de chaque émission ont été utilisées pour calculer les seuils d'écoute par pays d'origine et par genre.

Ces données comprennent l'écoute en VSD telle qu'elle est mesurée par Numeris, qui suit le contenu vidéo regardé au moyen de récepteurs numériques et sur les sites Web des télédiffuseurs (l'écoute de la VSDA et des autres services de télévision par contournement n'est pas incluse actuellement). Ces données sont regroupées en totaux d'heures d'écoute et ne sont mesurées que sur une journée complète. La mesure de la VSD ajoute environ 0,9 % au total d'heures d'écoute des chaînes de langue anglaise et 0,7 % à celui des chaînes de langue française.

JOURNÉE COMPLÈTE

La journée complète correspond aux heures d'écoute du lundi au dimanche, de 2 h à 1 h 59.

HEURES DE GRANDE ÉCOUTE

Dans tous les aspects du présent rapport, les « heures de grande écoute » et les « heures de pointe » se fondent sur l'écoute d'émissions dont les heures de début et de fin se situent entre 19 h et 23 h.

DÉFINITION D'« ÉMISSION SOUTENUE PAR LE FMC »

L'écoute des émissions soutenues par le FMC a été établie en fonction de l'écoute des émissions des chaînes de langue française ou de langue anglaise. Les résultats tiennent compte de tous les projets passés et présents auxquels le FMC (auparavant le FCT) a apporté une aide financière. Il est important de noter que, au moment de la publication du présent rapport, Numeris n'identifiait pas les télédiffusions par numéro de cycle. Il est donc impossible de savoir quelles sont les diffusions précises des projets qui ont été financés. En raison de ces limites de l'ensemble des données de Numeris, pour les besoins de l'analyse, les projets financés par le FMC incluent tous les cycles ou années de ces projets, même si seulement certains cycles ou années des projets ont été financés.



UNIVERS DES DONNÉES

Langue anglaise

Pour tous les graphiques du présent rapport, les données d’auditoire de la télévision de langue anglaise reposent sur les données cumulatives des auditoires des télédiffuseurs suivants :

| | | | | | |
|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| A&E | Cooking Channel | Disney Junior | Investigation Discovery | OMNI 2 Ontario (CJMT) | TSN |
| ABC Spark | Cottage Life | Disney XD | Joytv BC (CHNU) | OMNI BC (CHNM) | TSN2 |
| Adult Swim | CP24 Ontario | Documentary | KAYU | OMNI Calgary (CJCO) | TVO |
| AMC | CPAC | Dtour | KCTS | Omni Edmonton (CJEO) | Vision |
| AMI-tv | Crave 1&4 | E! | KHQ | Own | W Network |
| Animal Planet | Crave 2 | Family Jr | Knowledge BC (CKNO) | Paramount Network | WCAX |
| APTN HD | Crave 3 | Family | KOMO | Peachtree TV | WCFE |
| APTN-E | Crime + Investigation | Fight Network | KREM | Showcase | WCVB |
| APTN-W | CTV Comedy | Food Network | KSPS | Slice | WDIV |
| BBC Earth | CTV Drama | Fox News US | KSTW | Sportsnet East | The Weather Network* |
| BNN Bloomberg | CTV Life | FX | KVOS | Sportsnet National | WETK |
| Cartoon Network | CTV News Channel | FXX | KXLY | Sportsnet Ont | WFFF |
| CBC News Network | CTV Sci-Fi | Game TV | Lifetime | Sportsnet Pac | WGRZ |
| CBC Total | CTV Total | GAME | Love Nature | Sportsnet West | WildBrainTV |
| CHCH | CTV2 Alberta | Global BC (CHAN/CHBC) | Magnolia | Sportsnet360 | WIVB |
| CHEK | CTV2 Barrie/Tor (CKVR) | Global Calgary (CICT/CISA) | MAKEFUL | SportsnetOne | WKBW |
| Citytv Calgary (CKAL) | CTV2 Ontario | Global Edmonton (CITV) | MovieTime | Starz1 | WNED |
| Citytv Edmonton (CKEM) | CTV2 Total | Global Ontario (CIII) | MTV | Starz2 | WNLO |
| Citytv Montreal (CJNT) | CTV2 Vancouver (CIVI) | Global Quebec (CKMI) | Much | T E | WNYO |
| Citytv Ontario (CITY) | DejaView TV | Global Total | Nat Geo Wild | Teletoon (langue anglaise) | WPTZ |
| Citytv Total | Discovery Science | H2 | National Geographic | TLC | WUTV |
| Citytv Vancouver (CKVU) | Discovery Velocity | HBO Canada | Nickelodeon | TLN | WVNY |
| CMT | Discovery | HGTV | OLN | Treehouse | YES TV Calgary (CKCS) |
| CNN | Disney | History | OMNI 1 Ontario (CFMT) | | YES TV Edmonton (CKES) |
| | | | | | YES TV Toronto (CITS) |
| | | | | | YTV |

* Le télédiffuseur n’a pas soumis de programmation précise à Numeris même s’il figure dans les analyses d’émissions dans le logiciel de nlogic/Nielsen.

Les télédiffuseurs de la liste ci-dessus ont soumis leurs grilles de programmation hebdomadaires à Numeris, qui a publié le nombre de téléspectateur-trices de ces télédiffuseurs par émission pour l’ensemble du pays pendant l’année de diffusion 2022-2023. L’écoute cumulative dans l’ensemble du pays des émissions des chaînes susmentionnées représente 94,5 % de l’écoute totale des émissions des chaînes de langue anglaise, d’après Numeris.

Langue française

Pour tous les graphiques du présent rapport, les données d'auditoire de la télévision de langue française reposent sur les données cumulatives des auditoires des télédiffuseurs suivants :

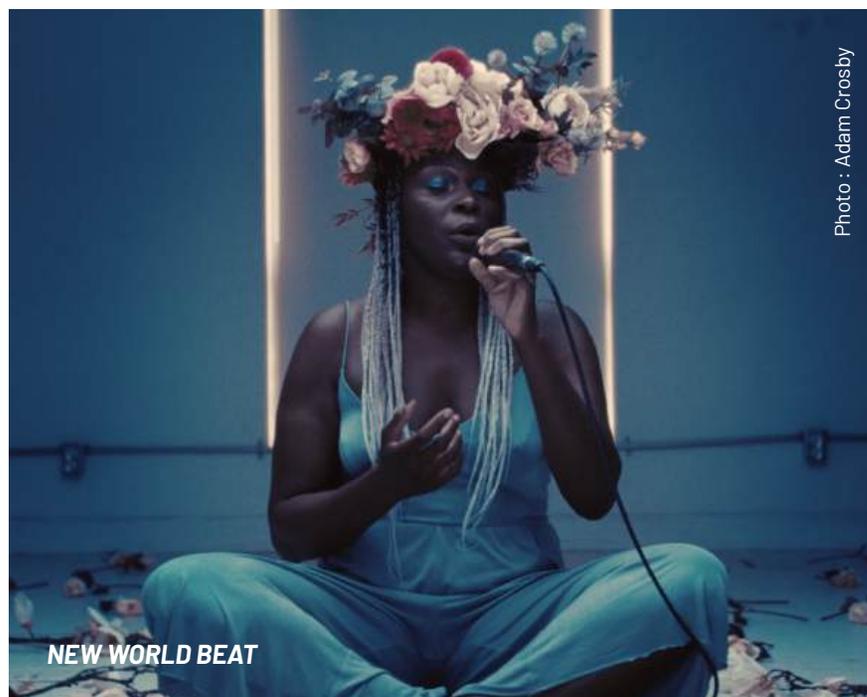
| | | |
|------------------|---------------|--------------------------------|
| ADDIK | MétéoMédia* | Télémagino |
| AMI-télé | MOI ET CIE | Télétoon (langue française) |
| ARTV | Noovo (total) | TFO |
| Canal D | Prise 2 | TéléQuébec (total) |
| Canal Vie | ICI RDI | TV5 |
| CASA | RDS Info | TVA Sports 2 |
| Cinépop | RDS | TVA Sports |
| Évasion | RDS2 | TVA (total) |
| ICI Explora | Séries Plus | Unis TV |
| Historia | SRC (total) | Vrak |
| Investigation | Super Écran 1 | Yoopa |
| La chaîne Disney | Super Écran 2 | Z |
| LCN | Super Écran 3 | Zeste |
| Max | Super Écran 4 | |

* Le télédiffuseur n'a pas soumis de programmation précise à Numeris même s'il figure dans les analyses d'émissions dans le logiciel de nlogic/Nielsen.

Les télédiffuseurs de la liste ci-dessus ont soumis leurs grilles de programmation hebdomadaires à Numeris, qui a publié le nombre de téléspectateur-trices de ces télédiffuseurs par émission pour l'ensemble du pays pendant l'année de diffusion 2022-2023. L'écoute cumulative dans l'ensemble du Canada des émissions des chaînes susmentionnées représente 98,1 % de l'écoute totale des émissions des chaînes de langue française, d'après Numeris.



DÉSOBÉIR : LE CHOIX DE CHANTALE DAIGLE



NEW WORLD BEAT

Photo : Adam Crosby

ÉLÉMENTS MANQUANTS

Si l'analyse de l'auditoire du marché de langue française du FMC repose sur un univers d'écoute des plateformes linéaires relativement complet (98,1 % comme indiqué ci-dessus), le marché anglophone est légèrement sous-estimé (94,5 % comme indiqué ci-dessus).

Les éléments manquants sont les suivants :

- l'écoute de chaînes et de réseaux canadiens non représentés par émissions dans les bases de données de Numeris, ce qui comprend quelques réseaux numériques;
- l'écoute de chaînes indépendantes canadiennes de petits marchés non saisis dans les bases de données de Numeris et l'écoute d'émissions hors réseau diffusées par des chaînes affiliées à un réseau généraliste (droits de priorité régionaux, émissions spéciales, etc.);
- l'écoute de chaînes spécialisées et américaines de petits marchés.

En outre, comme il est indiqué ci-dessus, l'écoute des services de VSDA, de diffusion en continu et de télévision par contournement ainsi que d'émissions de longue durée offertes dans des réseaux multichânes Web natifs comme YouTube n'est pas comprise. L'écoute de ces plateformes pourrait représenter jusqu'à 23 % de l'écoute globale sur le marché québécois de langue française et jusqu'à 40 % à Toronto, selon les estimations calculées à partir des données de test de l'outil de VAM de Numeris au printemps 2024.

PAYS D'ORIGINE ET GENRES D'ÉMISSIONS

Émissions soutenues par le FMC

- Dans tous les cas, le Canada a été considéré comme le pays d'origine (y compris pour les coproductions régies par un traité).
- Les genres sont les émissions pour enfants et jeunes, les documentaires, les dramatiques et les émissions de variétés et des arts de la scène, selon les critères d'admissibilité du FMC en vertu desquels l'émission a été financée.

Autres émissions

Le pays d'origine et le genre sont fondés sur les données fournies par Numeris au moyen de l'initiative de codage par pays d'origine et par genre d'émissions, laquelle est financée exclusivement par le FMC et administrée par MediaStats, avec la participation du CRTC, de Numeris et de nombreux télédiffuseurs. Il est à noter que le codage par genre d'émission utilisé dans les bases de données de Numeris est conforme aux définitions des genres d'émissions du CRTC et diffère légèrement des définitions des genres d'émissions du FMC. Pour les besoins du présent rapport, les catégories suivantes s'appliquent :

- Émissions pour enfants et jeunes* – cette catégorie regroupe les genres d'émissions suivants, selon la classification du CRTC
 - 5A Émissions éducatives formelles et pour enfants d'âge préscolaire
 - 7A Séries dramatiques en cours
 - 7B Séries comiques en cours

- 7C Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
- 7E Animation
- 7F Sketchs comiques et autres émissions de comédie
- 7G Autres dramatiques

* Pour des éclaircissements, voir la section « Définition des émissions pour enfants et jeunes » ci-dessous.

- Documentaires – cette catégorie regroupe les genres d'émissions suivants, selon la classification du CRTC
 - 2A Analyse et interprétation
 - 2B Documentaires de longue durée
- Dramatiques* – cette catégorie regroupe les genres d'émissions suivants, selon la classification du CRTC
 - 7A Séries dramatiques en cours
 - 7B Séries comiques en cours
 - 7C Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
 - 7E Animation
 - 7F Sketchs comiques et autres émissions de comédie
 - 7G Autres dramatiques

* Pour des éclaircissements, voir la section « Définition des émissions pour enfants et jeunes » ci-dessous.

- Variétés et arts de la scène – cette catégorie regroupe les genres d'émissions suivants, selon la classification du CRTC
 - 8A Musique et danse
 - 9 Variétés

Définition des émissions pour enfants et jeunes

À l'exception de la catégorie du CRTC « 5A, Émissions éducatives formelles et pour enfants d'âge préscolaire », les émissions pour enfants et jeunes ne sont nullement clairement définies, même si beaucoup d'émissions destinées aux enfants et aux jeunes et soucieuses d'atteindre ce public sont produites et diffusées au pays. Aux fins du présent rapport, toutes les émissions appartenant à l'une des catégories du CRTC suivantes sont classées comme des dramatiques ou des émissions pour enfants et jeunes en fonction de la composition démographique réelle moyenne des émissions entrant dans ces catégories d'émissions.

- 7A Séries dramatiques en cours
- 7B Séries comiques en cours
- 7C Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
- 7E Animation
- 7F Sketchs comiques et autres émissions de comédie
- 7G Autres dramatiques

Si plus de 50 % de l'auditoire moyen (moyenne établie pour l'ensemble des télédiffusions) d'une émission classée dans l'une ou l'autre des catégories du CRTC ci-dessus est âgé de 2 à 17 ans, l'émission est classée comme une émission pour enfants et jeunes. Si plus de 50 % de l'auditoire moyen d'une émission est âgé de 18 ans ou plus, l'émission entre dans la catégorie des dramatiques.

Tous les autres genres d'émissions du CRTC sont classés dans la rubrique « Autres émissions ».

SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES

Les données présentées dans la section du rapport sur l'auditoire portant sur les médias numériques couvrent l'exercice financier allant 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024.

Le FMC a pour objectif de comprendre le rendement général des propriétés intellectuelles (PI) qu'il soutient et d'en dégager des tendances. Dans ce cas, le terme « PI » fait référence à tout contenu en ligne lié à un titre financé par le FMC dans le cadre du Volet expérimental. Le FMC recueillera donc bientôt des données en ligne pour toutes les versions d'un projet par plateforme. Il s'agira plus précisément de données sur les comportements, les ventes, la consommation de médias et les réseaux sociaux. À l'heure actuelle, la technologie ne permet pas d'automatiser l'ensemble du processus, même s'il s'agit de l'objectif à terme. Le FMC a l'intention de lancer un système de suivi dans lequel les éléments automatisés seraient validés par VG Insights. Par la suite, les données et les questions qualitatives pour les éléments ne pouvant être entièrement automatisés ou n'étant pas accessibles par VG Insights seraient téléchargées.

DONNÉES D'UTILISATION DU CONTENU NUMÉRIQUE SUR DES PLATEFORMES AUTRES QUE LA TÉLÉVISION

À la création du FMC en 2010, il était obligatoire de faire rapport périodiquement des données sur la portée de l'auditoire et la consommation de tous les projets de médias numériques à contenu riche et élaboré financés au titre des programmes de production des Volets convergent et expérimental.

Depuis le 1^{er} avril 2019, les projets du Volet convergent sont considérés comme des projets à valeur ajoutée. Par conséquent, ils sortent du cadre du présent rapport. Seuls les projets en production du Volet expérimental doivent répondre aux exigences du FMC en matière d'encodage. Les projets numériques riches et élaborés du Volet convergent financés avant le 1^{er} avril 2019 doivent, quant à eux, continuer de faire l'objet de rapports selon l'obligation prévue, même si cette mesure sera progressivement abandonnée au cours des prochaines années, au fur et à mesure que les projets atteindront la fin de leur cycle de vie.

ENCODAGE PASSIF PAR ADOBE ANALYTICS

Toutes les données présentées dans le rapport annuel ont été recueillies du 1^{er} avril 2023 au 31 mars 2024 à l'aide de la solution d'encodage d'Adobe Analytics. Dans le présent rapport, seules les mesures de l'activité des projets de médias numériques à contenu riche et élaboré qui ont reçu de l'aide à la production du FMC sont présentées.

DIFFICULTÉS RELATIVES À L'EXACTITUDE DE LA MESURE DES DONNÉES

Dans la plupart des cas, les projets du Volet convergent sont destinés à des auditoires qui utilisent des plateformes en ligne (plutôt que des applications mobiles). La majorité des projets de ce volet sont soutenus et classés comme des expériences de contenu interactif riche, et ceux-ci ont été correctement encodés à l'échelle du site, ce qui permet de recueillir toutes les données nécessaires pour soutenir ce type de contenu.

En raison des limites liées au type de plateforme et à d'autres difficultés techniques, les données relatives aux projets du Volet expérimental (qui sont majoritairement des jeux et des vidéos) sont principalement recueillies par d'autres outils analytiques de tiers, comme Steam, des plateformes de console et YouTube. Il demeure difficile d'évaluer l'utilité de chacun de ces outils de mesure et l'exactitude des données agrégées provenant d'une variété de sources. S'il est impossible d'encoder un projet avec Adobe Analytics, le FMC continue d'accepter d'autres sources viables de données pour les projets expérimentaux.

En raison de la méthode d'implantation des nouveaux codes d'Adobe Analytics, le total de visites et le total de visiteur-euses uniques, pour chaque langue et chaque type de contenu, sont les seuls paramètres compris dans les données pour les deux volets de financement.

En ce qui a trait aux projets des deux volets de financement pour lesquels il n'est pas possible d'implanter les codes d'Adobe, le FMC recueille ces données grâce à un outil d'auto-déclaration en ligne du succès auprès de l'auditoire. Celui-ci permet de faire la distinction entre les types d'outils utilisés, les types de paramètres de mesure de chacun et la façon dont le FMC est le plus apte à effectuer ses mesures.

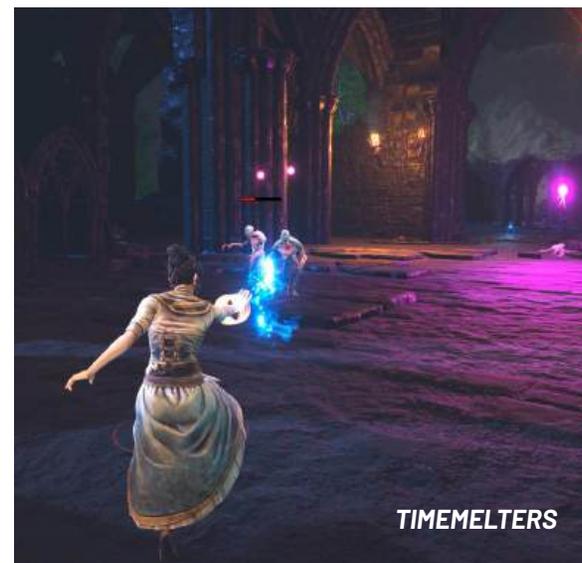


Photo : Serge Gauvin

DÉFINITION DES PARAMÈTRES DE MESURE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES FINANCÉS PAR LE FMC

Session/visite

Nombre de sessions pendant une période donnée. Une visite est une séquence de vues de pages consécutives sans pause de plus de 30 minutes ou une activité continue pendant 12 heures.

Visiteur-euse unique

Internaute qui visite un site pour la première fois pendant une période donnée.

DÉFINITION DES MODES DE TRANSMISSION ET DES TYPES DE CONTENU DES MÉDIAS NUMÉRIQUES FINANCÉS PAR LE FMC

Modes de transmission

Application

Application mobile (qui inclut à la fois le contenu et le code pour le consommer) ou logiciel (c'est-à-dire un produit purement technologique sans contenu inclus) devant être installé pour transmettre le contenu ou pour accomplir une tâche.

Contenu téléchargeable

Paquet de données déterminé qui peut être consommé plus tard sans connexion Internet. Nécessite l'installation d'une application qui peut être ou non partie intégrante du projet.

Support physique

Toute méthode de stockage tangible. Requiert le passage par un processus de fabrication manufacturée et, habituellement, un lecteur particulier.

Diffusion en continu

Paquet de données déterminé qui doit être consommé à mesure qu'il est reçu. Nécessite une connexion Internet et l'installation d'une application qui peut être ou non partie intégrante du projet.

Site Web

Contenu transmis via une connexion Internet par un navigateur, sans tenir compte de l'appareil utilisé pour la transmission.

Type de contenu

Livre numérique

Présentation numérique d'un livre physique ou création originale. Le projet nécessite des éléments audiovisuels et interactifs riches et élaborés pour être admissible au financement du FMC.

Jeu

Contenu multimédia qui nécessite une haute forme d'interaction de la part de l'utilisateur·trice pour arriver au terme de l'expérience. Se distingue des autres médias interactifs riches par l'inclusion d'une combinaison de règles, d'une progression, de récompenses ou d'autres « fonctionnalités ludiques ».

Contenu interactif riche (inclusif)

Contenu multimédia qui combine narration et technologies visuelles, où la participation et l'interactivité de l'utilisateur·trice sont satisfaites au moyen d'une expérience entièrement immersive. Les expériences inclusives commencent habituellement en suivant un parcours linéaire simple et permettent de franchir des niveaux pour avancer vers une destination ou un but prédéterminé.

Contenu interactif riche (non inclusif)

Contenu multimédia qui combine des technologies visuelles, mais qui n'est pas structuré de façon à raconter une histoire complète. Les expériences non inclusives nécessitent une participation et une interactivité qui ne sont pas linéaires. L'expérience peut également être segmentée en plusieurs types de contenus indépendants (admissibles au financement du FMC).

Média social

Création et échange en temps réel de contenu généré par les utilisateur·trices sur une plateforme dédiée qui sous-tend des interactions sociales entre « plusieurs personnes et plusieurs autres personnes ».

Logiciel (*Volet expérimental seulement*)

Logiciel d'application innovateur et interactif lié au secteur culturel canadien.

Vidéo

Images animées accompagnées ou non de son aux possibilités d'interaction avec l'utilisateur·trice limitées.

Websérie

« Websérie » désigne deux ou plusieurs épisodes de contenu vidéo liés (linéaires ou interactifs) qui proviennent du Web. Pour les besoins du Programme pour les séries numériques linéaires, une « série » est définie comme une émission présentant du contenu vidéo linéaire qui compte au moins trois épisodes (d'au moins deux minutes par épisode).

