

# REPENSÉ. RÉINVENTÉ.

RAPPORT ANNUEL DU FMC 2024–2025

EN VEDETTE

*Été*

*Life with Kiki*

*Empathie*

*La brigade*

*Potluck Ladies*

*Flat Out Food*

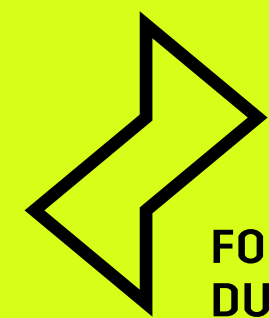
*Cousu*

*Abroad*

*Oto's Planet*



Photo: LaurenceGB



FONDS DES MÉDIAS  
DU CANADA

*Empathie*

INVESTIR DANS NOS HISTOIRES,  
C'EST PAYANT.

PLUS DE

600\$

INVESTIS DANS DES RÉCITS DE CHEZ NOUS DEPUIS LA CRÉATION DU FMC.

**ANNÉE APRÈS ANNÉE,  
CHAQUE DOLLAR QUE  
L'ON ALLOUE RAPPORTE  
ENCORE PLUS.**

EN MOYENNE, CHAQUE DOLLAR INVESTI GÉNÈRE

**4X**

SA VALEUR.



**NOUS PROPULSONS  
L'EMPLOI DANS L'INDUSTRIE  
AUDIOVISUELLE – ET AU-DELÀ.**

**PLUS DE**

**270000**

**PERSONNES FONT PROSPÉRER NOTRE INDUSTRIE DE L'ÉCRAN.**

**NOUS SOUTENONS LES TALENTS,  
ENTREPRISES ET RÉCITS QUI  
FONT DU CANADA UN ACTEUR  
MAJEUR DU DIVERTISSEMENT  
À L'ÉCHELLE MONDIALE.**



PLUS DE

**300\$**

**EN INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS DEPUIS 2010.**

**NOUS NE FINANÇONS PAS  
SIMPLEMENT DU CONTENU.  
NOUS FAISONS RAYONNER  
NOS HISTOIRES.**

PLUS DE

**190000**

**PROJETS FINANÇÉS AUX QUATRE COINS DU PAYS DEPUIS 15 ANS.**

# TABLE DES MATIÈRES

## 1



Essex County

### À PROPOS DU FMC

Bailleurs de fonds	9
Ce que nous faisons	10
Notre façon de faire	11
Modèle de financement	12
Message du président du conseil d'administration	13
Message de la présidente et chef de la direction	15
Retombées économiques	17
Conseil d'administration	24
Membres du conseil d'administration	28
Équipe de direction	29
Consultations	30
Mesures stratégiques et recherche	34
Partenariats avec l'industrie	38
Promotion	41
Équité et inclusion	45

## 2



On joue! avec Biscuit et Cassonade

### RÉSULTATS DE FINANCEMENT

Survol du financement par programme	53
Médias numériques interactifs : Idéation	57
Médias numériques interactifs : Création	59
Contenu linéaire : Idéation	65
Contenu linéaire : Création	68
Soutien au contenu autochtone	77
Soutien au contenu de communautés afro-descendantes et racisées	81
Soutien au contenu régional	85
Soutien au contenu de communautés de langues officielles en situation minoritaire	89
Soutien au contenu de la diversité linguistique	94
Coproductions internationales en vertu d'accords officiels	97
Soutien aux entreprises	101

## 3



Drag Heals

### SOUTIEN À L'INDUSTRIE

Développement de l'industrie	104
Fonds pour la diversité des voix	108
Soutien à l'impact des entreprises autochtones	109

## 4

### ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

110

## 5

### AUDITOIRES

Télévision	115
Médias numériques interactifs	126

## 6

### APERÇU FINANCIER

Rapport de gestion	129
Responsabilité de la direction à l'égard de la présentation de l'information financière	132
États financiers du Fonds des médias du Canada	134

## 7

### ANNEXES

Notes	153
Sources des données sur l'auditoire télévisuel	157
Méthodologie d'évaluation des retombées économiques des productions financées par le FMC	165

# 1

# À PROPOS DU FMC

## DANS CETTE SECTION

- Bailleurs de fonds
- Ce que nous faisons
- Notre façon de faire
- Modèle de financement
- Message du président du conseil d'administration
- Message de la présidente et chef de la direction
- Retombées économiques
- Conseil d'administration
- Membres du conseil d'administration
- Équipe de direction
- Consultations
- Mesures stratégiques et recherche
- Partenariats avec l'industrie
- Promotion
- Équité et inclusion



# BAILLEURS DE FONDS

Au cours de l'exercice 2024-2025, le Fonds des médias du Canada (FMC) a reçu des contributions du gouvernement du Canada et, conformément aux règlements applicables du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), des distributeurs canadiens de services de télévision par câble, satellite et IP.

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

# CE QUE NOUS FAISONS



Être ado

Le FMC favorise, développe, finance et promeut la production d'applications et de contenus canadiens pour toutes les plateformes audiovisuelles.

Nous orientons 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.

# NOTRE FAÇON DE FAIRE

Le FMC aide les forces créatives d'ici à s'épanouir dans un environnement de changements. Nous soutenons l'innovation, ainsi que la diversité canadienne, les différentes perspectives qui s'y expriment et l'indépendance d'esprit. Nous ouvrons des portes par l'établissement de partenariats avec le secteur privé.



*Bien joué!*

# MODÈLE DE FINANCEMENT



Nous offrons du soutien financier à l'industrie audiovisuelle et des médias numériques interactifs (MNI) du Canada.

En 2024-2025, abandonnant le modèle fondé sur les volets Convergent et Expérimental, nous avons réorganisé nos programmes autour de trois piliers : Idéation, Création et Industrie. Cette nouvelle architecture sans égard aux plateformes permet au FMC de soutenir des contenus pour tous les auditoires, à toutes les étapes du cycle de vie d'un projet.

- ▶ Le pilier Idéation comprend les programmes d'aide au pré-développement et au développement.
- ▶ Le pilier Création regroupe les programmes qui offrent du financement à des projets prêts à passer en production.
- ▶ Le pilier Industrie rassemble des programmes dédiés aux initiatives qui renforcent l'infrastructure et l'efficacité de l'écosystème audiovisuel canadien.

# MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



**MICHAEL SCHMALZ**  
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

# « ENSEMBLE, NOUS JETONS LES BASES D'UNE INDUSTRIE PLUS FORTE ET PLUS DURABLE, QUI REFLÈTE TOUTE LA RICHESSE DES VOIX, DES COMMUNAUTÉS, DES RÉGIONS ET DU POTENTIEL CRÉATIF DU PAYS. »

L'année écoulée a marqué un chapitre important dans la poursuite de la croissance des industries canadiennes des écrans, chapitre au cours duquel le Fonds des médias du Canada (FMC) a continué de jouer un rôle important en soutenant la résilience, l'innovation et l'inclusion au sein d'un paysage médiatique tourné vers l'avenir.

En juin 2024, nous avons salué la décision historique du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) exigeant que les services de diffusion en continu versent jusqu'à 5 % de leurs revenus canadiens à des fonds qui financent la création de contenu autochtone et canadien, y compris le FMC. Il s'agissait de la première grande décision rendue dans le cadre des travaux du CRTC visant à mettre en œuvre la *Loi sur la diffusion continue en ligne*. Toutefois, l'application de cette décision – et l'afflux de nouveaux fonds – demeure incertaine, car elle fait l'objet de contestations judiciaires.

Au moment où la modernisation de la réglementation progresse grâce à diverses autres consultations du CRTC qui seront lancées en 2025-2026, le FMC s'engage à veiller à ce que ces changements historiques donnent lieu à une transformation durable et positive pour nos forces créatives, télédiffuseurs, distributeurs, auditoires et l'ensemble de l'écosystème audiovisuel.

Dans le cadre de cet engagement, nous visons notamment à approfondir notre compréhension des besoins en constante évolution du secteur. En décembre, nous avons publié la deuxième édition de notre *Rapport démographique*, qui dresse un portrait détaillé des requérants du FMC. Et, en janvier, nous avons publié notre tout premier *Rapport sur les genres*, qui met en lumière les grandes difficultés auxquelles se butent les sociétés de production qui travaillent dans le domaine des documentaires et des émissions pour enfants et jeunes, deux piliers essentiels de la narration canadienne.

Je peux vous dire que ma première année à la présidence du conseil a été mouvementée : semée d'embûches et passionnante, mais aussi très enrichissante, grâce à un réseau de soutien incroyable.

Au nom du conseil d'administration, je tiens à remercier sincèrement l'honorable Steven Guilbeault pour son soutien indéfectible envers le FMC, au moment où il reprend ses fonctions de ministre du Patrimoine canadien, mais avec un nouveau titre : ministre de l'Identité et de la Culture canadiennes. Je tiens également à remercier l'honorable Pascale St-Onge, prédécesseure de M. Guilbeault, pour son dévouement envers le secteur audiovisuel pendant près de deux ans.

Nous exprimons également notre gratitude à nos bailleurs de fonds privés – les distributeurs de services de télévision par câble, par satellite et par IP – dont les contributions permettent au contenu canadien d'atteindre un nombre accru d'écrans et de publics dans le monde entier.

Enfin, le conseil d'administration salue le travail remarquable de la direction et du personnel du FMC, ainsi que de l'administrateur de ses programmes, Téléfilm Canada, pour l'excellence de leurs services.

Ensemble, nous jetons les bases d'une industrie plus forte et plus durable, qui reflète toute la richesse des voix, des communautés, des régions et du potentiel créatif du pays.



**MICHAEL SCHMALZ**  
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

# MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION



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

De la perturbation à la détermination : cette année a été marquée par la transformation.

En 2024-2025, le Fonds des médias du Canada (FMC) a investi plus de 368 M\$ dans le secteur canadien des écrans, soutenant 1 330<sup>1</sup> projets dans une diversité de langues et de communautés à l'échelle nationale. Et malgré les nombreux bouleversements qui ont touché tous les aspects de l'industrie audiovisuelle canadienne, nos investissements ont généré 1,8 G\$ en activités de production dans tout le pays.

Je sais que les chiffres peuvent sembler abstraits, mais ils se traduisent par de réelles retombées sur la société, les entreprises et les individus d'ici. Nous devons continuer de soutenir ces retombées concrètes.

C'est dans cet esprit que nous avons remanié notre modèle de financement autour de trois piliers : Idéation, Création et Industrie. Cette structure sans égard à la plateforme soutient des contenus pour tous les publics, à toutes les étapes du cycle de vie d'un projet. Nous avons repensé le système des enveloppes afin de simplifier l'accès au financement. Le soutien aux émissions pour enfants et jeunes a été renforcé, et nos investissements dans le secteur des médias numériques interactifs ont atteint de nouveaux sommets grâce à l'ajout de nouvelles ressources et au lancement du Programme d'itération. Pour faciliter le déclenchement de financement, nous avons également mis en place le Programme pour les distributeurs, qui a connu un succès immédiat.

La croissance et l'inclusion demeurent au cœur de notre travail. Nous remercions le gouvernement fédéral pour son financement

<sup>1</sup> Trois projets approuvés en 2022-2023 et 2023-2024 ont reçu un financement supplémentaire par l'intermédiaire du Programme des enveloppes des télédiffuseurs – Développement en 2024-2025. Ce financement est reflété dans les Résultats de financement.

supplémentaire de 40 M\$ annoncé dans le budget 2024, lequel a contribué à préserver les progrès que nous avons réalisés. Après un pilote réussi, le Programme destiné aux communautés afro-descendantes et racisées est désormais un programme régulier. Nous avons lancé notre stratégie 2024-2027 en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA) à la suite de consultations nationales. Nous avons également administré le premier versement du Fonds pour la diversité des voix du gouvernement fédéral, qui soutient les talents créatifs issus des communautés autochtones, afro-descendantes, racisées, en situation de handicap, ethnoreligieuses et 2SLGBTQ+. Par ailleurs, la troisième saison de *Moteur, action, inclusion* nous a encore permis de mieux faire entendre la diversité des voix au sein de l'écosystème de la production, cette fois, celles des personnes qui travaillent dans le milieu de la production pour enfants et jeunes.

Enfin, j'ai vécu un moment d'une grande importance sur le plan personnel : en juin 2024, à l'occasion de l'Indigenous Screen Summit du Festival international des médias de Banff, j'ai pris la parole aux côtés de Kerry Swanson, présidente et chef de la direction du Bureau de l'écran autochtone (BEA), pour annoncer officiellement que le BEA prendrait en charge l'administration de notre Programme autochtone. Fruit de plusieurs années de travail, ce passage de flambeau représente une avancée marquante pour la souveraineté narrative autochtone au Canada.

Le succès de toutes ces actions me confirme que nous sommes sur la bonne voie.

Au cours de mes déplacements dans tout le pays l'année dernière, j'ai trouvé l'inspiration à chaque escale : le Festival du film de

Yorkton, Prime Time à Ottawa, le Banff World Media Festival, Hot Docs à Toronto, EAVE Access BIPOC Producers à Vancouver, l'International Women's Film Festival à Saint-Jean, le Festival international du film de Whistler, All Access 365 à Winnipeg, le congrès de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) à Saint-Hyacinthe, et bien d'autres.

Ce que j'ai retenu de mes rencontres avec les forces créatives de partout et de toutes les expériences, c'est que le Canada est à un tournant. Nous devons laisser le statu quo derrière. Il est temps d'imaginer un nouveau modèle stimulant qui valorise la création et correspond à notre identité en constante évolution. Les difficultés sont réelles, mais notre capacité à prendre audacieusement les choses en main l'est tout autant. Nos histoires ne sont pas seulement le reflet de notre pays; elles le façonnent. C'est un moment opportun pour faire preuve de courage, promouvoir la culture et mettre en valeur le Canada.

Je remercie chaleureusement le conseil d'administration du FMC pour sa vision et ses conseils, ainsi que toutes les équipes dévouées du FMC et de Téléfilm Canada, l'administrateur de ses programmes, pour leur travail acharné. Je remercie également nos partenaires et nos bailleurs et fonds pour leur confiance. C'est avec fierté que nous soutenons les talents narratifs de chez nous, ici comme à l'étranger.



**VALERIE CREIGHTON**

C.M., S.O.M.

PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Les notes méthodologiques portant sur le calcul de l'impact économique du financement du FMC se trouvent en annexe.



Gangnam Project

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Région de l'Atlantique

54 | 1362

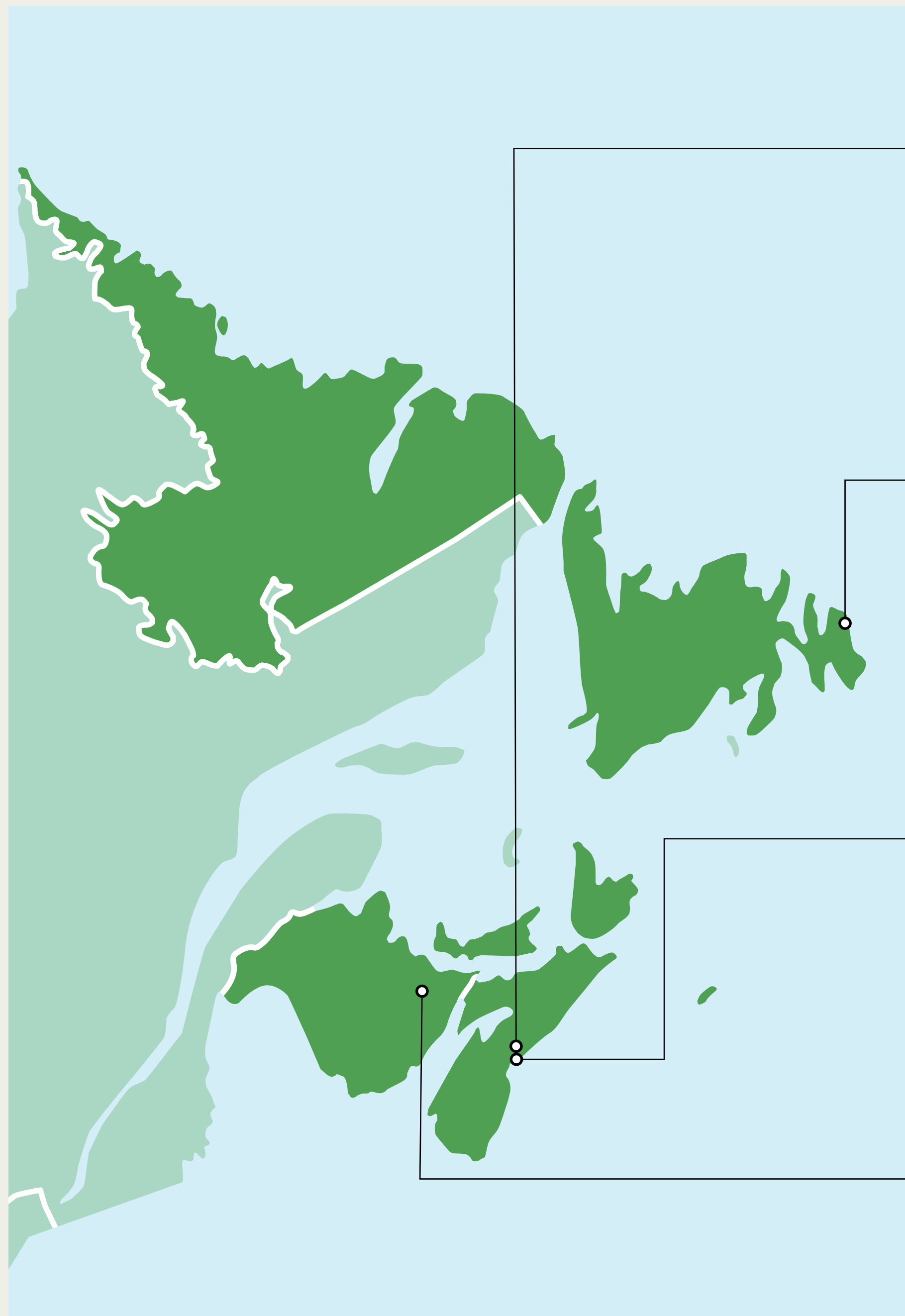
PROJETS FINANCÉS | EMPLOIS ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN

24,6 M\$ | 2,3 M\$

FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU LINÉAIRE | FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU DE MNI

145,2 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



## SULLIVAN'S CROSSING | HALIFAX, NOUVELLE-ÉCOSSE

Génie de la télé réconfort, Roma Roth a déjà dit que la Nouvelle-Écosse était « l'endroit idéal pour tourner [Sullivan's Crossing], parce que la province est une terre de communauté ». Ce drame romantique, dont le succès ne se dément pas, est tourné à Halifax et dans ses environs. Il attire des auditoires (et leur boîte de mouchoirs) de tout le pays et de partout dans le monde.



## SAINT-PIERRE | SAINT-JEAN, TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR

Un policier terre-neuvien en exil, une flic parisienne et le pittoresque Saint-Pierre-et-Miquelon, un minuscule archipel français au large de la côte de Terre-Neuve. Voilà la recette pour obtenir la nouvelle émission de CBC la plus regardée de l'année. *Saint-Pierre*, une captivante série de Hawco Productions, établie à Saint-Jean, a été renouvelée pour une deuxième saison.



## THIS HOUR HAS 22 MINUTES | HALIFAX, NOUVELLE-ÉCOSSE

Reconnue pour sa distribution d'humoristes de renom et pour sa capacité à faire autant les manchettes qu'à les tourner en dérision, *This Hour Has 22 Minutes* est la doyenne canadienne de la satire télévisée. Tournée devant public à Halifax depuis 32 saisons, l'émission décortique sans pitié la politique, la culture populaire et les absurdités du quotidien.



## IMAGINONS UNE ÉCOLE POUR TOUS | MONCTON, NOUVEAU-BRUNSWICK

De la maternelle à l'université, l'éducation vient avec son lot de défis supplémentaires pour les personnes en situation de handicap – mais ce n'est pas une fatalité. Dans la série documentaire *Imaginons une école pour tous*, Productions du Milieu, de Moncton, visite 20 écoles du Nouveau-Brunswick et du Québec pour mettre en lumière des pratiques novatrices d'intégration.

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Québec

506 | 7 315

PROJETS FINANCÉS

EMPLOIS ÉQUIVALENTS  
TEMPS PLEIN

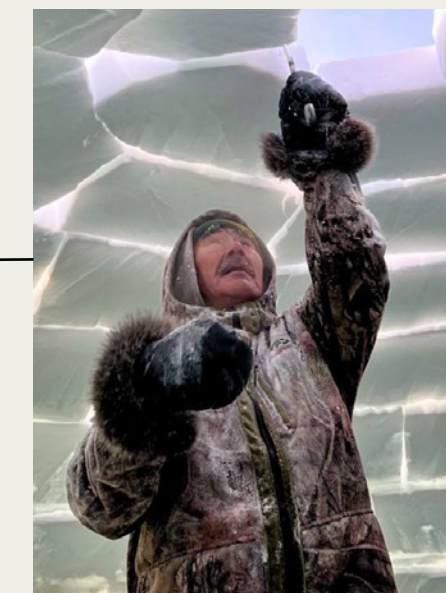
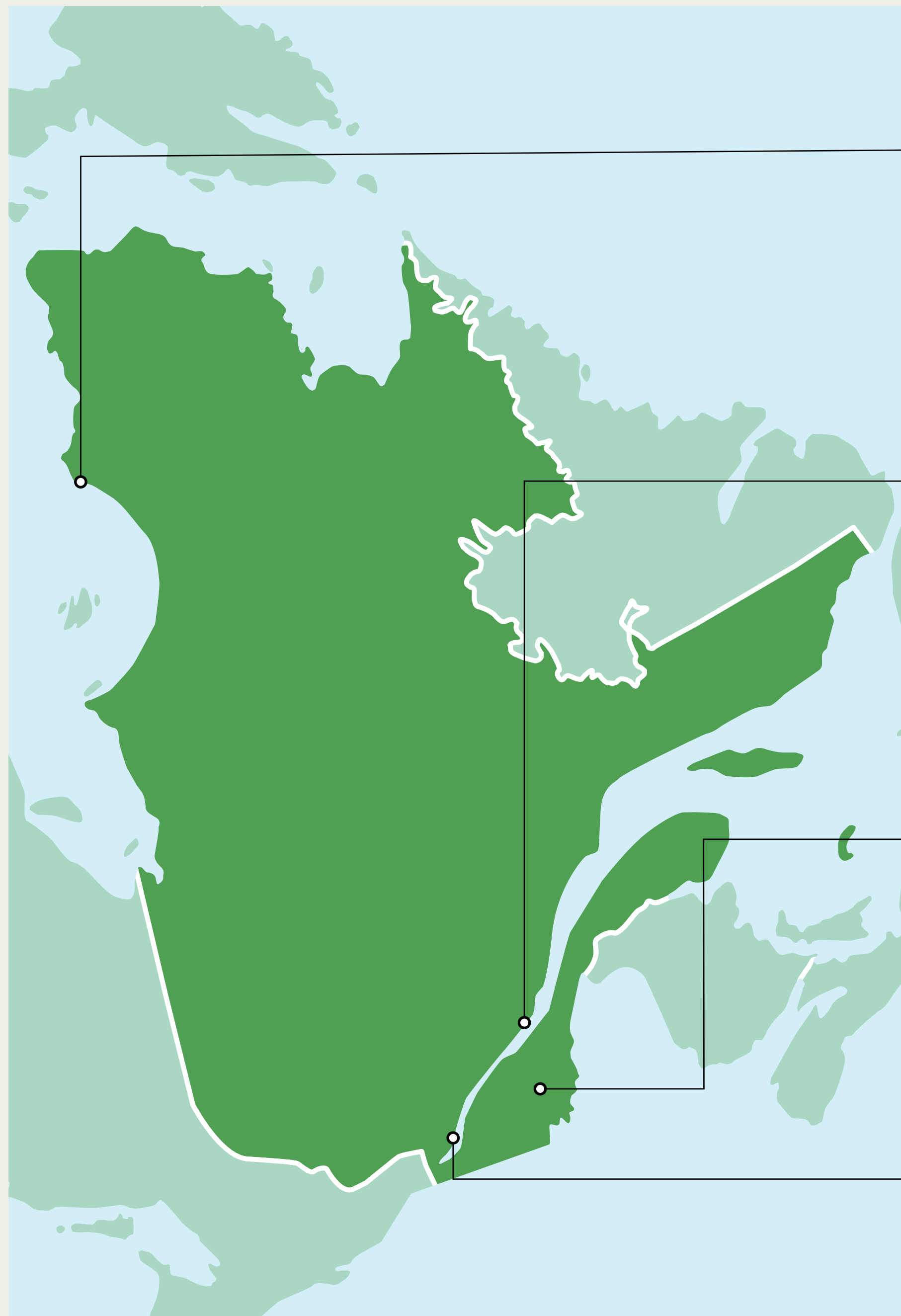
103,3 M\$ | 22,3 M\$

FINANCEMENT VERSÉ  
AU CONTENU LINÉAIRE

FINANCEMENT VERSÉ  
AU CONTENU DE MNI

747,0 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



## NUNAMI : LÀ OÙ LE VENT CHANTE | INUKJUAK

Nous avons tous déjà vu des concerts filmés sur les toits des villes, dans des fermes, dans des églises et dans d'autres lieux uniques. Vous pouvez désormais ajouter les igloos à cette liste grâce à la musicienne inuite Elisapie, aux Films Sanajik et à PVP MEDIA. Dans *Nunami : là où le vent chante*, Elisapie et une pléthore d'artistes invités livrent une puissante performance filmée dans sa ville natale d'Inukjuak.



## HÉROS DU MONT DRAGON | QUÉBEC

Incarnez des combattants qui se transforment en dragon, qui sont dotés de pouvoirs spéciaux et qui pratiquent des styles de combat uniques dans le jeu vidéo à venir *Héros du mont Dragon*. Ce nouveau titre prometteur, attendu pour 2025, est un jeu de combat à progression et à défilement latéral bourré d'action, créé par Studio RuniQ, de Québec.



## VITE PAS VITE | SAINT-CAMILLE

Dans *Vite pas vite*, Fred et JS, deux vulgarisateurs scientifiques patentés, accompagnent des jeunes du primaire dans des expériences insolites qui brouillent la notion du temps.



## L'APPEL | MONTRÉAL

Montréal, 1997 : la guerre des motards atteint son paroxysme lorsque deux gardiens de prison sont assassinés. Le chef des Hell's Angels, Maurice « Mom » Boucher, est arrêté et condamné. Tournée à Montréal et dans les environs, la minisérie *L'Appel*, d'Aetios Productions, retrace cette période importante de l'histoire judiciaire québécoise.

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Ontario

379 | 6 591

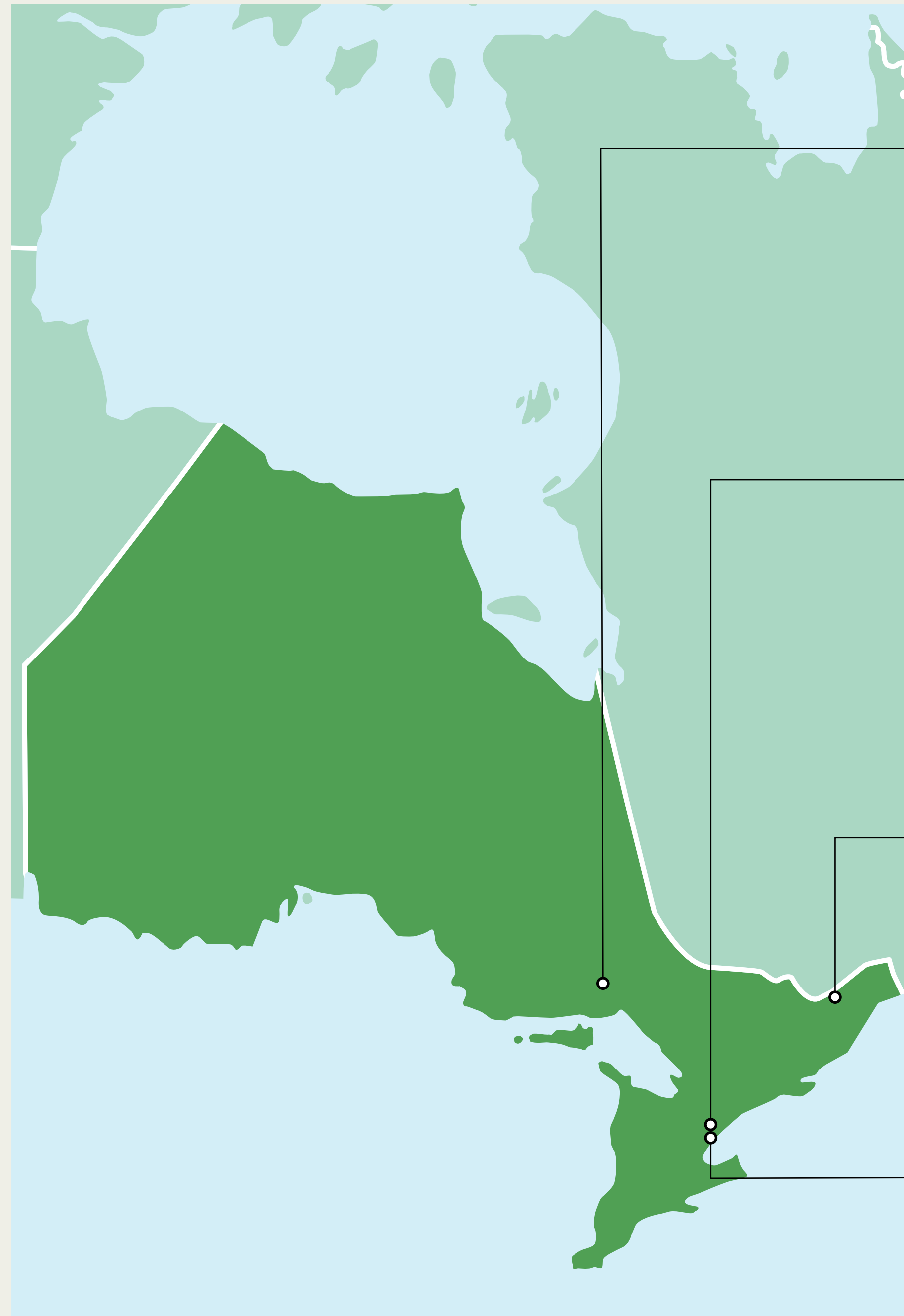
PROJETS FINANCÉS | EMPLOIS ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN

119,8 M\$ | 10,6 M\$

FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU LINÉAIRE | FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU DE MNI

697,3 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



## SHORESRY | SUDBURY

*Shoresy* est une lettre d’amour hilarante au hockey qui met en vedette le personnage secondaire au langage coloré tant aimé de Letterkenny. Se déroulant à Sudbury, cette série dérivée produite par New Metric Media et Play Fun Games Pictures suit le personnage principal au moment où il se joint à une équipe de hockey en difficulté pour tenter de la relancer.



## LAW & ORDER TORONTO: CRIMINAL INTENT | TORONTO

L’emblématique série policière américaine traverse de notre côté de la frontière. *Law & Order Toronto: Criminal Intent* présente des enquêtes captivantes assorties d’une touche typiquement canadienne. Produite par Lark Productions et Cameron Pictures, la série suit une équipe de détectives d’élite au flair aiguisé et au travail policier méticuleux qui se penche sur des meurtres, des affaires de corruption et des conspirations criminelles de grande envergure.



## POW WOW CHOW | OTTAWA

Coproduite par InterINDigital Entertainment et Sand Bay Entertainment, et servie avec un accompagnement de chaleur, d’humour et de cœur, *Pow Wow Chow* raconte la vie, les hauts et les bas de chefs cuisiniers autochtones et de leurs équipes qui suivent les pow-wow de l’Ontario pour y nourrir qui a un petit creux.



## THIS EXISTS | TORONTO

*This Exists* est une plongée dans les recoins étranges, obscurs et fascinants de la culture populaire, dont la plupart d’entre nous ignorons l’existence. Animée par le Youtubeur torontois Sam Sutherland, la chaîne aborde tous les sujets, des sous-cultures du Web aux médias oubliés, en passant par les courants artistiques marginaux et les pans étranges de l’histoire.

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Les Prairies

132 | 1120

PROJETS FINANCÉS

EMPLOIS ÉQUIVALENTS  
TEMPS PLEIN

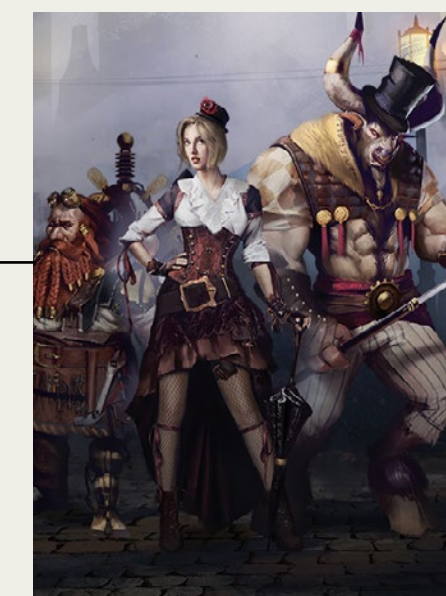
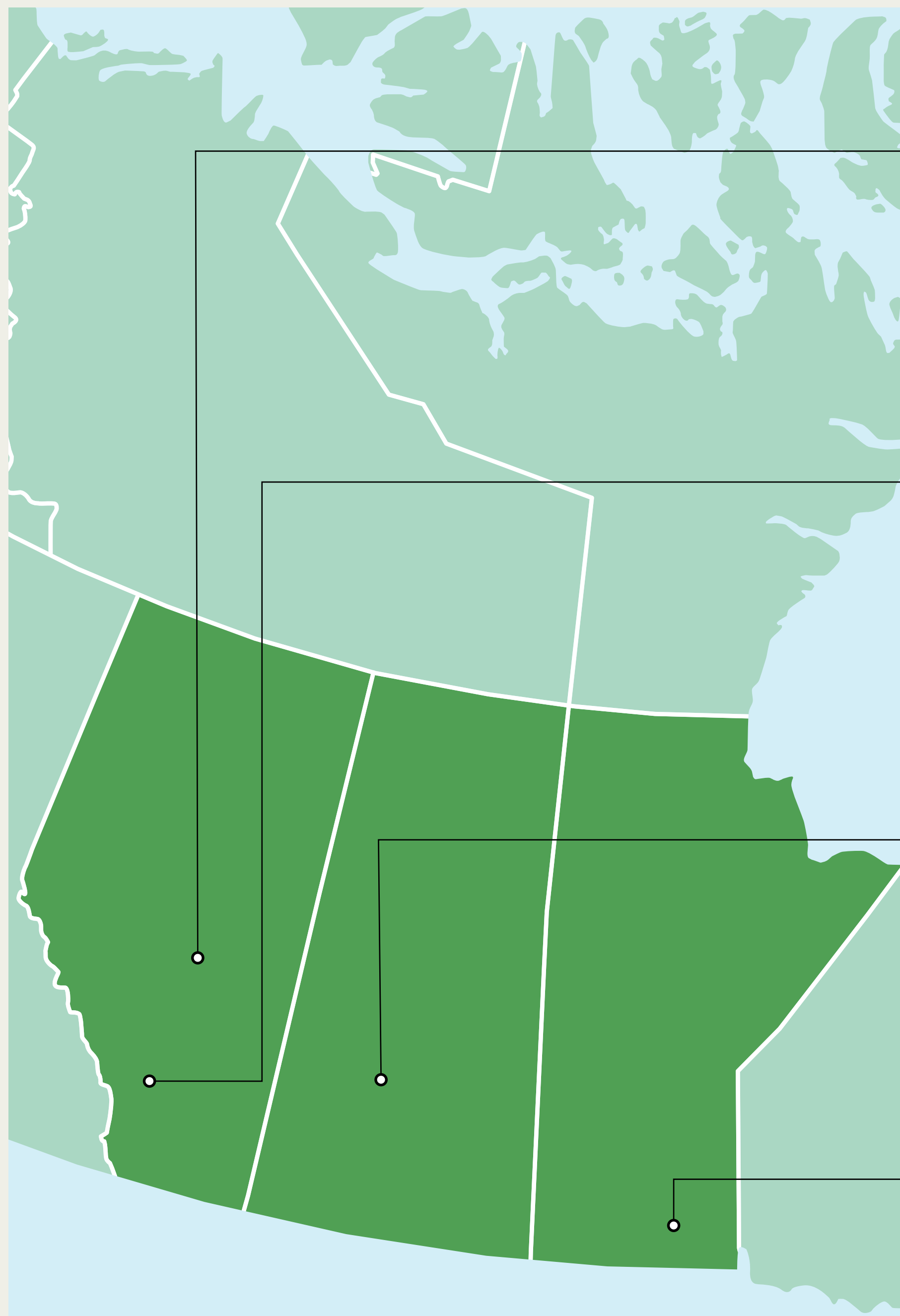
25,7 M\$ | 6,1 M\$

FINANCEMENT VERSÉ  
AU CONTENU LINÉAIRE

FINANCEMENT VERSÉ  
AU CONTENU DE MNI

117,3 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



## SOVEREIGN SYNDICATE | EDMONTON, ALBERTA

Créé par le studio Crimson Herring, d'Edmonton, *Sovereign Syndicate* est un jeu de rôles *steampunk* qui nous plonge dans les bas-fonds enfumés du Londres de l'époque victorienne. Stylé, riche, atmosphérique et sombrement imaginaire, ce jeu narratif présente le meilleur de ce que le genre a à offrir.



## HEARTLAND | CALGARY, ALBERTA

Avec ses paysages à couper le souffle et ses histoires touchantes, *Heartland*, de Seven24 Films, est une incontournable de la télévision canadienne. Diffusée depuis près de 20 ans, la série, qui aborde les thèmes de la famille, de l'amour, de la perte et de la rédemption, continue de captiver les auditoires d'ici et d'ailleurs, nous rappelant que la maison n'est pas seulement un lieu : elle est aussi dans les gens et les animaux qui nous entourent.



## CHUMS | SASKATOON, SASKATCHEWAN

*Chums* est une série d'animation charmante et intelligente qui célèbre les liens profonds entre les cultures autochtones et la nature. La coproduction de Paxolotl Media et de Zoot Pictures met en scène une jeune fille curieuse et son adorable groupe d'amis animaux. Elle s'inspire des traditions autochtones pour explorer les thèmes du respect, de l'environnement et de la découverte, le tout d'un point de vue ludique adapté aux enfants.



## LE MONDE DE GABRIELLE ROY | WINNIPEG, MANITOBA

Coproduite par Les productions Rivard et Zone3, *Le monde de Gabrielle Roy* explore les jeunes années de l'une des autrices les plus célèbres du Canada. La série retrace le parcours de Gabrielle Roy, de la jeune fille curieuse et sensible issue d'une famille franco-manitobaine de la classe ouvrière à l'écrivaine en herbe qui allait façonner la littérature du pays.

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Colombie-Britannique

134 | 2541

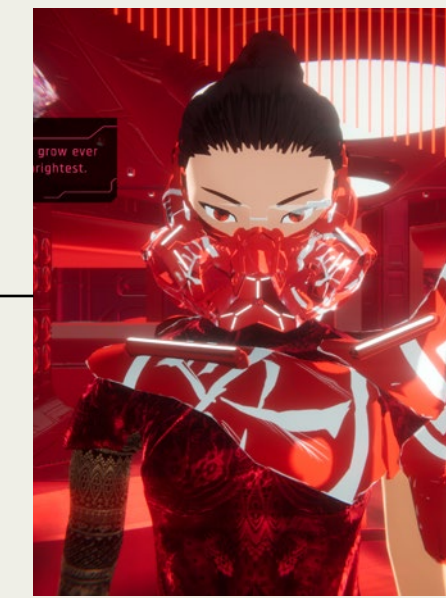
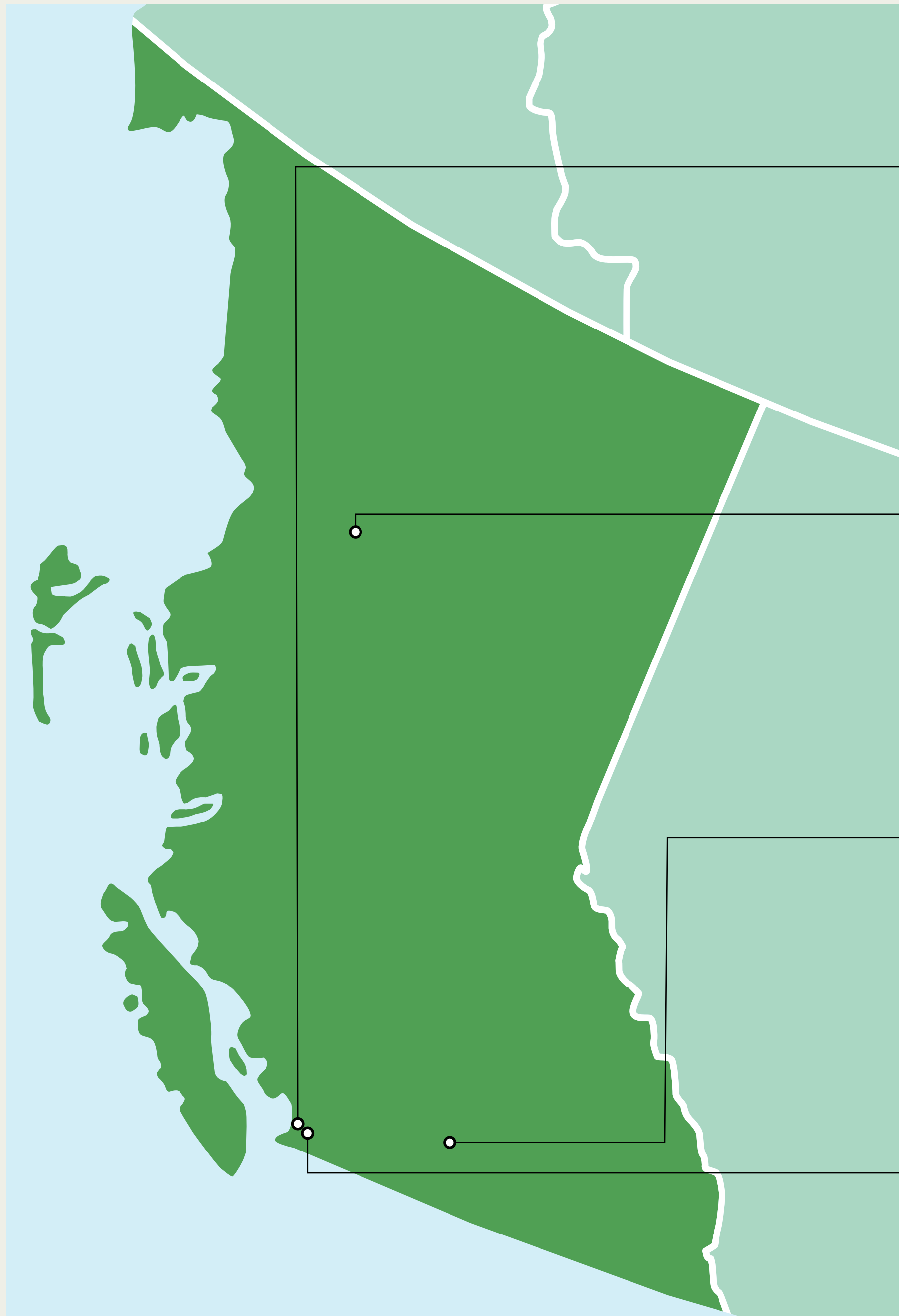
PROJETS FINANCÉS | EMPLOIS ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN

33,4 M\$ | 7,3 M\$

FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU LINÉAIRE | FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU DE MNI

268,9 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



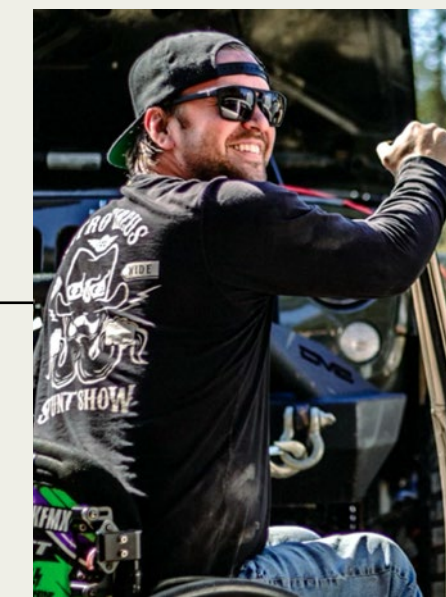
## 1000xRESIST | VANCOUVER

Explorant les thèmes de la mémoire, de l'identité, du traumatisme générationnel et de l'oppression avec une remarquable originalité, *1000xRESIST* suit Watcher, une clone vivant dans un futur lointain marqué par une invasion extraterrestre dévastatrice. Ce premier jeu du studio vancouverois Sunset Visitor a reçu plus de 50 nominations et prix, dont un prestigieux Peabody Award.



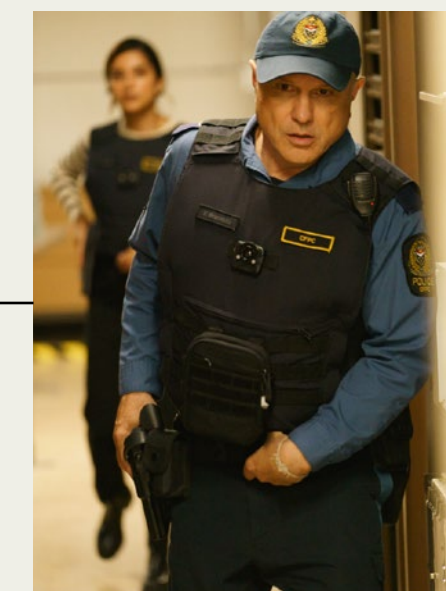
## YINTAH | SMITHERS

Le long métrage documentaire *Yintah* relate la lutte de la nation Wet'suwet'en pour protéger ses terres ancestrales contre la construction d'un oléoduc sur un territoire non cédé dans le nord de la Colombie-Britannique. Centré sur les défenseurs et défenseuses des terres et les matriarches de la nation Wet'suwet'en, le film, qui a remporté plusieurs prix prestigieux, jette un regard sans fard sur les premières lignes de la résistance, là où s'affrontent le droit autochtone, la protection de l'environnement et le pouvoir colonial.



## BRUCE COOK | KELOWNA

Connu pour ses prestations hors norme en moto-cross de style libre, Bruce Cook est un athlète qui sème du courage, de la résilience et du cœur dans tous les recoins d'Internet. Entré dans l'histoire en devenant le premier athlète paraplégique à réussir un saut arrière en moto, Bruce utilise maintenant ses médias sociaux pour parler de sa vie en dehors du sport en mettant l'accent sur la persévérance, l'innovation et la positivité.



## ALLEGIANCE | SURREY

Déchirée entre les attentes de sa famille et les dures réalités de la vie policière au sein de sa communauté, à Surrey, Sabrina Sohal doit composer avec des loyautés changeantes lorsqu'elle lève le voile sur la corruption, le racisme et des secrets des deux côtés du badge. *Allegiance*, de Lark Productions, jette un regard audacieux et sans complaisance sur le réel poids du serment de « servir et protéger ».

# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Nord du Canada

18

PROJETS FINANCÉS

54

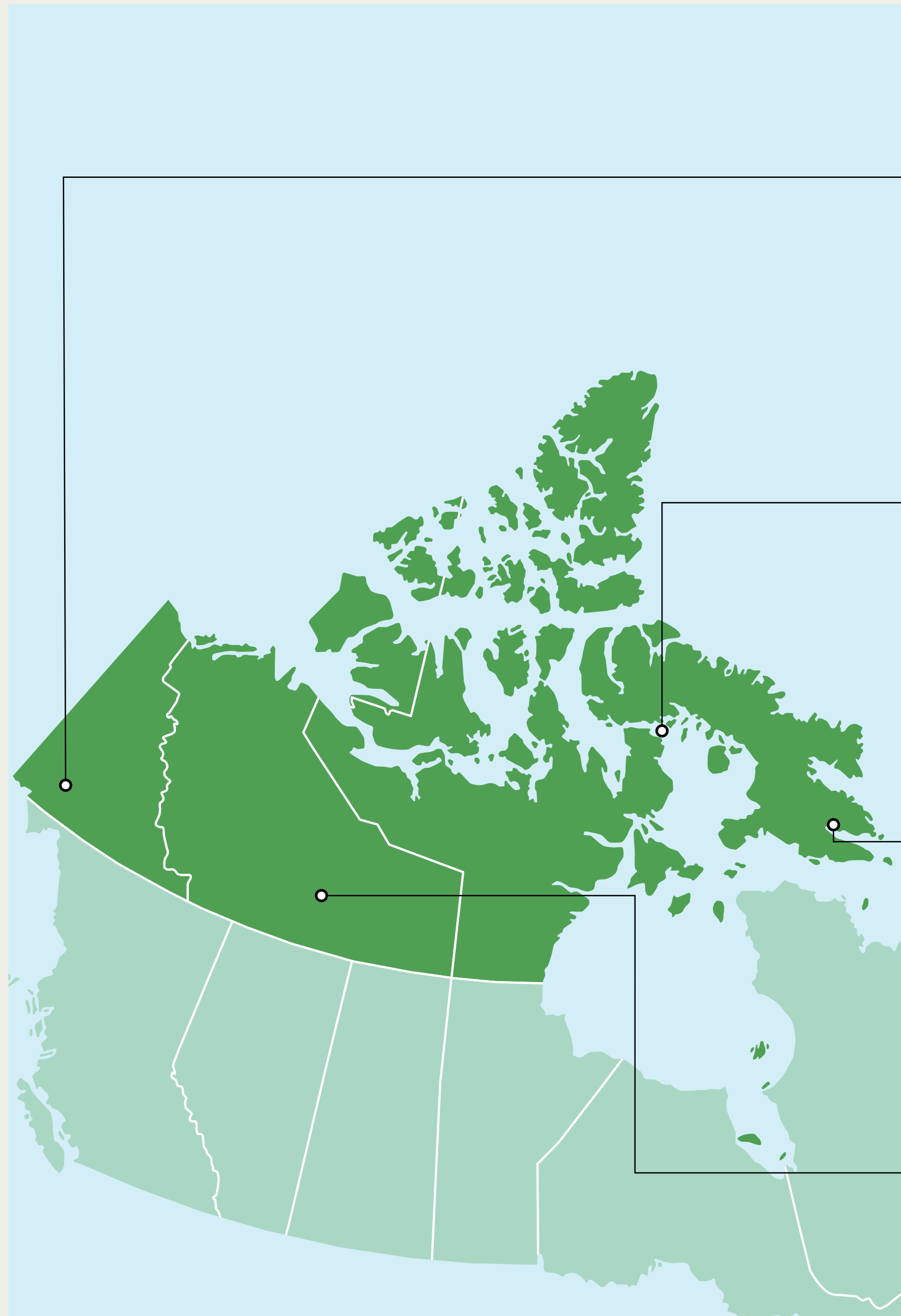
EMPLOIS ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN

2,7 M\$

FINANCEMENT VERSÉ AU CONTENU LINÉAIRE

5,7 M\$

CONTRIBUTION AU PIB



## NORTHERN TAILS | WHITEHORSE, YUKON

Tout le monde aime les marionnettes! Décrite par Little Brown Bird Entertainment comme un « mélange entre les *Muppets* et *Planète Terre* », *Northern Tails* suit Scout Perry, une écureuil arctique et aspirante documentariste. Avec son équipe de tournage maladroite, elle explore la forêt boréale canadienne pour découvrir son rôle dans l'équilibre environnemental et comment protéger les écosystèmes dont nous dépendons.



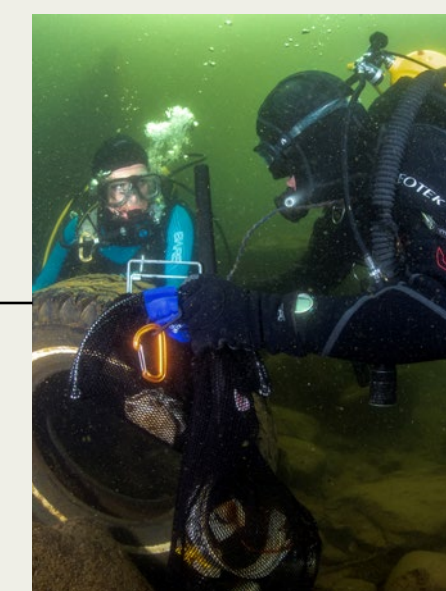
## SANAJIIT: INUIT MAKERS | IGLOOKIK, NUNAVUT

Réalisée par Kingullit Productions, établie à Igloolik, *Sanajit: Inuit Makers* célèbre le lien profond entre l'artisanat, la culture et l'identité, en nous faisant découvrir des artisans qui préservent les traditions inuites, tout en les repensant audacieusement pour les générations futures. Enracinée dans la communauté et riche en fierté, cette série est un hommage vibrant aux mains, aux âmes et aux esprits qui façonnent l'avenir de l'art et du design inuit dans tout le Nord.



## NORTH OF NORTH | IQALUIT, NUNAVUT

*North of North* vous réchauffera le cœur, même sous les températures les plus glaciales. Tournée à Iqaluit, la comédie de Northwood Entertainment et de Red Marrow Media suit un groupe dynamique de femmes inuites et leurs histoires d'amitié, de famille et de guérison, dans le décor de carte postale de la toundra arctique. Hilarante, crue et authentique, voilà une émission comme vous n'en avez jamais vu à la télévision.



## S\*\*T I FOUND DIVING IN YELLOWKNIFE | YELLOWKNIFE, TERRITOIRES DU NORD-OUEST

*S\*\*t I Found Diving in Yellowknife* est une série documentaire délicieusement explicite qui prouve qu'on ne sait jamais vraiment ce qui se cache sous la surface. À la fois chasse au trésor et lettre d'amour à la vie dans l'Arctique, la série, qui regorge de charme nordique, nous fait découvrir des vestiges engloutis, tout en nous racontant l'histoire locale et des secrets sur l'environnement.

# 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 son orientation stratégique et s'assure que la direction gère les affaires conformément aux objectifs qu'elle s'est fixés.



*Claude Morin : Un jeu dangereux*

# CONSEIL D'ADMINISTRATION (SUITE)

Le CA est complètement indépendant de la direction, des bailleurs de fonds et de tout bénéficiaire des programmes du FMC. Ses membres sont nommés 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 par le gouvernement du Canada, représenté par le ministère du Patrimoine canadien (PCH).

Au cours de l'exercice 2024-2025, le CA du FMC comptait neuf membres – six d'entre eux nommés pour des mandats d'un an par la CCEC, et trois pour des mandats de quatre ans par Patrimoine canadien.

## Composition du conseil d'administration (au 31 mars 2025)

Barry Chapman (CCEC)

Alison Clayton (CCEC)

Chantale Coulombe (PCH)

Guy Fournier (CCEC)

Russell Grosse (PCH)

René Guimond (CCEC)

Gary Pizante (CCEC)

Michael Schmalz – président (PCH)

Sanae Takahashi (CCEC)

Le FMC et son conseil d'administration 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 d'administration 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 conseil d'administration, la structure de 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 de ses membres;
- un Code de conduite professionnelle, qui s'applique à l'ensemble des membres du CA, de la direction et du personnel du FMC 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 avec PCH 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.



**CONSULTER LES PRINCIPES, LES STATUTS ET LE CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE DU CA**

# CONSEIL D'ADMINISTRATION (SUITE)

## Faits saillants des activités du CA en 2024-2025

En raison des instances du CRTC sur la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, 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 2025.

Le CA a également rencontré un panel de producteurs et productrices de contenu pour enfants et jeunes afin d'entendre leurs préoccupations concernant les effets négatifs de réglementations strictes et obsolètes sur ce secteur. Le CA également entendu un expert en intelligence artificielle (IA) sur l'évolution des outils liés à l'IA ainsi que sur leurs répercussions actuelles et prévues dans les industries.

## Comités du CA

Deux comités permanents relèvent du CA : le comité d'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 obligations de gouvernance de la Société et de surveillance des responsabilités relatives aux rapports financiers, aux contrôles internes, aux pratiques de gestion des risques, à la trésorerie et aux fonctions de vérification externe.

Le comité d'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.

### Composition du comité

En 2024-2025, le comité se composait de :

Barry Chapman (président)  
Guy Fournier  
Russell Grosse  
Gary Pizante

### Activités en 2024-2025

**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 également examiné plusieurs politiques administratives.

**Auditeurs externes :** le comité a recommandé la nomination de l'auditeur externe. Il a aussi 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.

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

### Comité de gouvernance et des ressources humaines

La principale fonction du comité de gouvernance et des ressources humaines est d'aider le CA 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.

### Composition du comité

En 2024-2025, le comité se composait de :

Alison Clayton  
René Guimond  
Chantale Coulombe (présidente)  
Sanae Takahashi

### Activités en 2024-2025

**Gouvernance :** le comité a géré les processus d'évaluation du CA, l'indépendance de ses membres, leur programme de perfectionnement ainsi que la grille des compétences du CA. La Société a examiné les différentes options et a décidé de simplifier 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. Le comité a aussi décidé d'administrer ce processus en ligne et à l'interne par le portail Nasdaq Boardvantage.

De plus, le comité s'est penché sur le respect de la Politique de consultation et a approuvé le plan de consultation 2024-2025. Il a examiné les résultats des questions des requérants traitées par le truchement des mécanismes d'appel et révisé les messages de la présidente et chef de la direction ainsi que du président du conseil. Les résultats sont contenus dans le rapport annuel du FMC.



[CONSULTER LES STATUTS DES COMITÉS DU CA](#)

# CONSEIL D'ADMINISTRATION (SUITE)

## Rémunération des membres du CA en 2024-2025

La politique relative à la rémunération du CA 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 2024-2025 :

### Honoraires annuels :

- ▶ Présidence du CA : 63 942 \$
- ▶ Présidence des comités : 49 664 \$
- ▶ Membres : 38 343 \$

### Allocations de présence aux réunions :

- ▶ 1 535 \$ pour une réunion d'une journée (huit heures, y compris les déplacements)
- ▶ 749 \$ pour une réunion d'une demi-journée (quatre heures, y compris les déplacements)

## Présence des membres du CA et des comités en 2024-2025

	RÉUNIONS	TÉLÉCONFÉRENCES	COMITÉ D'AUDIT	COMITÉ DE LA GOUVERNANCE ET DES RESSOURCES HUMAINES
<b>NOMBRE TOTAL DE RÉUNIONS</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
BARRY CHAPMAN	4	4	4	—
ALISON CLAYTON	4	4	—	4
ALAIN COUSINEAU*	1	1	1	1
CHANTALE COULOMBE	4	3	—	4
GUY FOURNIER	4	3	4	—
RUSSELL GROSSE	4	4	3	1
RENÉ GUIMOND**	4	3	—	3
GARY PIZANTE	4	4	4	—
MICHAEL SCHMALZ	4	4	1	—
SANAE TAKAHASHI	4	4	—	4

\* PENDANT LA PÉRIODE DURANT LAQUELLE IL A FAIT PARTIE DU CONSEIL, IL A ASSISTÉ À UNE RÉUNION, UNE TÉLÉCONFÉRENCE, ET UNE RÉUNION DE CHAQUE COMITÉ.

\*\* DEPUIS QU'IL FAIT PARTIE DU CONSEIL, IL A ASSISTÉ À QUATRE RÉUNIONS, TROIS TÉLÉCONFÉRENCES, ET TROIS RÉUNIONS DE COMITÉ.

# MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au 31 mars 2025



CONSULTER LA PAGE WEB  
SUR LE CA DU FMC



**MICHAEL SCHMALZ**  
PRÉSIDENT DU CONSEIL



**BARRY CHAPMAN**



**ALISON CLAYTON**



**CHANTALE COULOMBE**



**GUY FOURNIER**



**RUSSELL GROSSE**



**RENÉ GUIMOND**



**GARY PIZANTE**



**SANAE TAKAHASHI**

# ÉQUIPE DE DIRECTION



CONSULTER PLUS D'INFORMATION  
SUR LA DIRECTION



**VALERIE CREIGHTON**  
PRÉSIDENTE ET CHEF  
DE LA DIRECTION



**TRENT LOCKE**  
CHEF DE L'EXPLOITATION ET PREMIER  
VICE-PRÉSIDENT, FINANCES, STRATÉGIE  
ET ANALYTIQUE



**MATHIEU CHANTELOIS**  
PREMIER VICE-PRÉSIDENT,  
MARKETING ET AFFAIRES PUBLIQUES



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



**ROD BUTLER**  
VICE-PRÉSIDENT,  
CONTENU ET AFFAIRES  
RÉGLEMENTAIRES



**RICHARD KOO**  
VICE-PRÉSIDENT,  
MESURE DES MÉDIAS ET  
ANALYSE STRATÉGIQUE



**JOY LOEWEN**  
VICE-PRÉSIDENTE,  
CROISSANCE ET INCLUSION

# CONSULTATIONS

Conformément à notre politique en matière de consultations, nous avons discuté avec nos partenaires en vue de mieux comprendre les besoins l'industrie des écrans, d'encourager l'innovation et de renforcer le secteur.

En 2024-2025, ces travaux ont consisté en des groupes de discussion, des consultations en ligne et en personne, une table ronde avec des télédiffuseurs, plusieurs sondages en ligne et des réunions individuelles encadrées par les équipes du FMC. Nous avons tenu des réunions ponctuelles et suivies avec Patrimoine canadien; celles-ci ont porté sur notre modèle de programmes, les objectifs stratégiques à long terme et les façons possibles de nous adapter à la *Loi sur la diffusion continue en ligne* et aux changements futurs.



Photo: George Hupla

*Singing Back the Buffalo*

# CONTENU ET AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

## Secteur du contenu linéaire

À l'automne 2024, dans le cadre des consultations annuelles du FMC, l'équipe du Contenu a rencontré des organismes afin de recueillir leurs commentaires sur trois questions prioritaires : les changements apportés au mécanisme des enveloppes des télédiffuseurs dans un contexte de réduction des budgets; le soutien au contenu pour enfants et jeunes après des années de baisse des commissions; et l'évolution du modèle de programmes du FMC afin d'assurer la résilience et la diversité.

D'autres consultations ont eu lieu à l'été et à l'automne, cette fois avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), le Programme de diversité linguistique, ainsi que sur les documentaires et le Programme pour les documentaires d'auteur.

Nous avons également consulté des organisations actives dans les genres des émissions pour enfants et jeunes et des documentaires (uniques) afin de comprendre les difficultés auxquelles se butent leurs membres à un moment où les déclenchements et le financement continuent de diminuer. Ces consultations ont été éclairées par des données recueillies et analysées par notre équipe de Mesure des médias et analyse stratégique.

Enfin, l'équipe du Contenu a consulté plusieurs associations et distributeurs afin d'anticiper et régler des conséquences indésirables du nouveau Programme pour les distributeurs et d'obtenir des



informations utiles pour poursuivre sa mise en œuvre. Nous avons également consulté l'équipe chargée des longs métrages de Téléfilm Canada quant aux critères d'évaluation des distributeurs canadiens.

## Secteur des médias numériques interactifs (MNI)

L'équipe du Contenu a rencontré l'Alliance interactive canadienne en vue d'explorer de possibles changements à apporter à court et à long terme aux programmes destinés aux MNI, en réponse à la croissance de la demande et au financement limité.

Nous avons également discuté avec des organismes concernés avant le lancement du nouveau programme d'itération. Leurs commentaires ont permis de peaufiner sa conception.

Enfin, nous avons reçu 18 mémoires écrits dans le cadre des consultations de l'automne auprès de l'industrie (contenu linéaire et de MNI), qui ont tous été lus et pris en compte.

## Affaires réglementaires

En décembre 2024, l'équipe des Affaires réglementaires a tenu une réunion virtuelle avec des organismes invités, y compris des groupes méritant l'équité, de guildes, de syndicats, de bailleurs de fonds et d'associations professionnelles pour discuter des consultations à venir du CRTC sur la définition et le financement du contenu canadien.



# MESURE DES MÉDIAS ET ANALYSE STRATÉGIQUE

En 2024-2025, l'équipe du FMC chargée de l'équité en matière de données a organisé 18 consultations sur les données démographiques pour recueillir des commentaires de syndicats, de guildes et d'associations de l'industrie. Ces informations ont enrichi les constatations présentées dans le rapport *Recherche UX de PERSONA-ID 2023-2024* et ont contribué à orienter les améliorations apportées au système et à éclairer de nouvelles recherches pour 2025-2026.



# CROISSANCE ET INCLUSION



## Stratégie 2024-2027 en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA)

À l'été 2024, l'équipe de Croissance et inclusion a piloté de vastes consultations dans la foulée de la rédaction de notre stratégie en matière d'EDIA, *Tout le monde à bord! Ancrer l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité au sein de l'industrie audiovisuelle.*

Nous avons tenu trois ateliers en personne à Toronto, à Vancouver et à Montréal, ainsi que deux rencontres virtuelles (une en français, l'autre en anglais). Au total, 221 personnes issues de groupes méritant l'équité et de l'industrie en général y ont assisté. Celles-ci ont insisté sur l'importance de pérenniser le financement pour soutenir les sociétés de production détenues par des membres de groupes méritant l'équité, de revoir le Programme de soutien au développement de l'industrie du FMC et de mieux prendre en compte les aspects liés à l'accessibilité. Leurs commentaires ont orienté les buts et les actions contenus dans notre stratégie 2024-2027 en matière d'EDIA lancée en septembre 2024.

## Stratégie du FMC et de Téléfilm Canada en matière d'inclusion

Cette stratégie commune a été annoncée en octobre 2024. En février 2025, le FMC et Téléfilm Canada ont tenu une réunion, animée par le Canadian Racialized Screen Leadership Collective, avec des



chefs de file de l'industrie issus de communautés afro-descendantes et racisées en vue d'étudier l'harmonisation des initiatives de développement de l'industrie. Les participants et participantes ont approuvé le plan et ont demandé à jouer un rôle actif dans la création de nouvelles possibilités de perfectionnement professionnel. Pour donner suite à la réunion, les deux organisations ont mis sur pied un groupe de travail chargé d'élaborer une proposition visant à unifier davantage les données relatives à l'EDIA.

Pour en savoir plus sur notre stratégie 2024-2027 en matière d'EDIA et la stratégie du FMC et de Téléfilm Canada en matière d'inclusion, consultez la section Équité et inclusion du présent rapport.

# MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

En 2024-2025, le FMC a piloté des initiatives stratégiques et des projets de recherche pour soutenir la modernisation de l'industrie, diffuser des informations pertinentes et favoriser des résultats positifs pour le secteur.



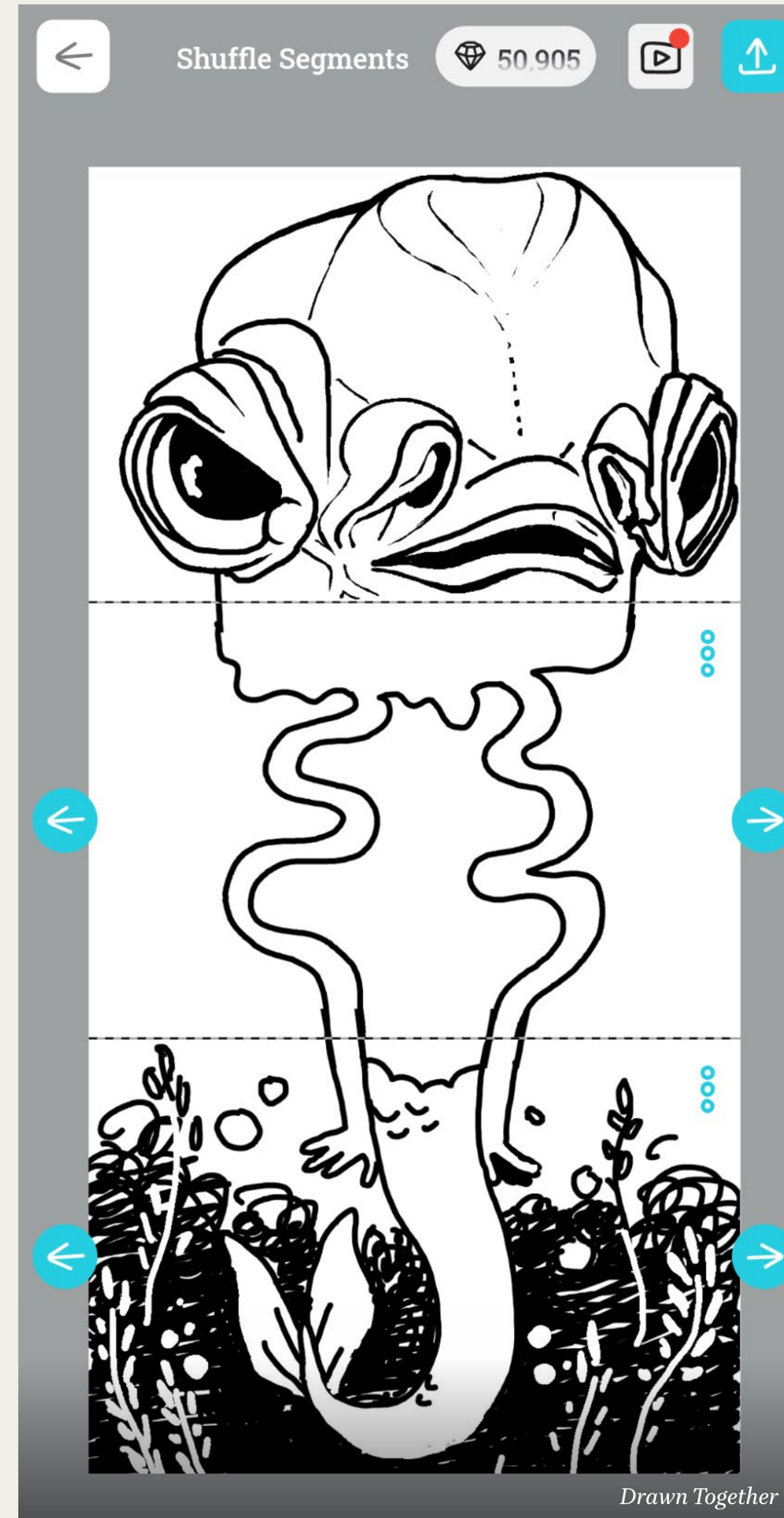
# MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE

## Stratégie en matière de données

En 2024-2025, dernière année de la stratégie triennale du FMC en matière de données, nous avons renforcé l'utilisation des données pour orienter et améliorer nos programmes. Parmi les réalisations : mise en place de sondages internes, collecte d'informations auprès de plus de 2 000 membres de l'industrie, et lancement d'outils mesurant les retombées économiques de notre financement (emplois, PIB).

Nous avons renforcé notre infrastructure de données en améliorant l'architecture du système, en passant à des données ouvertes dotées de fonctionnalités telles que l'exportation vers Excel sur notre page Web consacrée aux projets financés, et en intégrant le financement du programme de Soutien au développement de l'industrie dans Dialogue afin d'améliorer l'efficacité et la qualité des données. En outre, nous avons mis à jour notre modèle de programmes et nos indicateurs de rendement clés, et publié des rapports de recherche importants, comme *Créer le changement* et le *Rapport sur les genres*.

Au moment où cette stratégie touche à sa fin, nous préparons la phase suivante, qui s'appuiera sur les progrès réalisés pour approfondir la prise de décisions fondée sur des données et renforcer la mobilisation de l'industrie.



# MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE (SUITE)

## Rapports

### *Rapport démographique (deuxième édition)*

En décembre 2024, nous avons publié le deuxième *Rapport démographique* annuel, qui faisait état de données recueillies auprès des personnes qui se sont auto-identifiées par l'entremise du système PERSONA-ID pour les programmes du FMC en 2023-2024.



CONSULTER LE RAPPORT DÉMOGRAPHIQUE

### *Rapport sur les genres*

En janvier 2025, nous avons lancé notre premier *Rapport sur les genres*, qui portait sur les documentaires et les émissions pour enfants et jeunes. Se fondant sur des sondages et les analyses de l'industrie, le rapport explore l'évolution de la participation du FMC dans ces genres.



CONSULTER LE RAPPORT SUR LES GENRES

### *Profil 2024*

De concert avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada, l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et Nordicity, le FMC a collaboré à l'édition 2024 de *Profil*, le rapport économique annuel de l'Association canadienne des producteurs médiatiques (CMPA). Publié en décembre 2024, *Profil 2024* analyse l'activité économique du secteur de l'écran au Canada entre le 1<sup>er</sup> avril 2023 et le 31 mars 2024.



CONSULTER PROFIL 2024



# MESURES STRATÉGIQUES ET RECHERCHE (SUITE)



Les météorites

Photo: Aziz Zoromba

## PERSONA-ID

En 2024-2025, le FMC a apporté des mises à jour importantes à son système d’auto-identification PERSONA-ID, à la suite de consultations auprès d’associations de l’industrie, de guildes et d’organismes, ainsi que d’un sondage sur l’expérience utilisateur. Parmi les changements, mentionnons l’harmonisation de la terminologie avec celle de l’Office de la représentation des personnes handicapées à l’écran (ORPHÉ), l’ajout d’options pour les communautés afro-descendantes et racisées, pour faire écho aux définitions de Téléfilm Canada, et la mise en place d’une fonctionnalité de notification lorsqu’un numéro PERSONA-ID est utilisé dans une demande de financement, ce qui améliore la transparence.

Pour renforcer l’équité et l’intégrité des données, le FMC et Téléfilm Canada ont annoncé une stratégie triennale en vue de promouvoir des méthodes structurées en matière de collecte de données. Dans le cadre de celle-ci, un groupe de travail commun a été mis sur pied pour explorer des façons d’harmoniser la collecte, l’analyse et la communication des données entre les deux organismes.

## Table des chefs d’institution

Le FMC a participé à nombre de réunions et de groupes de travail avec des cadres de Patrimoine canadien, de Téléfilm Canada, du Bureau de l’écran autochtone (BEA) et de l’Office national du film (ONF) pour discuter de la modernisation du secteur audiovisuel du pays.

## Coalition Cadre vert

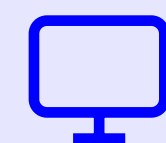
Le FMC s’est joint à Cadre vert, une coalition canadienne regroupant des sociétés d’État, des organismes financés par le gouvernement fédéral et des fonds certifiés par le CRTC créée pour harmoniser et encourager les pratiques écoresponsables, tout en réduisant les impacts sur l’environnement.



[CONSULTER LE SITE DE CADRE VERT \[EN ANGLAIS SEULEMENT\]](#)

## Futur et médias

*Futur et médias* présente des perspectives de spécialistes et de journalistes sur les défis avec lesquels les talents créatifs d’ici doivent composer et les possibilités qui s’offrent à eux. En 2024-2025, 45 articles ont été publiés sur la plateforme; ils ont récolté plus de 55 000 pages vues. Divers sujets ont été abordés, notamment les modèles d’affaires, les meilleures pratiques environnementales, l’équité, la diversité, l’inclusion et l’accessibilité, ainsi que l’intelligence artificielle.



[CONSULTER FUTUR ET MÉDIAS](#)



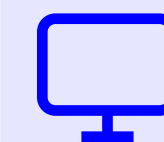
Plastic People

## Perspectives

*Perspectives* est une publication du FMC qui offre de l’information fondée sur des données pour aider l’industrie à s’y retrouver dans l’évolution du paysage médiatique.

Publié au printemps 2024, *Perspectives 2 : Embrasser le changement* explore les stratégies relatives à l’auditoire, la transformation des habitudes de consommation et la convergence entre l’audiovisuel et les médias interactifs. *Perspectives 3 : L’audience comme monnaie d’échange*, lancé en mars 2025, s’intéresse à la propriété intellectuelle comme principal moteur de la croissance du secteur.

Ensemble, ces éditions ont généré quelque 8 000 pages vues.



[CONSULTER PERSPECTIVES](#)

# PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

En 2024-2025, nous avons établi des partenariats avec des organisations de l'industrie afin de favoriser l'innovation, de soutenir le contenu canadien et de rester à l'affût des tendances du secteur. Ces collaborations nous permettent d'établir des relations, d'échanger des connaissances, de promouvoir le contenu, de créer des débouchés pour nos sociétés de production et de communiquer des messages clés à l'industrie.

Chaque partenariat est évalué en fonction de son arrimage stratégique et des possibilités de rendement de ses investissements.



# PARTENARIATS EN 2024-2025



Valerie Creighton et Kerry Swanson, présidente et chef de la direction du Bureau de l'écran autochtone, à un événement du TIFF

- Academy Talks: At the Kid's Table
- Ācimowin Film Festival
- Alberta Game Series
- All Access 365
- Asia Television Forum and Market
- Atelier Grand Nord (SODEC)
- Available Light Film Festival
- Caribbean Tales The Big Pitch au TIFF
- CINEMANIA
- Cocktail du FMC au TIFF
- Colloque de Public Broadcasters International
- Colloque factualWEST
- Colloque Making Waves
- Conférence de l'Alliance Médias Jeunesse
- Congrès annuel de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM)
- Content Canada
- Content London
- DemoNights de la Guilde du jeu vidéo du Québec
- Diversify TV Awards du MIPCOM Cannes
- East by Northwest
- Événement Empowering and Celebrating IBPOC Content Creators au Festival international du film de Calgary (avec Creatives Empowered)
- FascinAsian Calgary
- FascinAsian Winnipeg
- Festival Buffer et Sommet DFC
- Festival Courts d'un soir
- Festival du film asiatique de Vancouver (VAFF)
- Festival du film de Yorkton (YFF)
- Festival du film francophone en Acadie (FICFA)
- Festival du nouveau cinéma (FNC)
- Festival international d'animation d'Ottawa / The Animation Conference
- Festival international des médias de Banff
- Festival international du film de Calgary (CIFF)
- Festival international du film de Gimli
- Festival international du film de l'Atlantique (AIFF)
- Festival international du film de Regina (RIFFA)
- Festival international du film de Vancouver (VIFF) / Signals XR
- Festival international du film pour enfants de Montréal (FIFEM)
- Festival des films de l'Asie du Sud de Montréal (FFASM)
- Festival Massimadi
- Festival REGARD
- Forum MUTEK
- Future of Film Showcase (FOFS)
- Gala de bienfaisance d'ImagineNATIVE
- Gala Influence-Création
- Gala Québec Cinéma
- Hot Docs
- HUB Montréal

# PARTENARIATS EN 2024-2025 (SUITE)



Valerie Creighton à un événement organisé dans le cadre du TIFF



(De gauche à droite): L'ancienne ministre du Patrimoine canadien, Pascale St-Onge; la présidente et chef de la direction du FMC, Valerie Creighton; la ministre des Arts, de la Culture et de la Condition féminine de l'Alberta, Tanya Fir; le directeur de la distribution d'A+E Networks, Jim Babchak; et la directrice générale et chef de la direction de Téléfilm Canada, Julie Roy, au Banff World Media Festival.

- image+nation
- Latin Forum
- Les prix Gémeaux
- Marché international du film d'animation d'Annecy
- MIPCOM Cannes
- Nova Scotia Content Market
- Ontario Screen Creators Conference au Forest City Festival
- Pink Triangle Press Awards
- PrimeTime à Ottawa
- Prix d'excellence, Gala de l'Alliance médias jeunesse
- Prix Écrans canadiens
- PRIX NUMIX
- Prix RÉALS
- Projection spéciale de The Squeaky Wheel: Canada
- Reel Asian Festival
- Reel Asian Fire Horse Luncheon
- Reelworld Film Festival
- Regent Park Film Festival
- Rencontres internationales du documentaire de Montréal / Forum RIDM
- Rendez-vous On tourne vert
- Rendez-vous Québec Cinéma
- Série Indie Superboost et Holiday Mixer d'Interactive Ontario
- Séries Mania
- Sommet Dynastie / Gala Dynastie
- Sommet international du jeu de Montréal (MIGS)
- Sommet Kidscreen
- St. John's International Women's Film Festival (SJIWFF)
- Story to Action
- Sunny Side of the Doc
- Sustainable Production Forum (SPF) Toronto
- Sustainable Production Forum (SPF) Vancouver
- Symposium du Bureau de l'écran des Noirs (BÉN)
- T.O. Webfest
- The Walrus Talks
- Trans Filmmakers Summit au TIFF
- Vancouver Queer Film Festival / Out on Screen
- Vues d'Afrique
- WGC Screenwriting Award
- Whistler Film Festival Society et Content Summit
- WIFT Crystal Awards
- Women in Entertainment Canada, *The Hollywood Reporter*
- XP Game Summit Toronto
- XP Indie Biz Connect Vancouver

# PROMOTION

Nous entretenons des liens étroits avec l'industrie audiovisuelle du pays et soutenons les talents créatifs autochtones et canadiens à l'échelle locale et mondiale. En 2024-2025, nous avons mené à bien cette mission grâce à plusieurs initiatives.



# MURALES DE L'INITIATIVE HÉROS DE CHEZ NOUS

# 17,2M

PERSONNES POTENTIELLEMENT REJOINTES

# 4 000

INTERACTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En octobre 2024, NOUS | MADE a dévoilé trois murales pour célébrer des talents d'ici : la drag-queen Priyanka, à Toronto, l'acteur Paul Sun-Hyung Lee, à Calgary, et le regretté cinéaste Jean-Marc Vallée, à Montréal.

La campagne a suscité une vaste couverture médiatique et un vif intérêt en ligne, atteignant quelque 17,2 millions de personnes et générant plus de 4 000 interactions. Elle a été relayée par des médias de tout le pays, notamment *Le Journal de Montréal*, *Le Devoir*, *La Presse*, QUB, TVA Nouvelles, *Livewire Calgary*, ICI Radio-Canada, MSN Canada, *IN Magazine*, Yahoo! News, et de nombreux médias locaux.



Murale de Jean-Marc Vallée réalisée par Zek



Murale de Priyanka réalisée par Étienne Dicaire



Murale de Paul Sun-Hyung Lee réalisée par Charmaine Wong

# CAMPAGNE NATIONALE NOUS | MADE ET REFONTE DE LA MARQUE

Au cours de l'exercice, nous avons travaillé en coulisses à la refonte de la marque NOUS | MADE afin de marquer cinq années de célébration des récits d'ici et de renforcer sa présence.

En février 2025, nous avons dévoilé la nouvelle image de marque et lancé une campagne publicitaire nationale visant à renforcer l'identité et la fierté canadiennes en cette période de profonde incertitude et d'anxiété. Mettant en vedette des œuvres telles que *Transplant*, *C'est comme ça que je t'aime*, *BlackBerry* et *STAT*, la campagne visait à susciter la fierté de la population envers les talents et les histoires qui animent les industries audiovisuelles canadiennes.

La campagne a obtenu des résultats exceptionnels, récoltant près de 50 millions d'impressions dans les médias numériques et les réseaux sociaux, près de sept millions de visionnements de vidéos complétés et plus de 68 000 clics vers le nouveau site Web de NOUS | MADE.



# AMBASSADEUR-DRIGES NOUS | MADE

En 2023, NOUS | MADE a lancé une campagne d'influence afin de susciter l'intérêt d'un public jeune consommant essentiellement du contenu numérique envers la richesse des récits produits au Canada. Chargée de créer des vidéos mettant en valeur le contenu autochtone et canadien sur les plateformes de divertissement, l'escouade assemblée pour NOUS | MADE a trouvé un écho dans le monde entier. Cette initiative s'est poursuivie jusqu'en décembre 2024.

Enfin, plus de 150 mentions de NOUS | MADE dans les médias au cours de l'année ont généré un auditoire potentiel de 40,2 millions de personnes. Quelque 12 000 personnes se sont abonnées à NOUS | MADE sur nos réseaux sociaux, et le contenu publié par la marque a été remarqué et commenté par des personnalités bien connues, notamment Emy Lalune, Marie Soleil Dion, Schelby Jean-Baptiste, Mara Joly, Pierre-Yves Lord, Anna Lambe, Lauren Collins, Vic Michaelis, Latrice Royale, Cassandra James, Devery Jacobs, Lisa Gilroy, Andrew Phung, Daniel Reyes Cocka, et bien d'autres.



El Toro

# ÉQUITÉ ET INCLUSION

Les initiatives en matière d'équité et d'inclusion – tout comme leurs effets – ont pris une expansion considérable en 2024-2025. De nouvelles stratégies et des programmes de financement améliorés ont été mis en place en réponse aux commentaires, aux données et aux priorités de l'industrie.



# COMMUNAUTÉS AUTOCHTONES ET MÉRITANT L'ÉQUITÉ

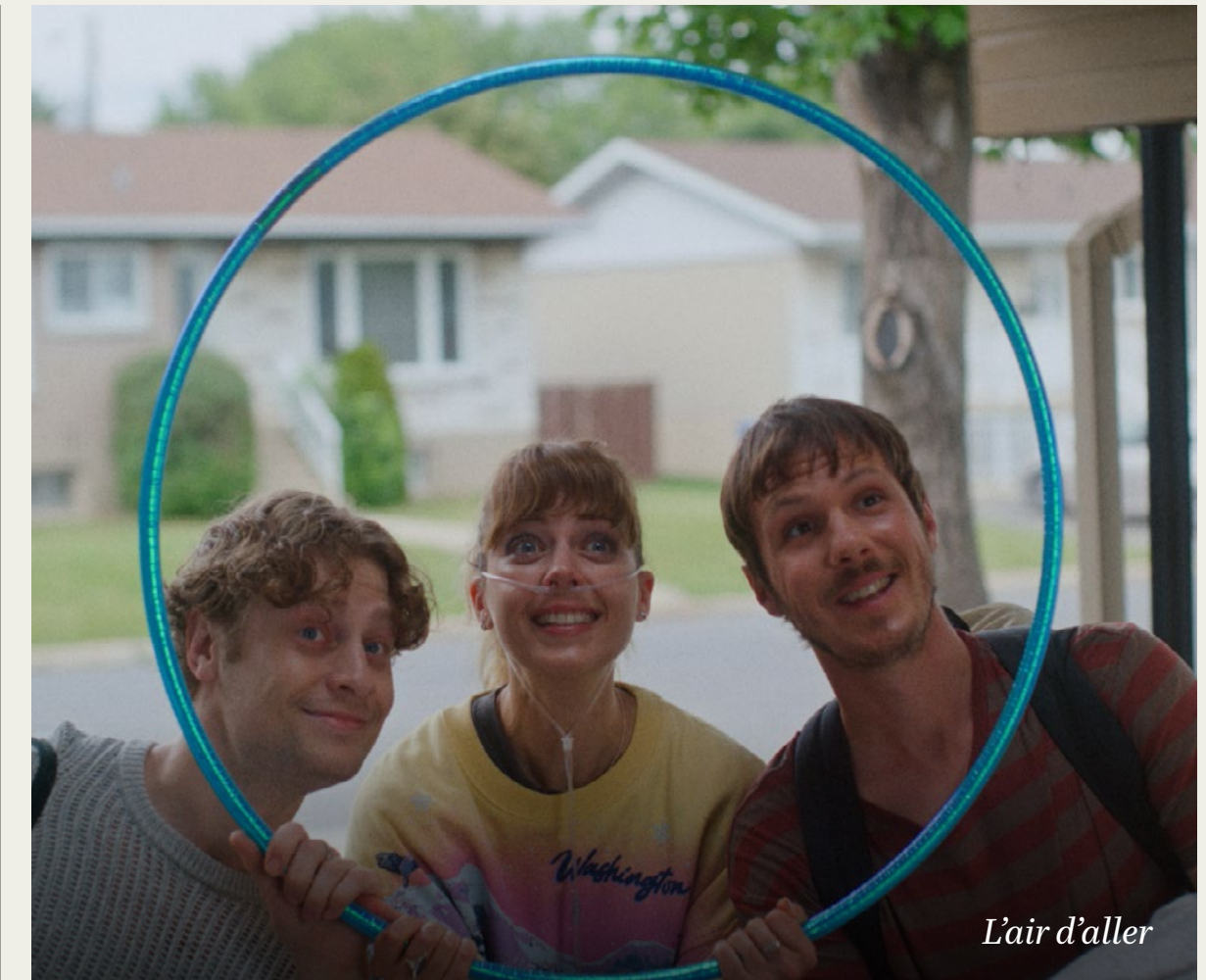


Des interventions sur mesure pour soutenir les communautés autochtones et méritant l'équité au sein de l'industrie audiovisuelle sont de plus en plus demandées, ce qui se reflète dans la participation à diverses initiatives en matière d'équité et d'inclusion, notamment des événements et des consultations, les demandes présentées aux programmes ciblés et le contenu axé sur l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité (EDIA).

Guidé par les points de vue des communautés visées, des forces créatives et des partenaires de l'industrie, le FMC continue de faire évoluer son travail en matière d'EDIA afin de créer un secteur prospère et d'en accroître la représentativité.

En 2024-2025, les initiatives d'équité et d'inclusion desservent les communautés autochtones, méritant l'équité et régionales suivantes :

- Peuples autochtones du Canada (Premières Nations, Inuit et Métis)
- Groupes racisés (communautés afro-descendantes et racisées)
- Communauté 2SLGBTQ+
- Personnes en situation de handicap
- Personnes s'identifiant comme femme
- Communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM)
- Communautés parlant une langue autre que l'anglais, le français ou une langue autochtone



# PLANIFICATION STRATÉGIQUE

## *Tout le monde à bord! Ancrer l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité au sein de l'industrie audiovisuelle*

L'été 2024 a été une période de réflexion et d'engagement au sein du FMC, alors que la première stratégie en matière d'équité et d'inclusion tirait à sa fin. Nous avons mené de vastes consultations auprès de nos clientèles en s'appuyant sur les fondements de la stratégie 2021-2023 pour élaborer notre deuxième stratégie en matière d'EDIA. Les informations recueillies ont éclairé nos priorités et redynamisé notre attachement à la croissance et à l'inclusion.



*Tout le monde à bord! Ancrer l'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité au sein de l'industrie audiovisuelle*, notre stratégie en matière d'EDIA de 2024 à 2027, a été dévoilée en septembre 2024. Nous y présentons plusieurs principes directeurs et une démarche axée sur des mesures à prendre. La stratégie définit des changements structurels au sein du FMC qui ancreront les principes d'EDIA dans l'ensemble de l'organisme, pour ainsi établir les fondations à l'appui d'un nouveau modèle de programmes axé sur le contenu qui guidera les forces créatives sur toutes les plateformes et renforcera leur autonomie.

Nouveauté dans la stratégie de 2024 à 2027, nous avons ajouté l'accessibilité comme pilier fondamental. S'appuyant sur les connaissances et l'expérience acquises dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie 2021-2023, le FMC reconnaît l'importance cruciale de l'accessibilité pour garantir la pleine participation à ses programmes et aux activités qu'il finance. Les mesures et les objectifs en matière d'accessibilité intègrent de nouvelles pratiques et améliorent celles qui étaient déjà en place dans l'ensemble des activités internes et externes du FMC.



**EN SAVOIR PLUS SUR NOTRE STRATÉGIE EN MATIÈRE D'EDIA DE 2024 À 2027**

Le FMC a mis en œuvre différentes mesures au cours de la première année de la stratégie. Le Programme pilote destiné aux communautés racisées est devenu un programme régulier, de nouveaux facteurs d'enveloppe pour les télédiffuseurs ont été mis en place afin d'encourager l'acquisition de droits de diffusion de contenu représentant davantage la diversité des genres et des communautés, et le Programme de diversité linguistique a été transformé en allocation d'enveloppe, ce qui offre aux télédiffuseurs et aux sociétés de production une autonomie et une prévisibilité accrues.

L'équipe chargée de l'équité en matière de données du FMC a continué de revoir les processus afin de garantir l'intégrité, l'exactitude et l'équité de toutes les pratiques de collecte et de communication des informations personnelles. De plus, le processus d'évaluation des programmes sélectifs du FMC a été mis à jour, et des documents de formation sur les évaluations exemptes de préjugés à l'intention des jurys y ont été ajoutés.

Par ailleurs, le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion a animé une formation et une activité de perfectionnement des compétences du personnel du FMC sur la neuro-inclusion et l'accessibilité en milieu de travail. Les ressources sur l'équité et l'inclusion destinées à l'ensemble du personnel portaient sur l'histoire des communautés afro-descendantes au Canada, l'égalité entre les sexes et les droits des femmes, ainsi que la transmission de connaissances autochtones.

# PLANIFICATION STRATÉGIQUE (SUITE)



Aunty B's House

## Stratégie du Fonds des médias du Canada et de Téléfilm Canada en vue de soutenir les créateur-trices afro-descendant-es et racisé-es

En partenariat avec Téléfilm Canada, nous avons annoncé notre intention d'élaborer une stratégie triennale en vue d'améliorer les pratiques inclusives dans l'industrie audiovisuelle. Axée sur les communautés afro-descendantes et racisées, cette stratégie donne la priorité aux initiatives de formation, aux partenariats et aux méthodes structurées de collecte de données.

Au cours de la première année, le FMC a mis en place une approche collaborative fondée sur des valeurs et a retenu les services d'un cabinet de consultation externe. Les premières conclusions d'une analyse de l'écosystème de financement et d'un examen des initiatives de formation offertes aux créateur-trices afro-descendant-es et racisé-es ont recommandé de collaborer pour élaborer des politiques, des activités de développement professionnel et une standardisation de la collecte et de la diffusion des données. À cette fin, un groupe de travail commun sur l'équité en matière de données a été créé afin d'évaluer les pratiques de collecte et de recommander des moyens de les harmoniser.



## Plan d'action autochtone

En 2024, constatant la nécessité de traiter les priorités autochtones distinctement des stratégies générales destinées aux groupes méritant l'équité, nous avons engagé une consultante autochtone pour soutenir l'élaboration d'un plan d'action en ce sens. Bien qu'il ne s'agissait toujours que d'un document de travail en 2024-2025, ce plan s'est révélé être un guide interne efficace pour faire progresser notre position d'allié et la réconciliation. Parmi les résultats du plan d'action, citons la mise en place de possibilités de financement offertes aux Autochtones et d'un dialogue continu axé sur l'humilité culturelle.

# PROGRAMMES

## Mesures incitatives intégrées aux programmes

### Mesures incitatives destinées aux communautés reflétant la diversité

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 afro-descendantes et racisées, les personnes 2SLGBTQ+ et celles en situation de handicap.

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 destinés au contenu linéaire et de médias numériques interactifs;
- Facteur d'enveloppes qui récompense les télédiffuseurs qui acquièrent les droits de diffusion de projets issus d'une communauté reflétant la diversité;

- Portions réservées (minimum de 25 %) dans les budgets du Programme de conceptualisation, du Programme de pré-développement et du Programme pilote de développement d'un ensemble de projets.

### 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 destinés au contenu linéaire et de médias numériques interactifs;
- Facteur d'enveloppes qui récompense les télédiffuseurs qui acquièrent les droits de diffusion de projets détenus par des femmes;
- Exigence de dépense pour les télédiffuseurs dans le Programme des enveloppes.

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.

Les statistiques relatives aux communautés reflétant la diversité et à la parité entre les genres figurent dans la section « Résultats de financement » du présent rapport.

## Transfert du Programme autochtone au Bureau de l'écran autochtone

En 2024-2025, le FMC et le Bureau de l'écran autochtone (BEA) ont amorcé la transition de l'administration du Programme autochtone du FMC vers le BEA. Afin de préparer le BEA à encadrer la gestion des demandes, du financement et d'autres volets du programme, les deux organismes se sont rencontrés régulièrement pour discuter des changements au programme, d'ajustements administratifs, de mesures de soutien et de l'expérience des requérants. Le FMC et le BEA ont tous deux comme objectif d'assurer une transition harmonieuse du programme au cours de l'exercice 2025-2026.

Ce transfert marque une étape importante dans la défense du droit des peuples autochtones à raconter leurs propres histoires, ainsi que dans l'implantation des principes fondamentaux de la souveraineté narrative et de la réconciliation.

## Soutien à l'impact des entreprises autochtones

Annoncé en janvier 2025, le Soutien à l'impact des entreprises autochtones (SIEA) a accordé une contribution unique de 50 000 \$ à des sociétés de production détenues par des Autochtones afin de soutenir leur stabilisation ou leur croissance.

Les sociétés financées par le Programme autochtone (production) en 2022-2023 et en 2023-2024 étaient admissibles au SIEA. Les activités et les dépenses

# PROGRAMMES (SUITE)

admissibles ont été établies à la suite d'une consultation, de façon à tenir compte de l'approche globale et souvent coûteuse qu'impliquent les projets autochtones authentiques et fondés sur des valeurs. Les activités soutenues étaient la stabilisation ou la croissance des entreprises, la formation et le renforcement des capacités, l'engagement communautaire, l'accès aux marchés, la mise en marché, l'aide à l'accessibilité, la traduction et les services linguistiques, ainsi que d'autres activités indiquées par les requérants admissibles.

Créé à la suite de consultations et de commentaires formulés au cours de plusieurs années, ce programme constitue un élément de notre Plan d'action autochtone. Il soutient la souveraineté narrative et s'arrime aux appels à l'action de la Commission de vérité et réconciliation et à la Déclaration des Nations unies sur les droits des peuples autochtones.

## Soutien au développement de l'industrie

En 2024-2025, le Soutien au développement de l'industrie s'est poursuivi sous la forme d'un programme sélectif, axé sur des projets, destiné à soutenir les initiatives qui ont une capacité manifeste à influencer positivement l'écosystème canadien des écrans.

Pour améliorer l'efficacité du programme, toutes les demandes retenues ont été migrées vers la plateforme Dialogue de Téléfilm Canada. Cette

transition a permis d'accélérer l'administration du financement, y compris la signature des contrats, la facturation et la production de rapports, tout en faisant progresser un objectif clé de notre stratégie en matière d'EDIA, *Tout le monde à bord* : améliorer la précision des données afin d'éclairer l'élaboration des futurs programmes.

## Fonds pour la diversité des voix

En octobre 2024, le FMC a été désigné administrateur d'une partie du Fonds pour la diversité des voix du gouvernement du Canada, d'une valeur de 10 M\$. Pendant trois ans, ce Fonds soutiendra des initiatives qui favorisent la participation des communautés reflétant la diversité au sein des industries culturelles et médiatiques. Il contribuera ainsi à la réalisation des objectifs du Plan d'action canadien de lutte contre la haine.

Le FMC administre tout près de 5 M\$ du Fonds pour la diversité des voix, qui porte sur les initiatives en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité dans l'industrie audiovisuelle canadienne. De 2024 à 2027, ce financement soutiendra le mentorat, la formation et les stages pour les forces créatives et les entreprises à toutes les étapes. La priorité est accordée aux communautés autochtones, afro-descendantes, racisées et 2SLGBTQI+, aux minorités ethnoreligieuses et aux personnes en situation de handicap.

## Programme d'aide à l'accessibilité

Mis en œuvre en 2021, le Programme d'aide à l'accessibilité a connu une forte augmentation de la participation en 2024-2025. Au total, 11 requérants à sept programmes ont reçu cette aide; 11 demandes ont été présentées et un rapport final a été déposé. Les requérants provenaient de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, de Terre-Neuve-et-Labrador et de l'Ontario, et les services ont été fournis en anglais, en français et en langue des signes américaine. Dix prestataires de services ont été engagés; aucun d'entre eux n'avait déjà aidé des requérants dans le cadre du programme. Presque tous les requérants s'identifiaient comme personnes en situation de handicap et membres de communautés autochtones ou méritant l'équité.



La petite et le vieux

# MOTEUR, ACTION, INCLUSION

En 2024, *Moteur, action, inclusion*, une série vidéo du FMC qui met en vedette des talents autochtones et canadiens de l'industrie des écrans, était de retour pour une troisième saison. Intitulée *L'importance des contenus jeunesse*, cette saison a exploré les expériences des d'individus qui façonnent le contenu pour enfants et jeunes dans un paysage médiatique qui évolue rapidement.

Dans le cadre de cinq discussions enrichissantes, des créateurs et créatrices de contenu pour enfants de Montréal et de Toronto ont parlé de leur passion pour la production d'émissions représentatives, divertissantes et percutantes pour les enfants.

La troisième saison de *Moteur, action, inclusion* a généré 2,3 millions d'impressions et 1,4 million de vues sur les réseaux sociaux du FMC.



*Moteur, action, inclusion*

# 2

# RÉSULTATS DE FINANCEMENT

## DANS CETTE SECTION

- Survol du financement par programme
- Médias numériques interactifs : Idéation
- Médias numériques interactifs : Création
- Contenu linéaire : Idéation
- Contenu linéaire : Création
- Soutien au contenu autochtone
- Soutien au contenu de communautés afro-descendantes et racisées
- Soutien au contenu régional
- Soutien au contenu de communautés de langues officielles en situation minoritaire
- Soutien au contenu de la diversité linguistique
- Coproductions internationales en vertu d'accords officiels
- Soutien aux entreprises



# SURVOL DU FINANCEMENT PAR PROGRAMME



*Gospelmania*

# SURVOL DU FINANCEMENT PAR PROGRAMME

## 1330<sup>2</sup>

PROJETS FINANCÉS EN 2024-2025  
CONTRE 1496 EN 2023-2024

## 368,3 M\$

FINANCEMENT TOTAL DES PROGRAMMES  
CONTRE 379,7 M\$ EN 2023-2024

## 1,8 G\$

VOLUME TOTAL DE PRODUCTION  
CONTRE 1,7 G\$ EN 2023-2024

## 1:5,1

RATIO DE LEVIER DU FINANCEMENT  
CONTRE 1:4,5 EN 2023-2024

En 2024-2025, le budget des programmes du FMC s'élevait à 373,2 M\$. Celui-ci a été complété par des fonds du gouvernement fédéral destinés à des groupes précis, à savoir un engagement de 20 M\$ annoncé en mars 2023 pour soutenir le marché de langue française et les groupes sous-représentés, et une allocation de 20 M\$ annoncée en avril 2024 pour soutenir les groupes méritant l'équité.

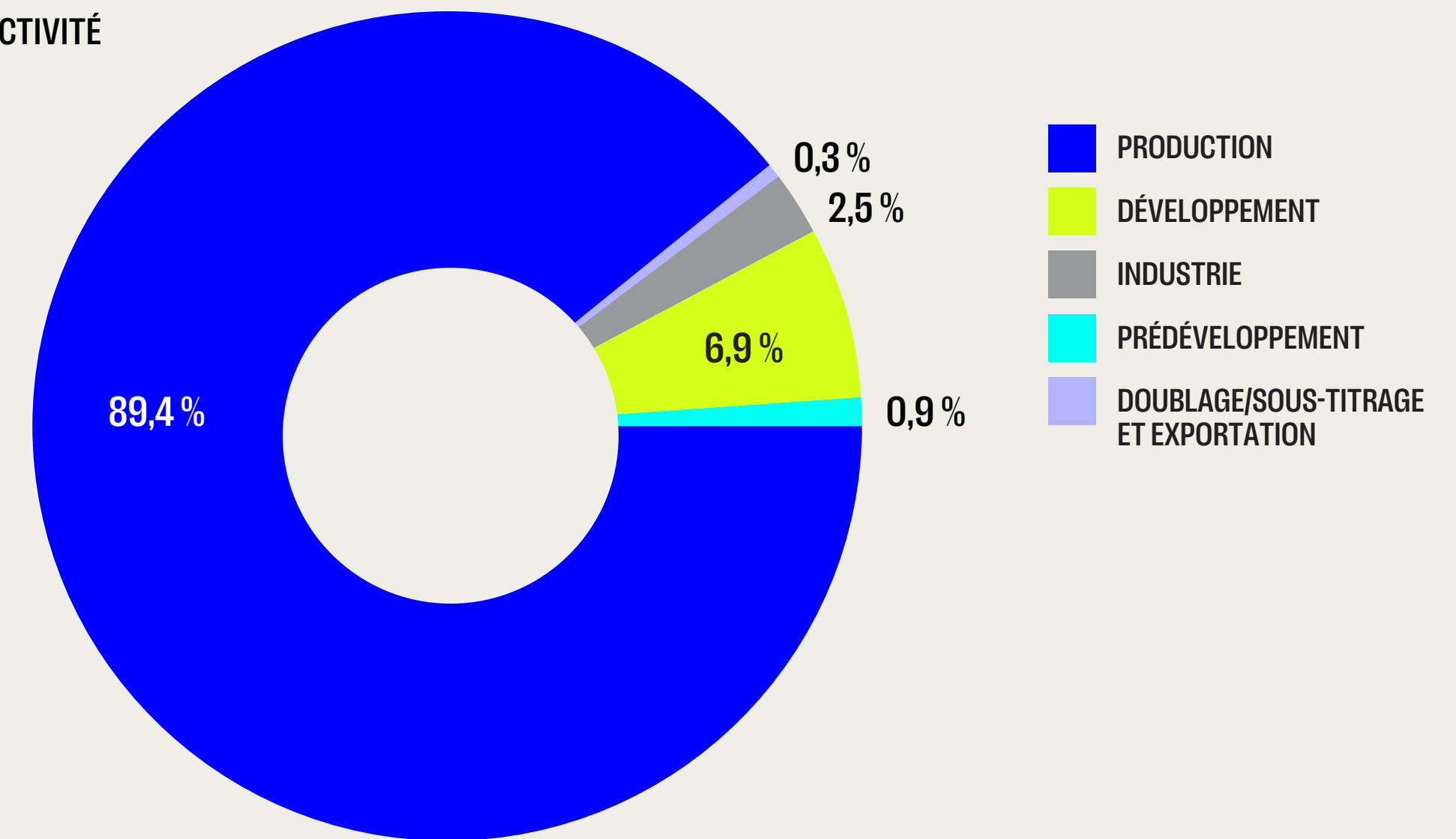
Grâce au soutien constant de ses bailleurs de fonds, le FMC a investi ces allocations par l'intermédiaire de différents programmes qui couvrent tous les aspects de son mandat. Au total, 99 % du budget du FMC a été affecté à des programmes destinés au contenu (soit 368,3 M\$).

Une activité de production totale de 1,8 G\$ a été déclenchée par le financement du FMC, lequel génère 5,1 fois sa valeur en fonds publics et privés.

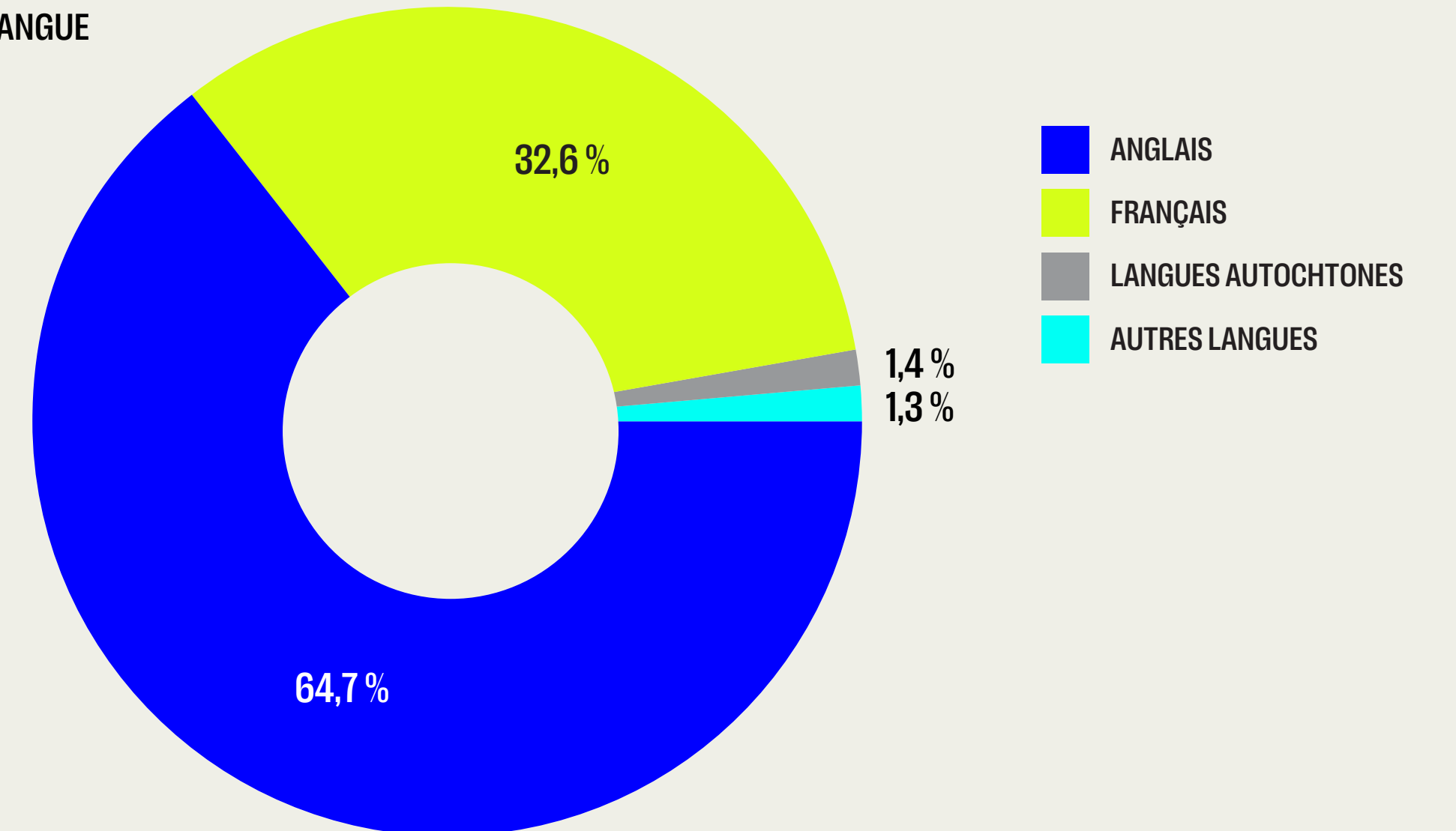
<sup>2</sup> Trois projets approuvés en 2022-2023 et 2023-2024 ont reçu un financement supplémentaire par l'intermédiaire du Programme des enveloppes des télédiffuseurs - Développement en 2024-2025. Ce financement est reflété dans les Résultats de financement.

\* En 2024-2025, les initiatives de développement de l'industrie n'étaient pas tenues de fournir des données sur la langue.

### FINANCEMENT DU FMC PAR ACTIVITÉ 2024-2025



### FINANCEMENT DU FMC PAR LANGUE DE PRODUCTION\* 2024-2025



# SURVOL DU FINANCEMENT PAR PROGRAMME (SUITE)

## Ventilation par programme 2024-2025

PROGRAMME	FINANCEMENT (EN M\$)				
	LANGUE ANGLAISE	LANGUE FRANÇAISE	LANGUES AUTOCHTONES	AUTRES	TOTAL
INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION	14,9	3,2	—	—	18,1
PROJETS COMMERCIAUX	12,5	3,5	—	—	16,0
PROTOTYPAGE	7,2	1,0	—	—	8,2
ITÉRATION	3,0	0,5	—	—	3,5
CONCEPTUALISATION	1,0	0,2	—	—	1,1
PROGRAMME POUR LA CRÉATION NUMÉRIQUE	0,2	0,1	—	—	0,3
<b>TOTAL, MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS</b>	<b>38,8</b>	<b>8,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>47,3</b>
ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS – PRODUCTION	138,7	72,8	0,6	—	212,1
ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS – DÉVELOPPEMENT	4,2	2,2	—	—	6,4
ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS – DIVERSITÉ LINGUISTIQUE	—	—	—	4,7	4,7
PROGRAMME DESTINÉ AUX COMMUNAUTÉS RACISÉES – DÉVELOPPEMENT ET PRÉDÉVELOPPEMENT	2,7	0,6	—	—	3,2
PROGRAMME DESTINÉ AUX COMMUNAUTÉS RACISÉES – PRODUCTION	6,7	4,3	—	—	11,0
PROGRAMME DE PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE – DÉVELOPPEMENT	—	0,5	—	—	0,5
PROGRAMME DE PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE – PRODUCTION	—	11,9	—	—	11,9
PRIME POUR LA PRODUCTION RÉGIONALE DE LANGUE ANGLAISE	11,6	—	0,3	—	11,8
PROGRAMME AUTOCHTONE – DÉVELOPPEMENT	1,1	0,2	0,4	—	1,7
PROGRAMME AUTOCHTONE – PRODUCTION	3,7	1,7	3,1	—	8,5
DISTRIBUTEURS	6,7	3,3	—	—	10,0
DOCUMENTAIRES D'AUTEUR	5,0	2,6	—	—	7,5
MESURE INCITATIVE POUR LA PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE EN MILIEU MINORITAIRE	6,1	—	—	—	6,1
MESURE INCITATIVE POUR LA PRODUCTION RÉGIONALE DE LANGUE FRANÇAISE AU QUÉBEC	—	3,5	—	—	3,5
PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT D'UN ENSEMBLE DE PROJETS	1,9	0,9	—	—	2,8

EN RAISON DES ARRONDIS, LES TOTAUX DE CE TABLEAU PEUVENT NE PAS CORRESPONDRE EXACTEMENT À LA SOMME DES VALEURS INDIQUÉES.

SUITE DU TABLEAU À LA PAGE SUIVANTE

# SURVOL DU FINANCEMENT PAR PROGRAMME (SUITE)

## Ventilation par programme 2024-2025 (suite)

PROGRAMME	FINANCEMENT (EN M\$)				TOTAL
	LANGUE ANGLAISE	LANGUE FRANÇAISE	LANGUES AUTOCHTONES	AUTRES	
PRÉDÉVELOPPEMENT	1,3	0,4	—	—	1,7
MESURE INCITATIVE POUR LES PROJETS NORDIQUES – DÉVELOPPEMENT	0,1	0,1	—	—	0,2
MESURE INCITATIVE POUR LES PROJETS NORDIQUES – PRODUCTION	0,4	0,1	0,2	—	0,7
PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL DE LANGUE FRANÇAISE AU QUÉBEC	—	0,4	—	—	0,4
<b>TOTAL, CONTENU LINÉAIRE</b>	<b>190,1</b>	<b>105,2</b>	<b>4,6</b>	<b>4,7</b>	<b>304,7</b>
SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE	2,0	0,5	—	—	2,5
INITIATIVES DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE	—	—	—	—	4,4
FONDS POUR LA DIVERSITÉ DES VOIX	1,8	0,5	0,2	—	2,5
<b>TOTAL, INDUSTRIE</b>	<b>3,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>9,3</b>
PARTENARIAT FMC-FONDS QUÉBECOR DE SOUTIEN À LA PRODUCTION DE PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES DESTINÉES AUX MARCHÉS INTERNATIONAUX	—	1,0	0,1	—	1,1
PARTENARIAT ENTRE LE FMC ET LE PROGRAMME D'AIDE À L'EXPORTATION DU FONDS QUÉBECOR	—	1,1	—	—	1,1
PROGRAMME D'AIDE AU PROTOTYPAGE D'UNE SÉRIE D'ANIMATION JEUNESSE FMC-SODEC	0,1	0,9	—	—	1,0
PROGRAMME DE PRODUCTION DE SÉRIES DE FICTION DE FORMAT COURT FMC-FIP	0,7	0,3	—	—	1,0
PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE SÉRIES DE FICTION DE FORMAT COURT FMC-FIP	0,4	0,2	—	—	0,6
PROGRAMME DE SOUTIEN À LA CROISSANCE DE SOCIÉTÉS DE JEUX VIDÉO FMC-CREATIVE BC	0,5	—	—	—	0,5
PROGRAMME INTERACTIF ET IMMERSIF DU BEA EN PARTENARIAT AVEC LE FMC	0,4	—	0,1	—	0,5
PROGRAMME D'AIDE AU PRÉDÉVELOPPEMENT DE SÉRIES TÉLÉVISÉES BASÉES SUR DES ADAPTATIONS LITTÉRAIRES FMC-SODEC	—	0,2	—	—	0,2
PROGRAMME ONTARIO CRÉATIF-FMC D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS MNI	0,1	0,01	—	—	0,1
PROGRAMME POUR LE PRÉDÉVELOPPEMENT FMC-MUSIQUE ET FILM MANITOBA	0,1	0,02	—	—	0,1
MESURES INCITATIVES INTERNATIONALES	0,4	0,4	—	—	0,8
<b>TOTAL</b>	<b>235,5</b>	<b>118,7</b>	<b>5,0</b>	<b>4,7</b>	<b>368,3</b>

EN RAISON DES ARRONDIS, LES TOTAUX DE CE TABLEAU PEUVENT NE PAS CORRESPONDRE EXACTEMENT À LA SOMME DES VALEURS INDIQUÉES.

# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS : IDÉATION

Le FMC finance le développement de contenu de médias numériques interactifs (MNI) et immersifs par le truchement des programmes et partenariats du pilier Idéation destinés aux MNI.

Pour encourager la diversité et l'inclusion, des points sont accordés pour les titulaires de postes clés qui sont membres de communautés reflétant la diversité<sup>3</sup> (pondération de 2 %) ou qui s'identifient comme femme (pondération de 2 %) dans la grille d'évaluation des programmes du pilier Idéation destinés aux MNI.

<sup>3</sup> Voir la définition en annexe.



# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS : IDÉATION



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.



**CONCEPTUALISATION :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

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.



**PROTOTYPAGE :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

Renouvelé en 2024-2025, le **Programme d'Ontario créatif et du FMC d'aide au développement des produits de médias numériques interactifs** soutient le développement de projets de MNI qui

en sont aux premières étapes et qui sont menés par des sociétés ontariennes émergentes détenues par des Autochtones et des personnes issues de groupes méritant l'équité. Les requérants retenus reçoivent du financement pour le développement d'un nouveau projet de MNI (jeux vidéo, séries Web de format court, contenu pour appareil mobile, contenu numérique à vocation éducative, expériences de réalité étendue et projets d'édition numérique).



**ONTARIO CRÉATIF-FMC - DÉVELOPPEMENT :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS : CRÉATION

Le FMC finance la production de contenu de médias numériques interactifs (MNI) et immersifs par le truchement de ses programmes du pilier Création destinés aux MNI.

Pour encourager la diversité et l'inclusion, des points sont accordés pour les titulaires de postes clés qui sont membres de communautés reflétant la diversité<sup>4</sup> (pondération de 2 %) ou qui s'identifient comme femme (pondération de 2 %) dans la grille d'évaluation des programmes destinés aux MNI.

<sup>4</sup> Voir la définition en annexe.



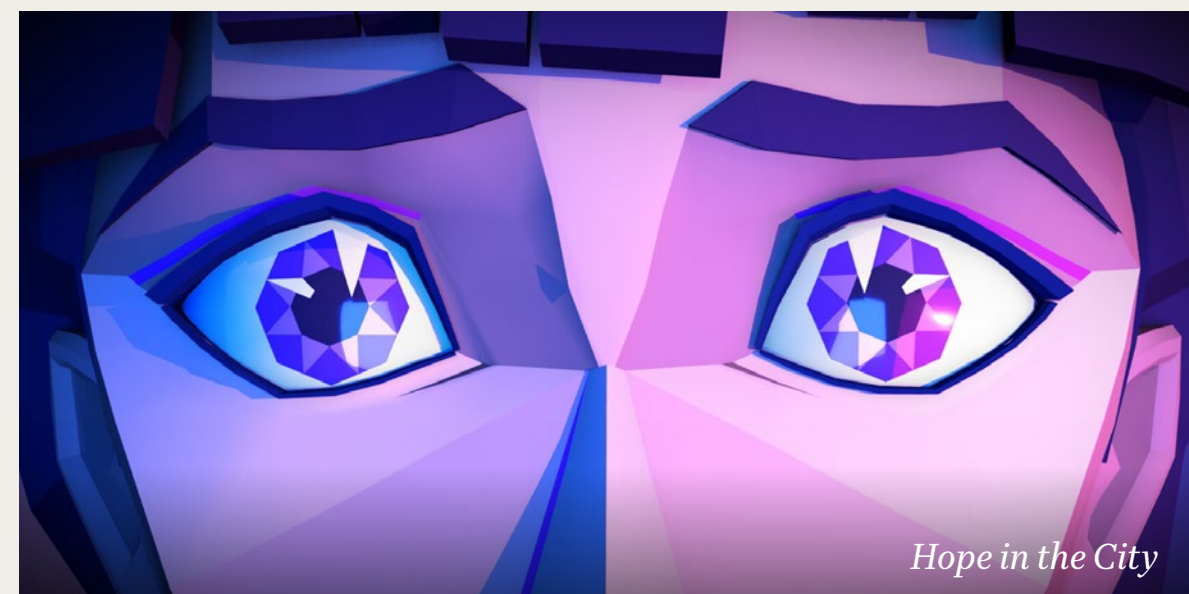
# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS : CRÉATION

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. En 2024-2025, 18,1 M\$ ont été investis dans 17 projets.

 **INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

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. En 2024-2025, 16,0 M\$ ont été octroyés à 12 projets au titre de ce programme.

 **PROJETS COMMERCIAUX : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



Le **Programme d'itération** est une initiative pilote qui soutient la création de contenu pour des projets de médias numériques interactifs (MNI) précédemment financés par le FMC qui ont fait leurs preuves sur le marché. En 2024-2025, 3,5 M\$ ont été octroyés à 14 projets au titre de ce programme.

 **ITÉRATION : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

En 2024-2025, le FMC a lancé le **Programme pilote pour la création numérique** afin de répondre à la croissance de la consommation de contenu sur les plateformes de médias sociaux au Canada. Ce programme soutient la trajectoire de croissance de créateurs et créatrices de contenu numérique en milieu de carrière qui produisent des vidéos courtes exclusivement pour YouTube, Instagram, TikTok et Facebook. À l'issue d'un processus de sélection, 318 k\$ ont été versés à 16 projets dans le cadre de ce programme.

 **CRÉATION NUMÉRIQUE : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS: CRÉATION (SUITE)

NOMBRE DE DEMANDES

72

DEVIS MOYEN EN PRODUCTION

1,0 M\$

VOLUME DE PRODUCTION DES PROJETS FINANCÉS PAR LE FMC  
2024-2025

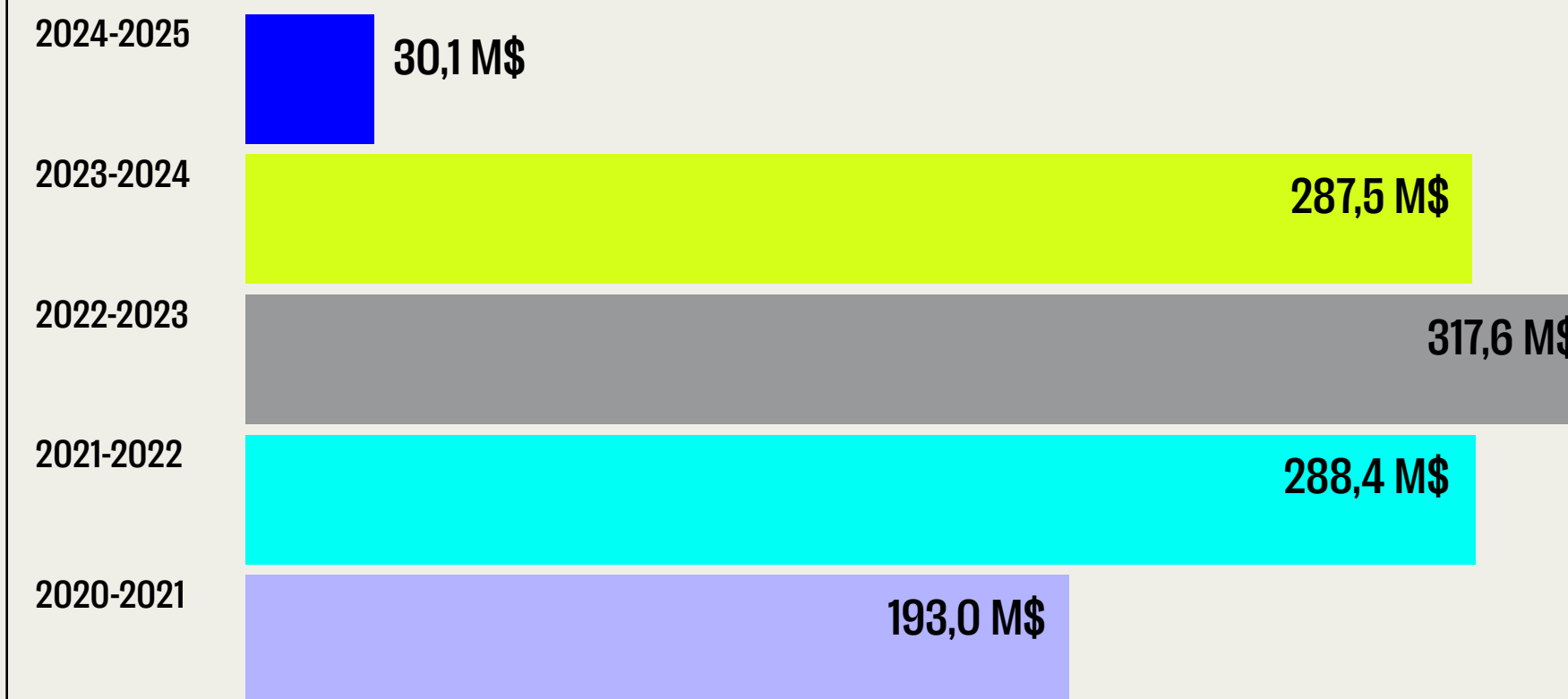
FINANCEMENT  
DU FMC

39,2 M\$

VOLUME DE  
PRODUCTION

71,3 M\$

VENTES PAR ANNÉE DE RAPPORT



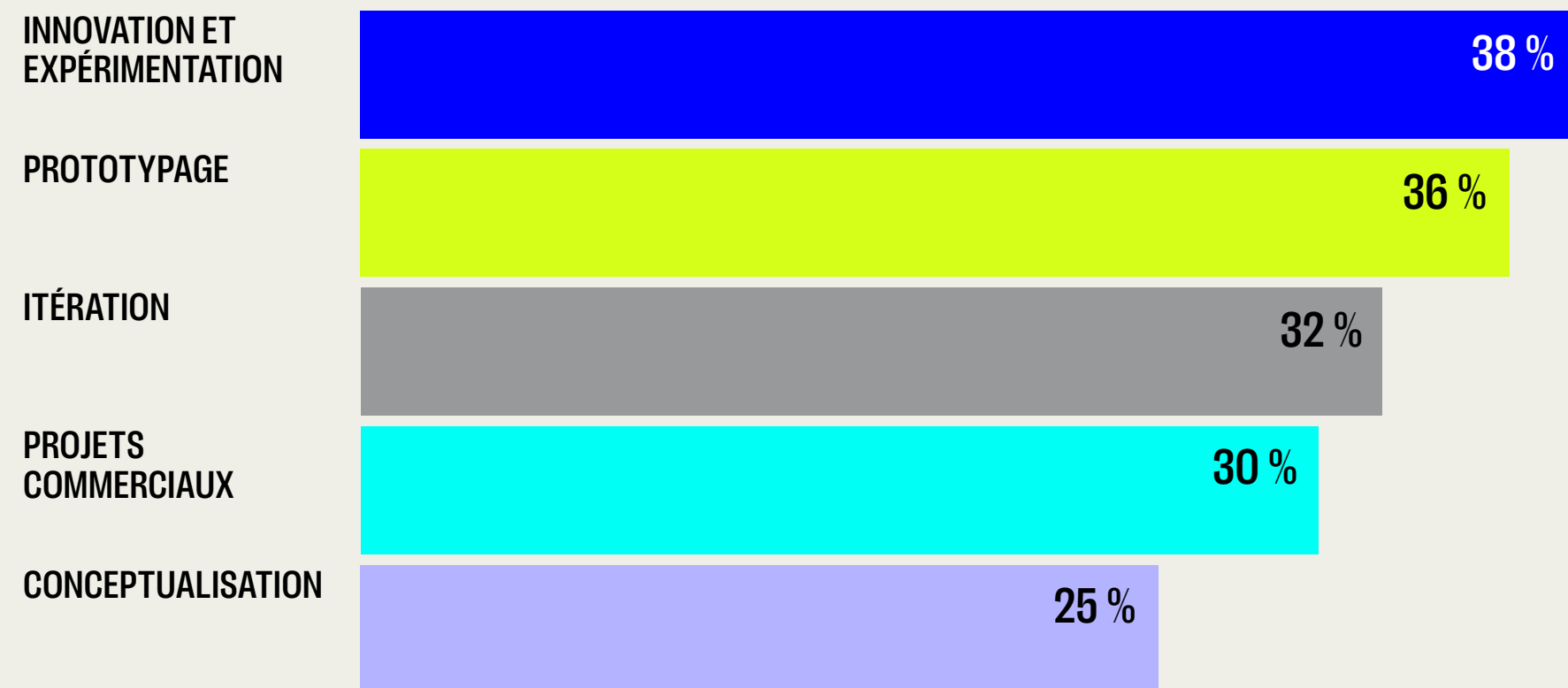
NOMBRE DE PROJETS AYANT RÉALISÉ DES VENTES



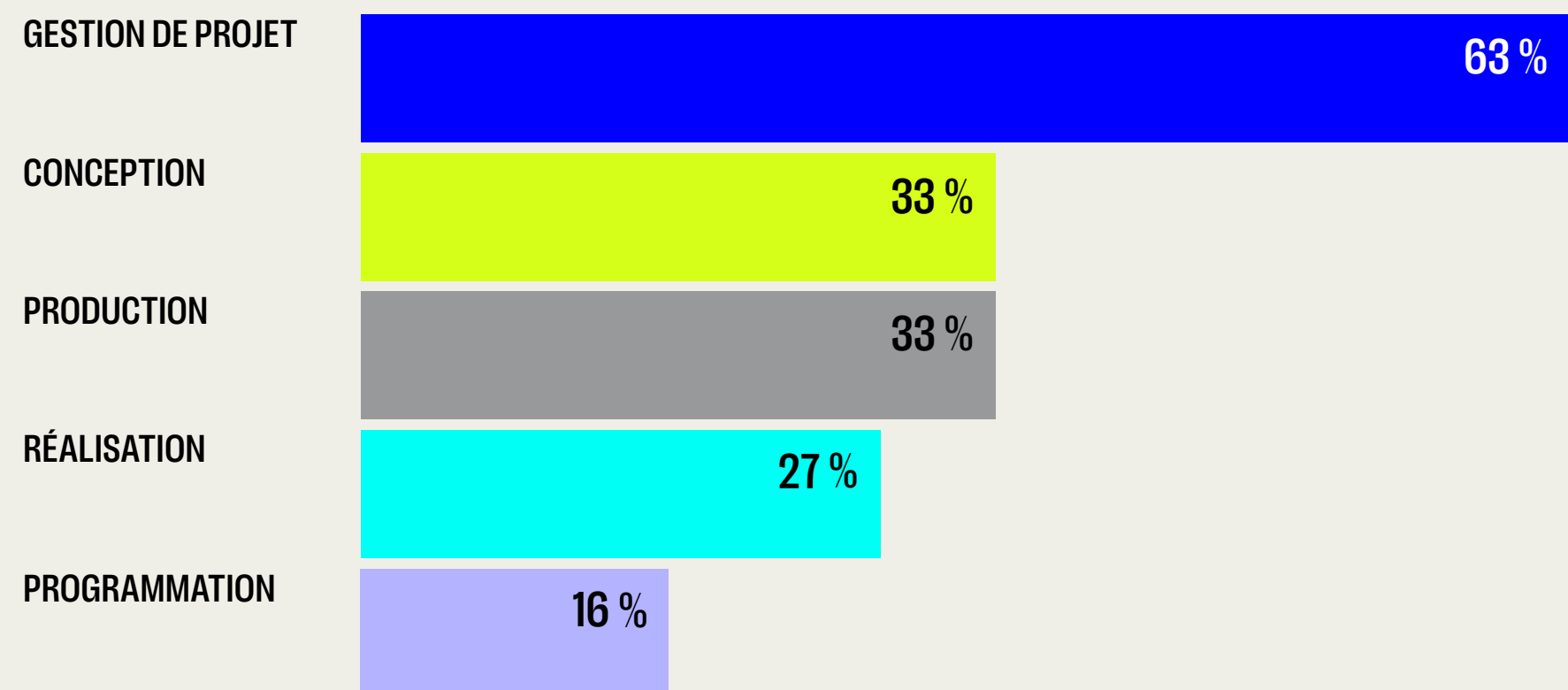
# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS: CRÉATION (SUITE)

Dans l'ensemble, 32 % des titulaires de postes clés ou de création s'identifient comme femme, et 50 %, comme membre d'une communauté reflétant la diversité.

TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR PROGRAMME



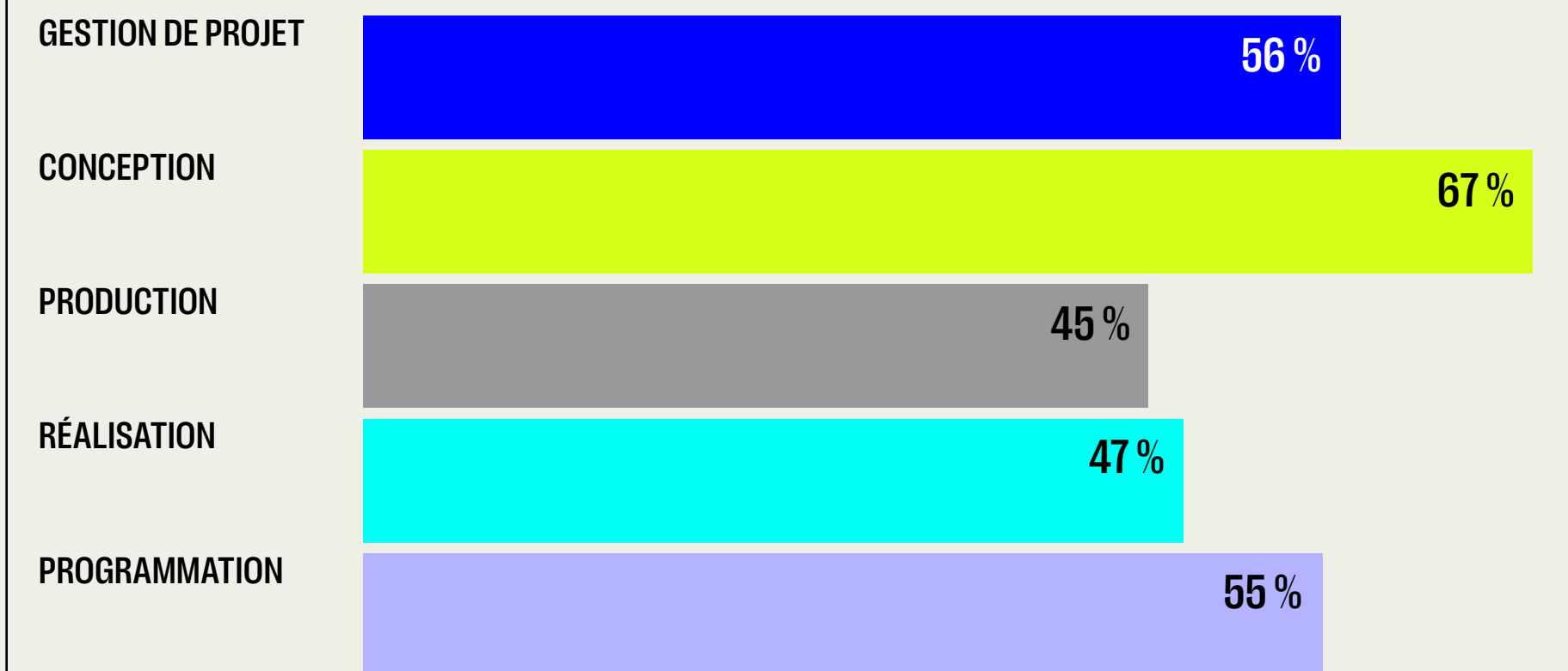
TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR POSTE CLÉ



TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ PAR PROGRAMME



TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ PAR POSTE CLÉ



# ÉTÉ



Magnifié par le directeur créatif Lazlo Bonin, *Été* est le tout premier jeu du studio montréalais Impossible. Ode au flânage urbain, il invite à peindre la métropole à l'aquarelle, tout en résolvant des énigmes et en collaborant avec d'autres peintres durant la période estivale. Considéré comme un « *cozy game* », il ne comporte aucune violence, ni pression, ni possibilité d'échec. Il mise plutôt sur la contemplation et la célébration des symboles emblématiques de la métropole québécoise : ruelles vertes, enseignes de métro, tams-tams du parc Jeanne-Mance, et autres montréalités. Depuis son lancement à l'été 2024, il ne cesse de récolter des évaluations positives.

Disponible sur YouTube, *Life with Kiki* est une série numérique pensée par des mamans allumées pour des enfants curieux de nature. Elle propose des vidéos éducatives animées par Kiki (interprétée par Katey Hoffman), une Britanno-Colombienne qui aime porter du jaune et découvrir le monde qui l'entoure. L'émission valorise notamment l'apprentissage par le jeu ainsi que les joies de la nature à travers une foule d'activités : journée de ski, préparation d'une fête-surprise, cueillette de citrouilles, et bien plus encore. Offrant des astuces judicieuses et des contenus complémentaires sur Instagram et TikTok, elle charme un public grandissant semaine après semaine.



# LIFE WITH KIKI

# CONTENU LINÉAIRE : IDÉATION

Les programmes et partenariats linéaires rassemblés dans le pilier Idéation du FMC offrent un financement pour le développement et le pré-développement de contenus audiovisuels dans quatre genres sous-représentés : Dramatiques, Enfants et jeunes, Documentaire, ainsi que Variétés et arts de la scène.



Photo: Eric Myre

Classé secret

# CONTENU LINÉAIRE : IDÉATION

Dans le cadre du **Programme des enveloppes des télédiffuseurs** destiné aux projets de développement, le FMC alloue aux télédiffuseurs de langues française et anglaise des enveloppes financières dont la somme reflète leurs antécédents en matière de soutien au développement de contenu canadien. Ce sont les télédiffuseurs qui engagent ces fonds dans des projets de développement, mais le financement est directement versé aux sociétés de production.

 **ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS - DÉVELOPPEMENT : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



Par le **Programme pilote de développement d'un ensemble de projets**, le FMC a continué d'innover en soutenant des projets auxquels aucun télédiffuseur n'est lié et qui en sont à l'étape du développement. Au total, 38 maisons de production ont reçu 2,8 M\$.

 **PILOTE DE DÉVELOPPEMENT D'UN ENSEMBLE DE PROJETS : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

Partenariat entre le FMC et la SODEC, le **Programme d'aide au pré-développement de séries télévisées basées sur des adaptations littéraires FMC-SODEC** s'est poursuivi en 2024-2025. Le FMC a engagé 233 k\$ au titre de celui-ci pour soutenir 14 projets de langue française du Québec.

 **FMC-SODEC - PRÉ-DÉVELOPPEMENT : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



# CONTENU LINÉAIRE : IDÉATION (SUITE)

Un deuxième partenariat a été établi avec la SODEC en 2024-2025. Le **Programme d'aide au prototypage d'une série d'animation jeunesse** a été créé pour accélérer le développement de propriétés intellectuelles québécoises d'animation destinées à de jeunes publics. Le FMC a versé 1,0 M\$ à neuf projets dans le cadre de ce programme.



**FMC-SODEC - PROTOTYPAGE :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



Cub Camp

Le **Programme FMC-Fonds indépendant de production (FIP) de développement de séries de fiction de format court** accorde un soutien financier pour le développement de séries dramatiques numériques originales initialement créées pour le Web. Le FMC a versé 594 k\$ à 33 projets dans le cadre de ce programme.



**FMC-FIP - DÉVELOPPEMENT :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

Enfin, par le truchement d'un nouveau partenariat avec Musique et film Manitoba (MFM), sept projets ont reçu 102 k\$. Le **Programme FMC-MFM de financement pour le prédéveloppement de projets documentaires** a été mis sur pied en reconnaissance du besoin de stimuler la création et le développement de projets documentaires novateurs et commercialisables et des coûts élevés pour les amener sur le marché.

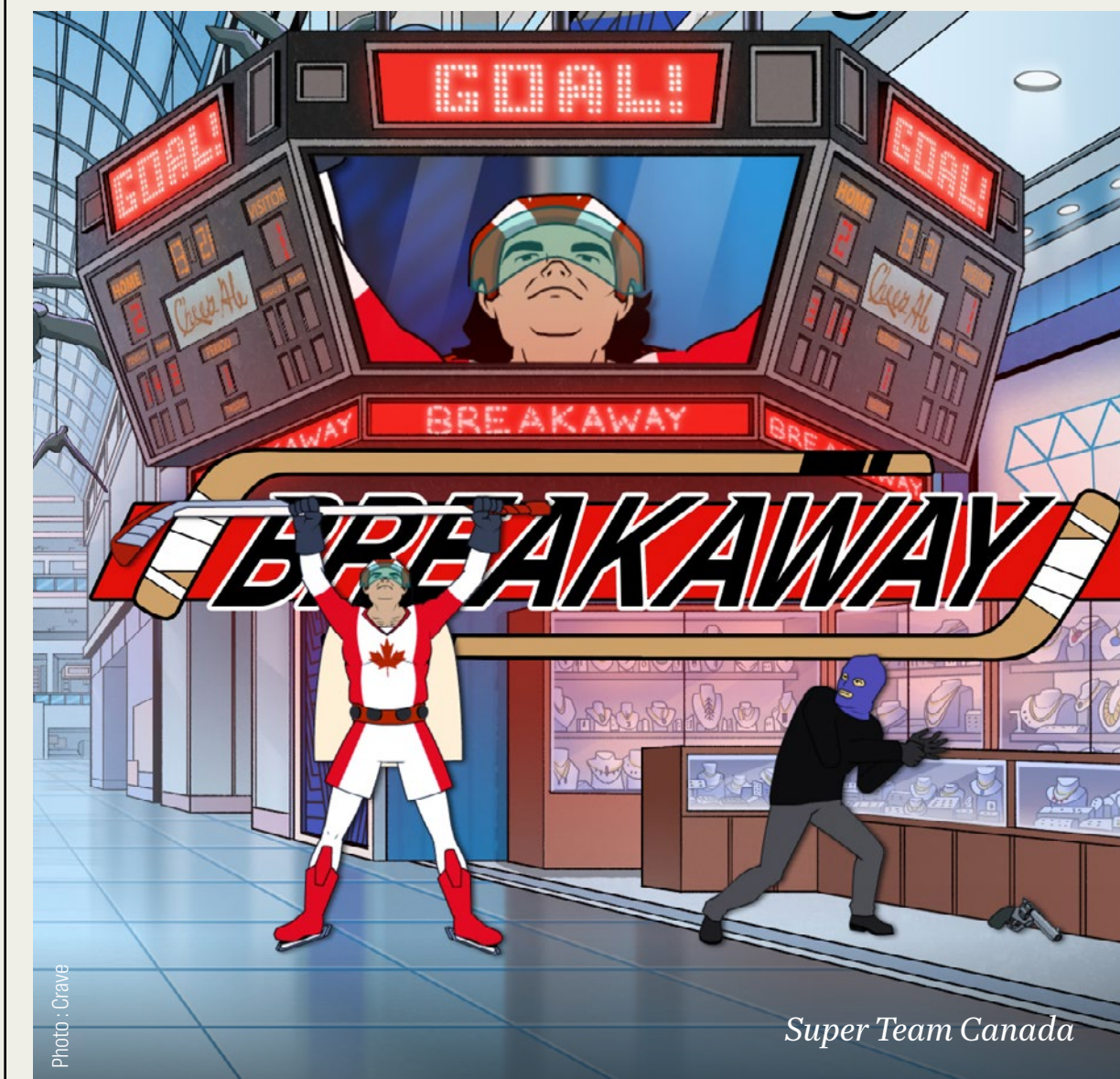


**FMC-MFM - PRÉDÉVELOPPEMENT :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

De l'aide au développement a également été versée par le truchement du Programme autochtone, du Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire, du Programme destiné aux communautés racisées, ainsi que des mesures destinées aux projets régionaux. Les allocations attribuées dans le cadre de ces programmes et incitatifs sont présentées dans les sections du présent rapport consacrées à chacun.



Lakay Nou



Super Team Canada

# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION

Les programmes et partenariats de contenu linéaire regroupés dans le pilier Création du FMC financent la production de contenu audiovisuel canadien dans les genres sous-représentés suivants : Dramatiques, Enfants et jeunes, Documentaires et Variétés et arts de la scène.



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION



Les programmes destinés au contenu linéaire visent à procurer aux auditoires un accès à du contenu d'ici partout, en tout temps, sur la plateforme de leur choix.

Les programmes et les mesures incitatives constituant ce pilier visent à encourager la création de contenu dans toutes les régions du pays et dans toutes les langues parlées par la population canadienne afin de présenter une diversité de voix sur les écrans d'ici. La majeure partie du financement de ce pilier est versée au moyen du Programme des enveloppes des télédiffuseurs destiné aux projets de production.

Le **Programme des enveloppes des télédiffuseurs** vise à encourager les partenariats entre les télédiffuseurs et les sociétés de production en vue de créer du contenu que les auditoires canadiens peuvent visionner en tout temps, sur l'écran de leur choix. Dans le cadre de ce programme, le FMC alloue aux télédiffuseurs de langues française et anglaise des enveloppes financières dont la somme reflète leurs antécédents en matière de soutien à la programmation canadienne, conformément au mandat du FMC.

Dans le cadre de ce mandat, le FMC est notamment tenu de soutenir les projets issus de communautés reflétant la diversité. En 2024-2025, 15 % du financement du Programme des enveloppes des télédiffuseurs a été versé à des projets détenus par des requérants de communautés reflétant la diversité.

Ce sont les télédiffuseurs qui engagent ces fonds dans des projets canadiens, mais le financement est directement versé aux titulaires de droits de chacun des projets. En 2024-2025, 212,1 M\$ ont été engagés dans 444 productions au titre des enveloppes des télédiffuseurs.



**ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS -  
PRODUCTION : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

Le **Programme pour les documentaires d'auteur** favorise l'essor des documentaires d'auteur. Les fonds sont accordés à l'issue d'un processus sélectif suivant une grille d'évaluation. En 2024-2025, 7,5 M\$ ont été affectés à 29 projets au titre de ce programme.



**DOCUMENTAIRES D'AUTEUR :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

Le **Programme pour les distributeurs** est une initiative pilote qui, pour la première fois, permet aux distributeurs canadiens admissibles de verser des contributions financières afin de déclencher un financement du FMC sans qu'un télédiffuseur canadien ne soit requis. Ce programme ouvre l'accès au FMC à un éventail plus large de requérants et de tests de marchés qui n'avaient peut-être jamais participé au système de financement du FMC auparavant. Il propose également des solutions de financement créatives afin que davantage de contenu canadien soit vu au Canada et à l'international.

Au cours de sa première année, 23 projets sélectionnés ont reçu un total de 10,0 M\$ en financement.



**DISTRIBUTEURS :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

Dans la grille d'évaluation du Programme pour les documentaires d'auteur et du Programme pour les distributeurs, des points sont accordés pour les titulaires de postes clés qui sont membres de communautés reflétant la diversité (pondération de 2 %) ou qui s'identifient comme femme (pondération de 2 %).

Le **Programme de production de séries de fiction de format court FMC-Fonds indépendant de production (FIP)** a versé 996 k\$ à 12 projets en production.

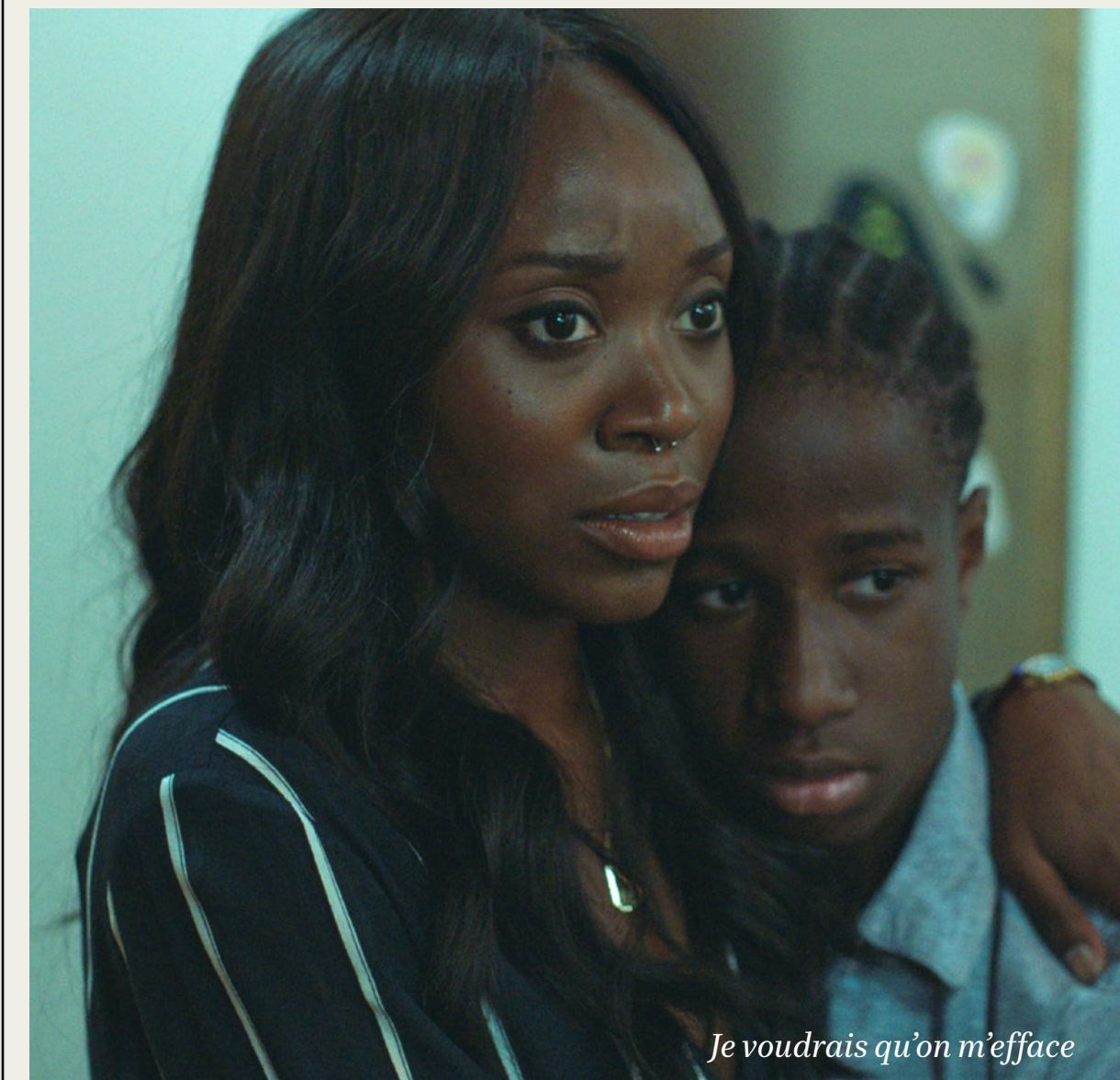


**FMC-FIP - PRODUCTION :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

Le **Soutien à la production de propriétés intellectuelles destinées aux marchés internationaux** est une collaboration entre le FMC et le Fonds Québecor (FQ). Ce programme finance des séries dramatiques de langue française tournées en prises de vue réelles, créées par des sociétés de production établies au Québec. Après avoir été sélectionnés par le Fonds Québecor et le FMC, les requérants retenus reçoivent des fonds pour compléter la contribution du Programme des enveloppes des télédiffuseurs du FMC, et ainsi accroître la valeur de production. Le FMC a versé 1,1 M\$ à 15 projets dans le cadre de ce programme.



**FMC-FQ - SOUTIEN AUX PROPRIÉTÉS  
INTELLECTUELLES : VOIR LES PROJETS  
SÉLECTIONNÉS**



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

Langue anglaise

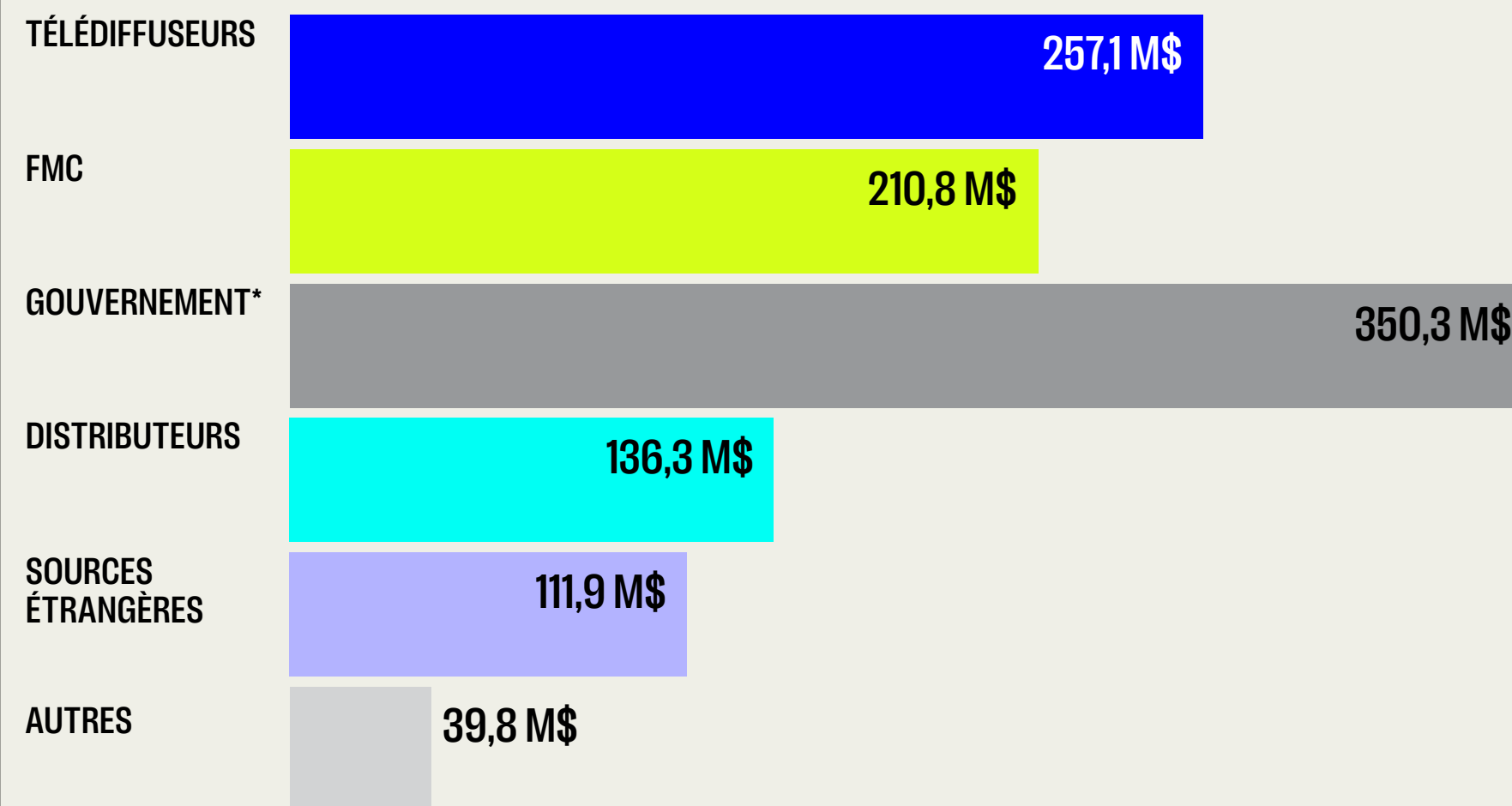
TOTAL D'HEURES FINANCÉES  
2024-2025

# 967

## VOLUME DE PRODUCTION DÉCLENCHÉ PAR LE FINANCEMENT DU FMC 2024-2025



## SOURCES DE FINANCEMENT À LA PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE 2024-2025

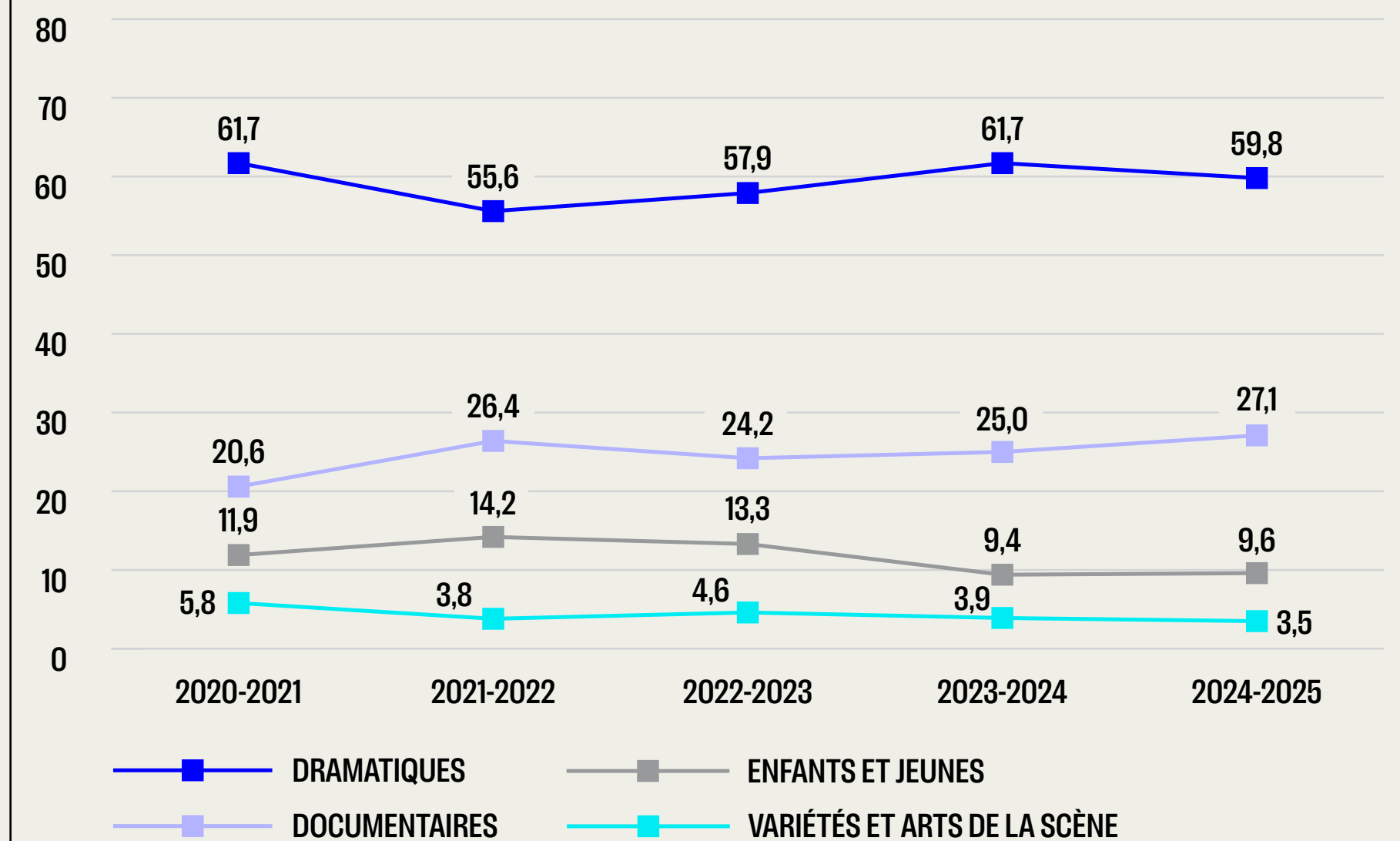


\* INCLUT LES AGENCES ET CRÉDITS D'IMPÔTS FÉDÉRAUX, PROVINCIAUX ET RÉGIONAUX.

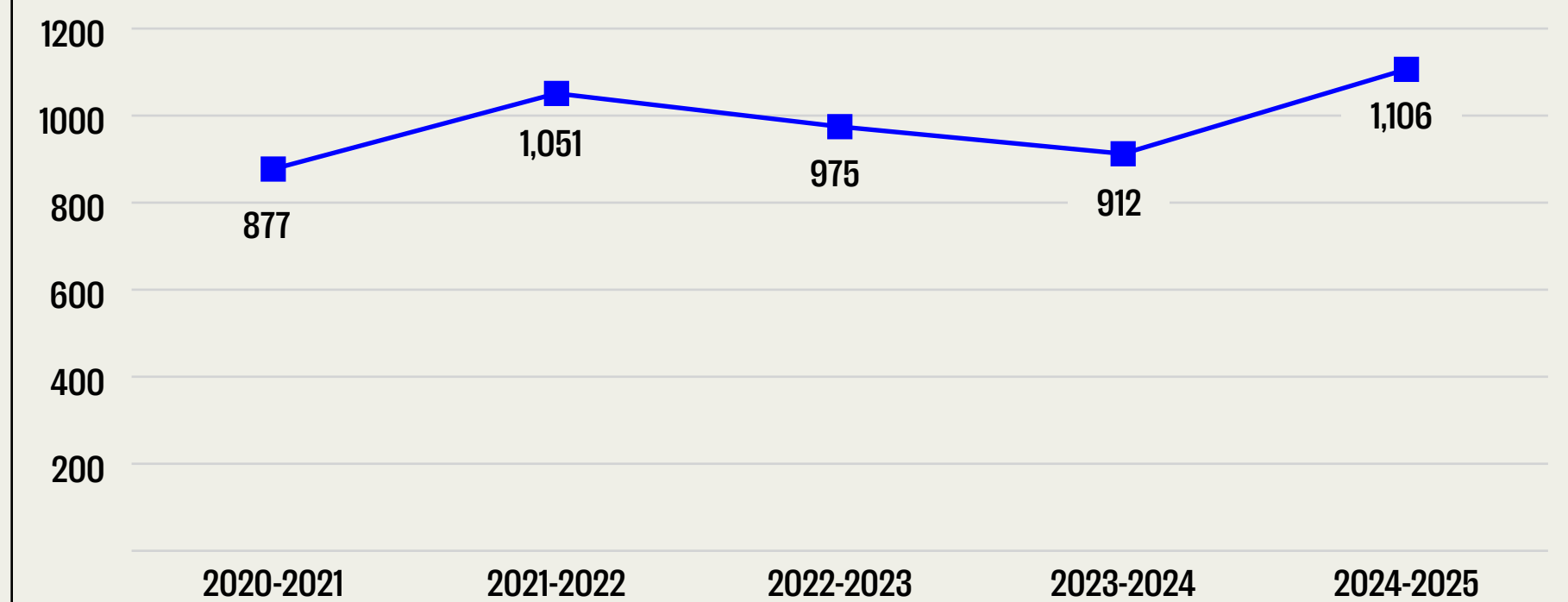
En 2024-2025, sur le marché de langue anglaise, le FMC a versé 19,1 % du financement total à la production, alors que les engagements des télédiffuseurs ont représenté 23,2 %<sup>5</sup>. Le volume de production total a atteint un sommet des cinq dernières années, s'établissant à 1 106 M\$.

<sup>5</sup> 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 2024-2025.

## TENDANCES DES GENRES DES PROJETS FINANCÉS, LANGUE ANGLAISE (%)



## TENDANCE DU VOLUME DE PRODUCTION (M\$)



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

Langue anglaise

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME

41%

DANS L'ENSEMBLE DES PROJETS DE LANGUE ANGLAISE FINANCÉS

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR POSTE CLÉ



## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ

40%

DANS L'ENSEMBLE DES PROJETS DE LANGUE ANGLAISE FINANCÉS

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ PAR POSTE CLÉ



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

Langue française

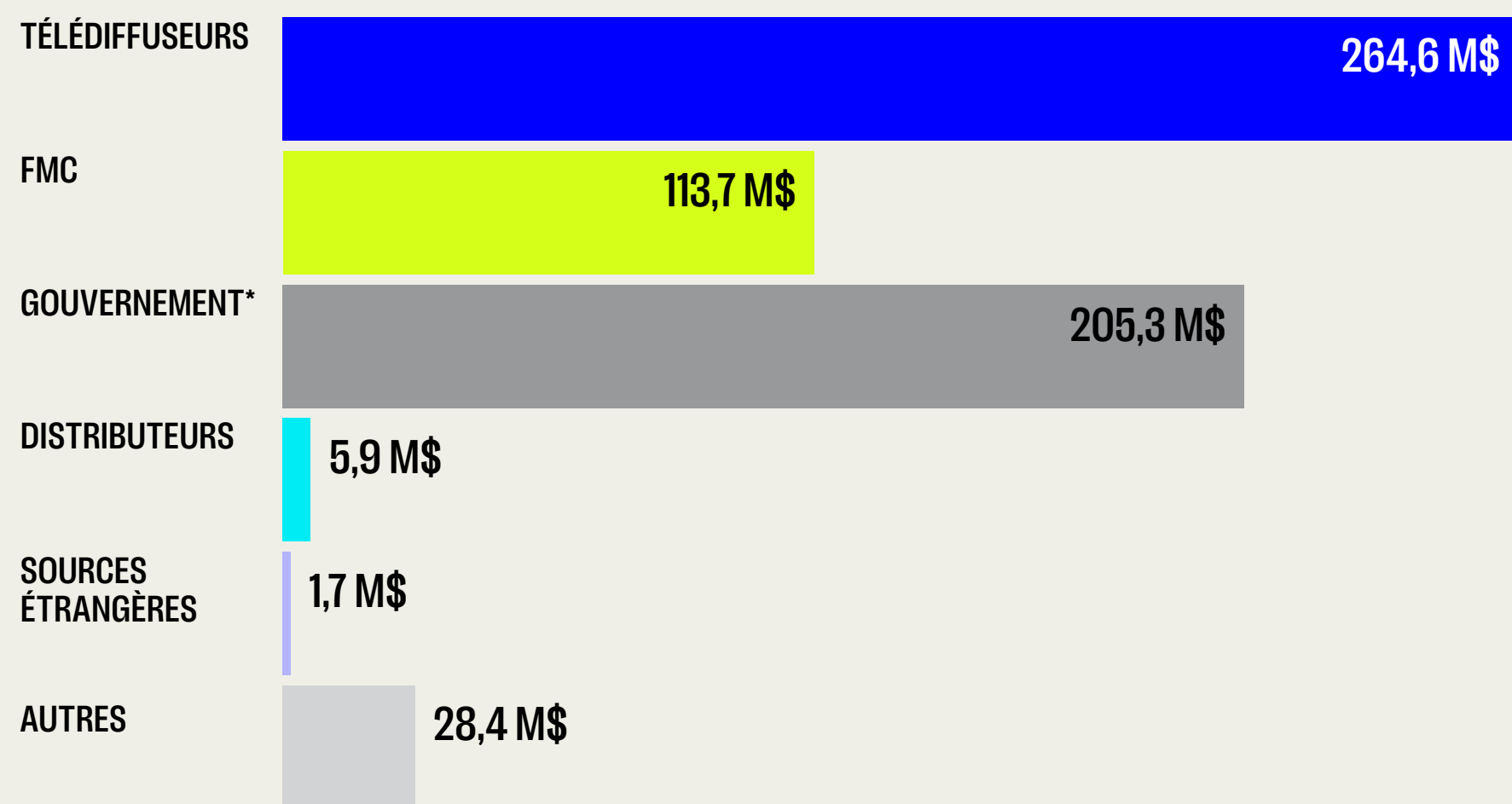
TOTAL D'HEURES FINANCÉES  
2024-2025

# 1617

## VOLUME DE PRODUCTION DÉCLENCHÉ PAR LE FINANCEMENT DU FMC 2024-2025



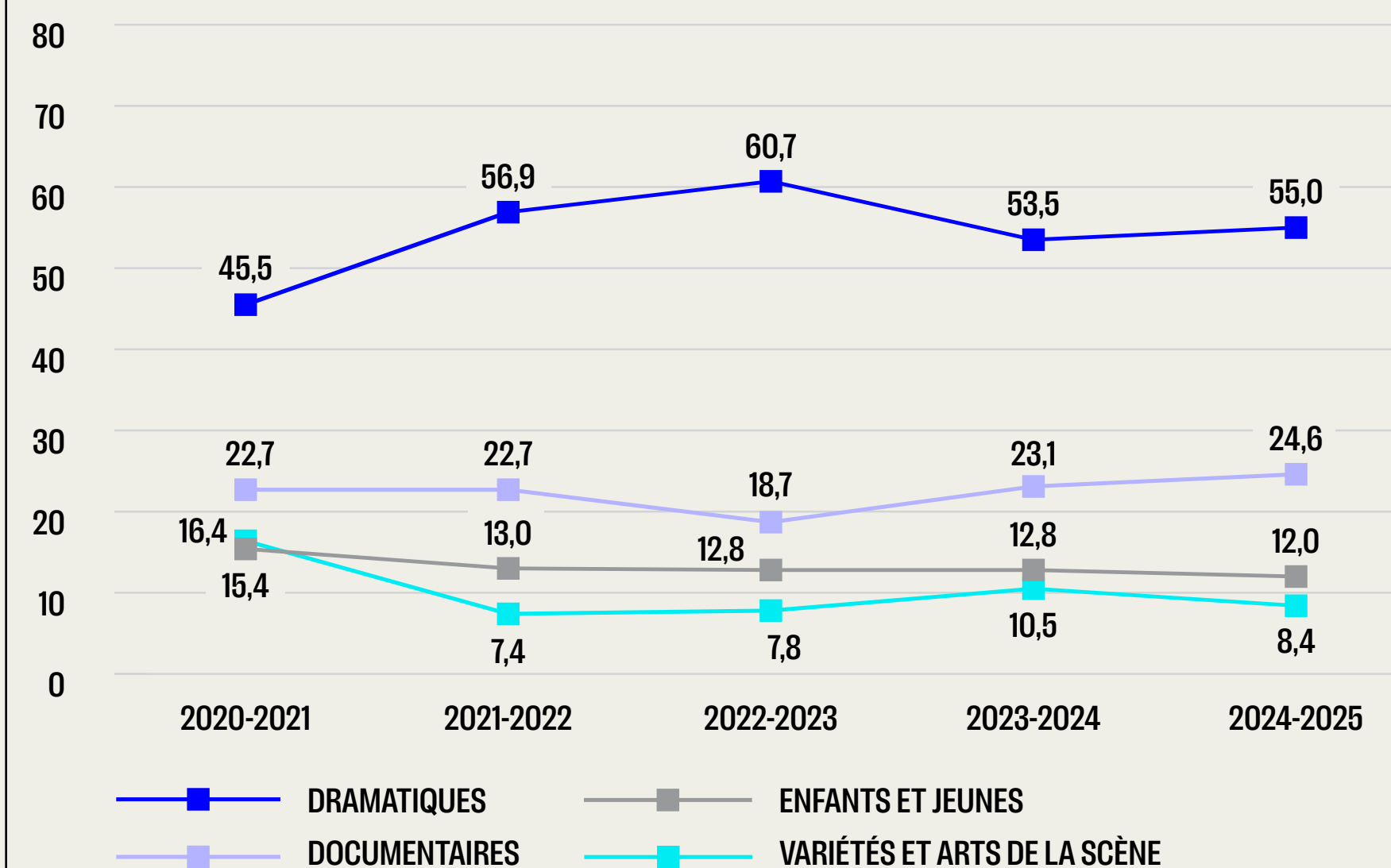
## SOURCES DE FINANCEMENT À LA PRODUCTION DE LANGUE FRANÇAISE 2024-2025



\* INCLUT LES AGENCES ET CRÉDITS D'IMPÔTS FÉDÉRAUX, PROVINCIAUX ET RÉGIONAUX.

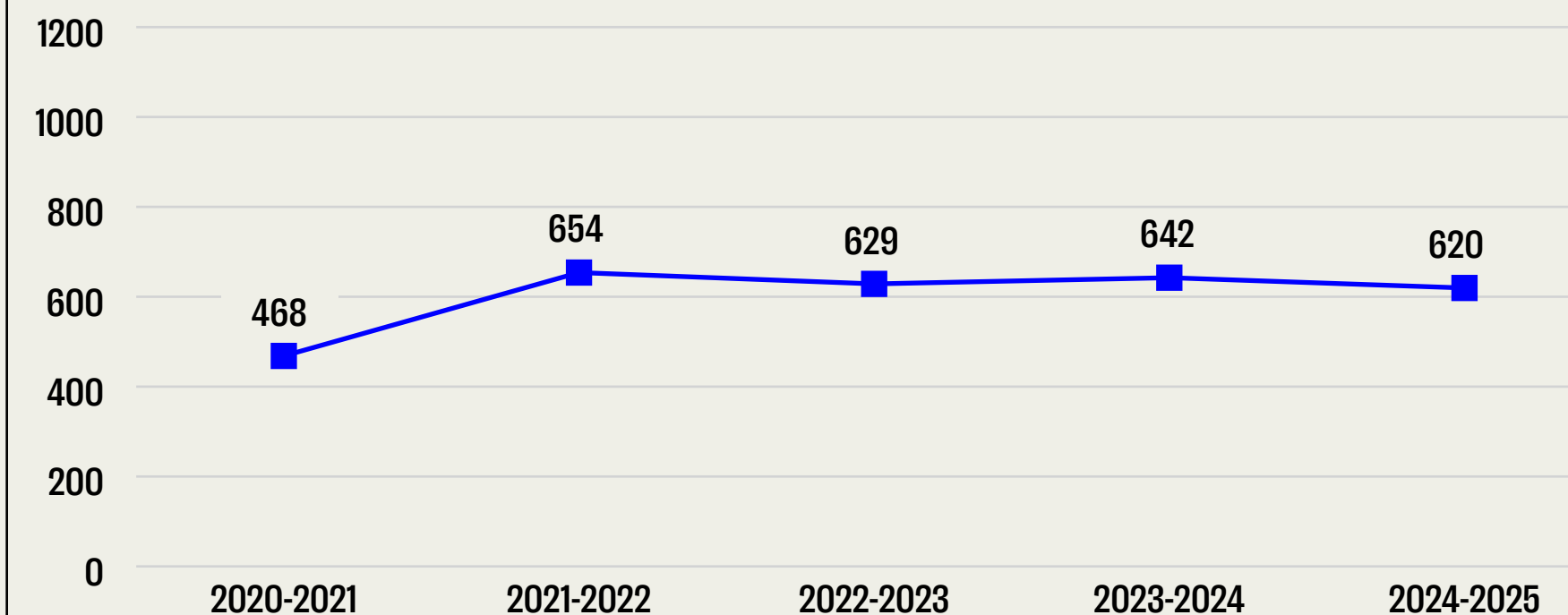
En 2024-2025, du côté du marché de langue française, le FMC a versé 18,3 % du financement total à la production, et les télédiffuseurs, 42,7 %. Le volume de production a diminué, mais il demeure supérieur à 600 M\$ depuis 2021-2022.

## TENDANCES DES GENRES DES PROJETS FINANCÉS, LANGUE FRANÇAISE (%)



Le financement du FMC versé à des émissions pour enfants et jeunes de langue française a diminué en 2024-2025; ce recul confirme une tendance à la baisse sur cinq ans.

## TENDANCE DU VOLUME DE PRODUCTION (M\$)



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

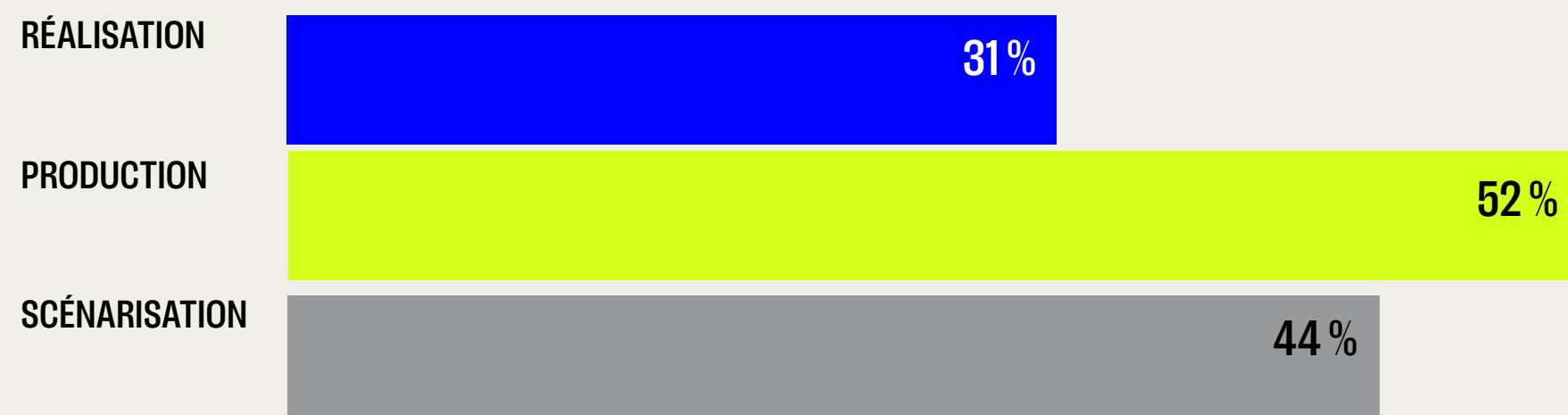
Langue française

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME

# 45%

DANS L'ENSEMBLE DES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉS

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR POSTE CLÉ



## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ

# 24%

DANS L'ENSEMBLE DES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE FINANCÉS

## PERSONNES QUI S'IDENTIFIENT COMME MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ REFLÉTANT LA DIVERSITÉ PAR POSTE CLÉ



# CONTENU LINÉAIRE : CRÉATION (SUITE)

Toutes les langues

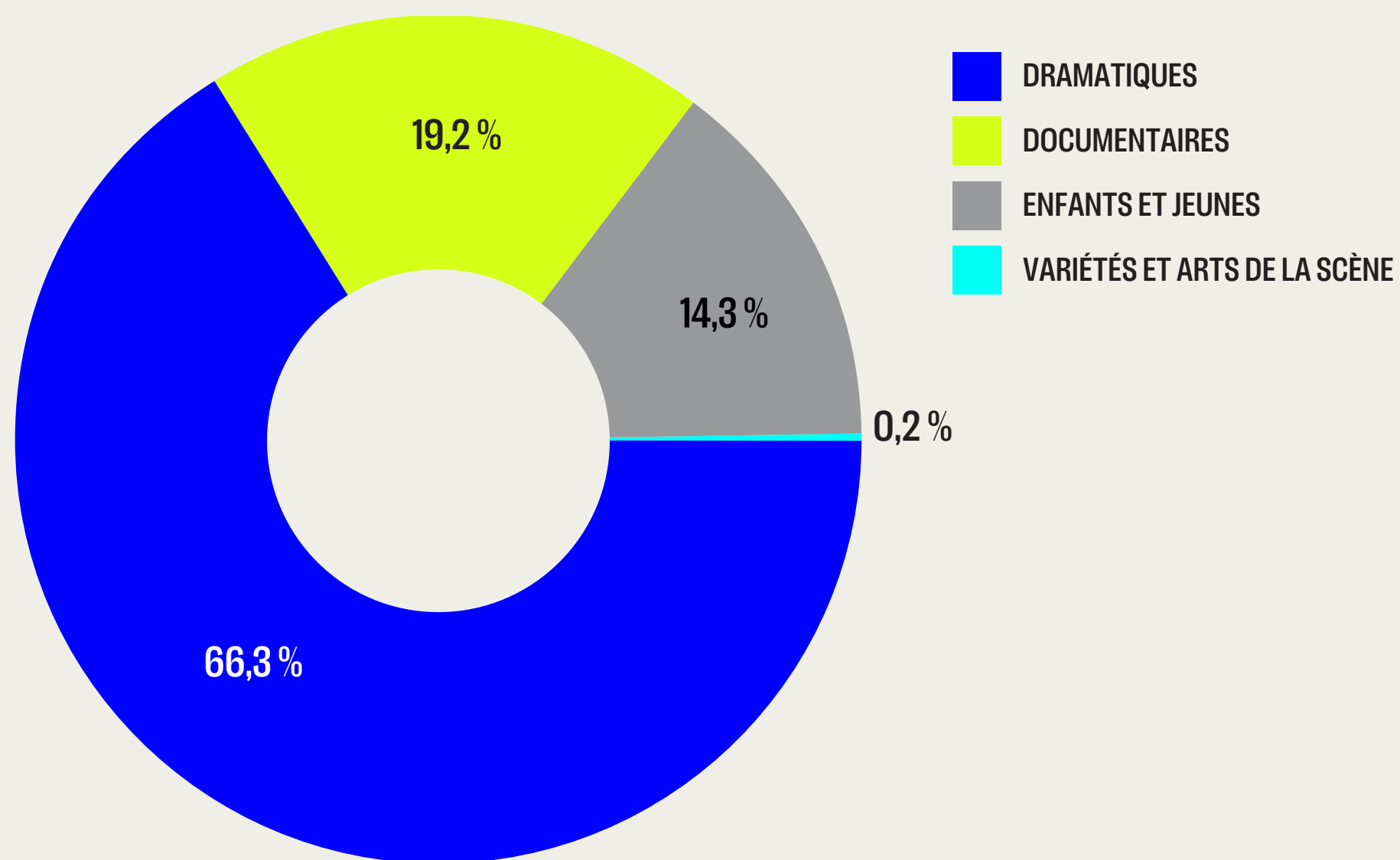
VENTES TOTALES DES CINQ PROJETS  
LES PLUS VENDUS  
2024-2025

**33,0 M\$**

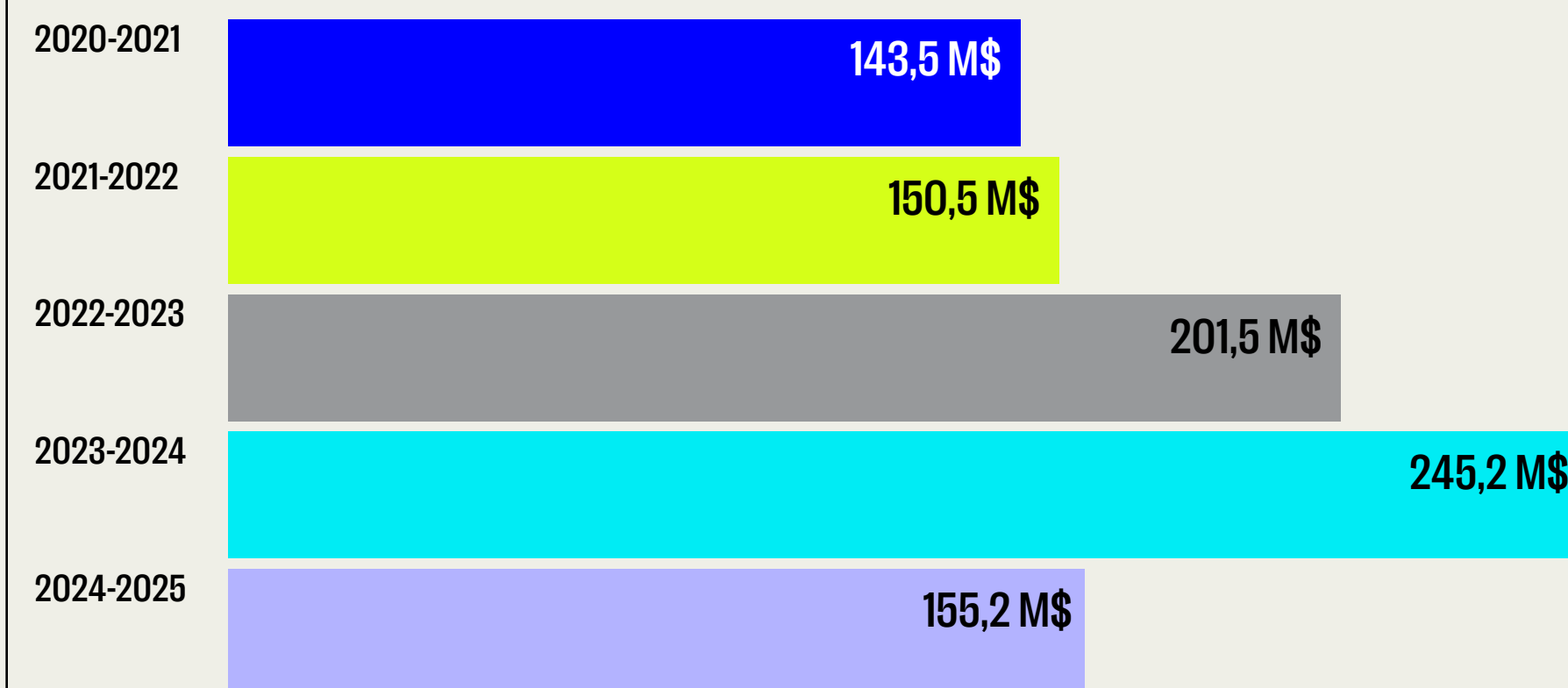
VENTES MOYENNES DES CINQ PROJETS  
LES PLUS VENDUS  
2024-2025

**6,6 M\$**

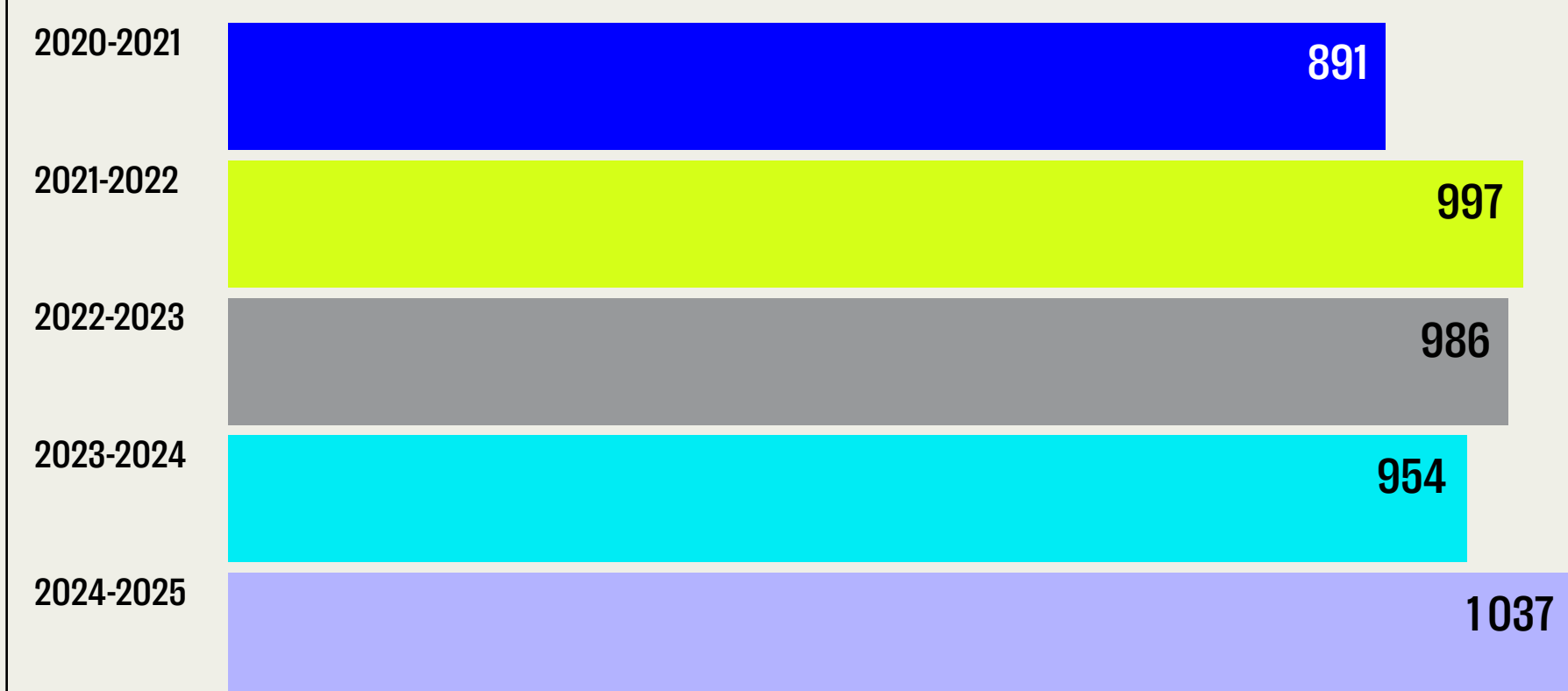
VENTES PAR GENRE



VENTES PAR ANNÉE DE RAPPORT



NOMBRE DE PROJETS AYANT RÉALISÉ DES VENTES



# EMPATHIE

Réalisée par Guillaume Lonergan, la série québécoise *Empathie* plonge dans un univers rarement exploré à l'écran : la psychiatrie. Elle suit le quotidien mouvementé de Suzanne Bien-Aimé, une criminologue devenue psychiatre à l'Institut Mont-Royal. Déclinée en 10 épisodes écrits par Florence Longpré avec l'appui de deux psychiatres, elle navigue habilement entre le drame et l'humour, entre la force et la fragilité humaine. Depuis sa mise en ligne sur Crave, elle a généré plus de visionnements que les versions françaises de *The Last of Us* et *The White Lotus*. Elle a aussi remporté le Prix du public au Festival Séries Mania 2025, en France.

# SOUTIEN AU CONTENU AUTOCHTONE

En 2024-2025, le FMC a soutenu des projets pilotés par des membres des Premières Nations, des Inuit et des Métis de partout au pays.



*So Surreal: Behind the Masks*

# SOUTIEN AU CONTENU AUTOCHTONE

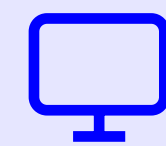


Warrior Up!



Treaty Road

Le **Programme autochtone** favorise l'essor de la production audiovisuelle autochtone (Premières Nations, Inuit, Métis). L'aide à la production est attribuée selon un processus sélectif; 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 %) au sein des postes clés. L'aide au développement et au pré-développement est distribuée aux projets selon le principe du « premier arrivé, premier servi ». En 2024-2025, le Programme autochtone a versé 8,5 M\$ à 15 projets en production et 1,7 M\$ à 36 projets en développement et en pré-développement.



**PROGRAMME AUTOCHTONE :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

En outre, le Programme des enveloppes des télédiffuseurs, 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 3,2 M\$ supplémentaires à des productions financées par le Programme autochtone.

Un nouveau partenariat visant à bonifier le budget du **Programme interactif et immersif du Bureau de l'écran autochtone (BEA)** a été établi afin de mieux soutenir les forces créatives autochtones dans le développement et la production de projets interactifs et immersifs. Les requérants peuvent utiliser ces fonds pour le développement et la production de jeux vidéo, d'œuvres en réalité augmentée, virtuelle et mixte, d'applications, ainsi que de projets immersifs et interactifs qui comprennent du contenu audiovisuel. Le FMC a versé 500 K\$ à six projets en développement et en production.



**PROGRAMME INTERACTIF ET IMMERSIF DU BEA :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



Atik, gardien du territoire

# SOUTIEN AU CONTENU AUTOCHTONE (SUITE)

FINANCEMENT SUPPLÉMENTAIRE VERSÉ AUX BÉNÉFICIAIRES D'AIDE À LA PRODUCTION DU PROGRAMME AUTOCHTONE

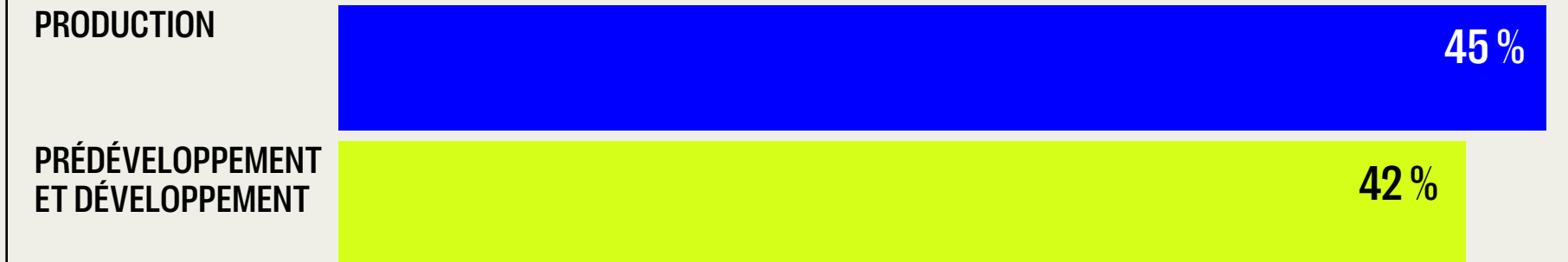
# 3,2 M\$

DE LA MESURE INCITATIVE POUR LA PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE EN MILIEU MINORITAIRE, DE LA MESURE INCITATIVE POUR LES PROJETS NORDIQUES, DE LA PRIME POUR LA PRODUCTION RÉGIONALE DE LANGUE ANGLAISE ET DU PROGRAMME DES ENVELOPPES DES DISTRIBUTEURS

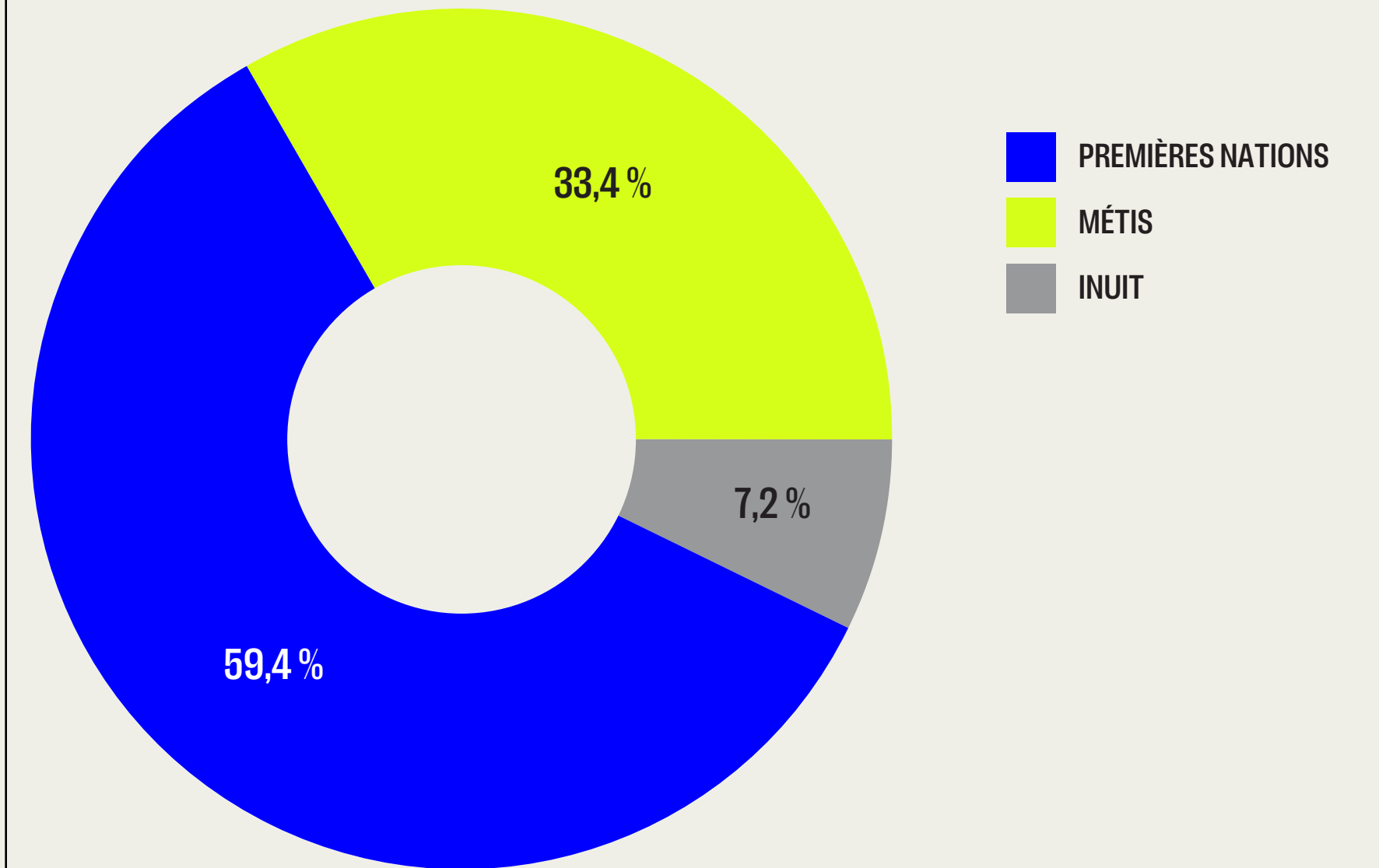
VOLUME DE PRODUCTION PAR ACTIVITÉ 2024-2025



TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR ACTIVITÉ



COMMUNAUTÉ AUTOCHTONE DÉCLARÉE PAR LES TITULAIRES DE POSTES CLÉS



# LA BRIGADE



*La brigade* est une série d'animation de Manito Média à la fois ludique et éducative. S'articulant autour de l'héritage franco-métis, elle met en scène des élèves du centre scolaire Louis-Riel qui défient l'autorité, tout comme l'ont fait leurs ancêtres dans la vallée de la rivière Rouge en 1869-1870. D'abord destinée aux jeunes francophones ou francophiles de 9 à 12 ans, elle rejoint également un public adulte pour diverses raisons : ses clins d'œil historiques, son humour bien assumé et ses animations créées par le talentueux studio néo-brunswickois Loogaroo. Disponible sur TFO, ICI TOU.TV et APTN, elle s'apprête à revenir pour une troisième saison.

# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS AFRO-DESCENDANTES ET RACISÉES

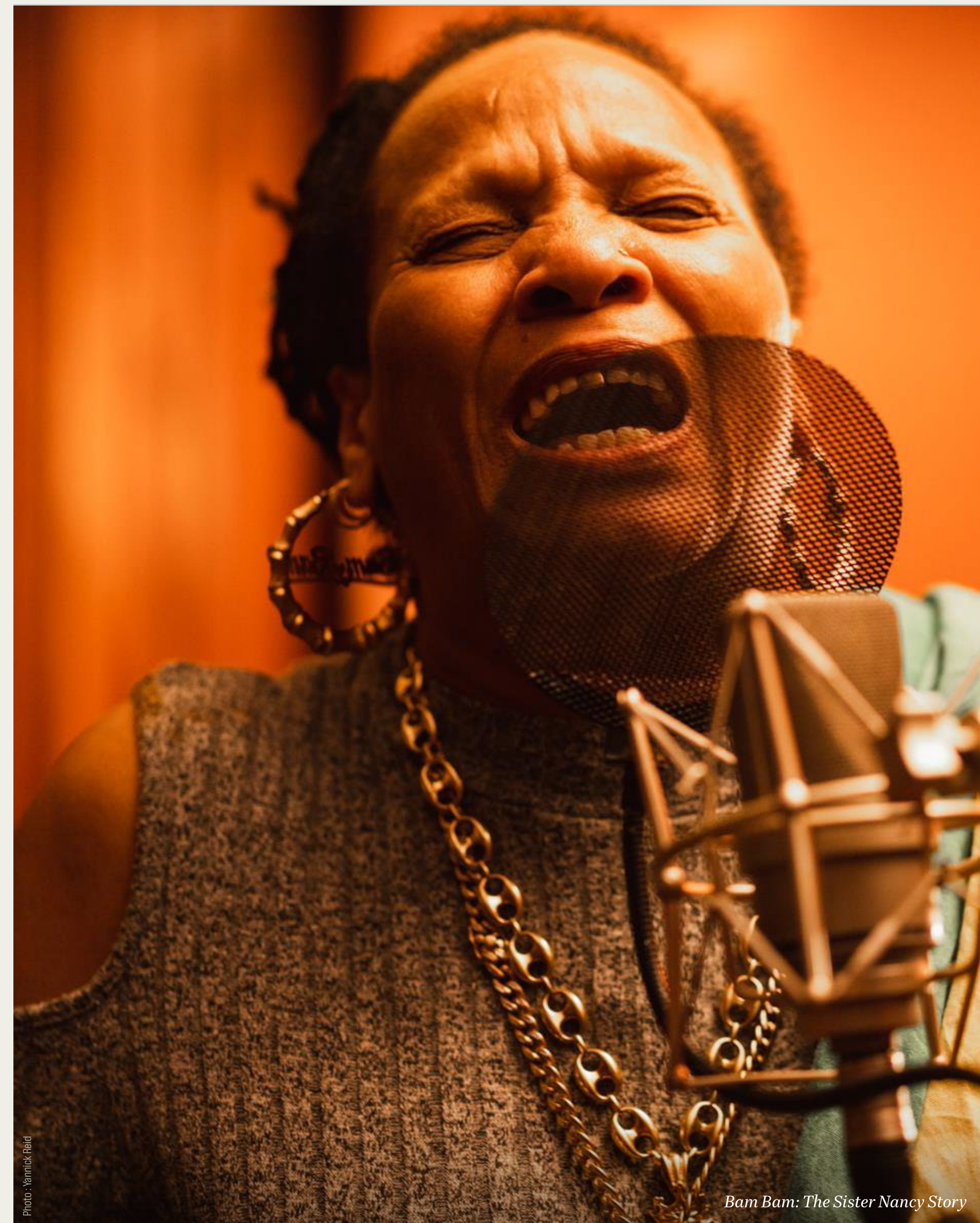


Photo: Yarnick Reid

Bam Bam: The Sister Nancy Story

# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS AFRO-DESCENDANTES ET RACISÉES

Le **Programme destiné aux communautés racisées (PCR)** a été lancé en 2021-2022. Il soutient des projets de contenu linéaire créés par des membres des communautés afro-descendantes et racisées à l'étape du pré-développement, du développement et de la production.

Le financement à l'étape de la production est alloué à la suite d'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 %).



**COMMUNAUTÉS RACISÉES :**  
**VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

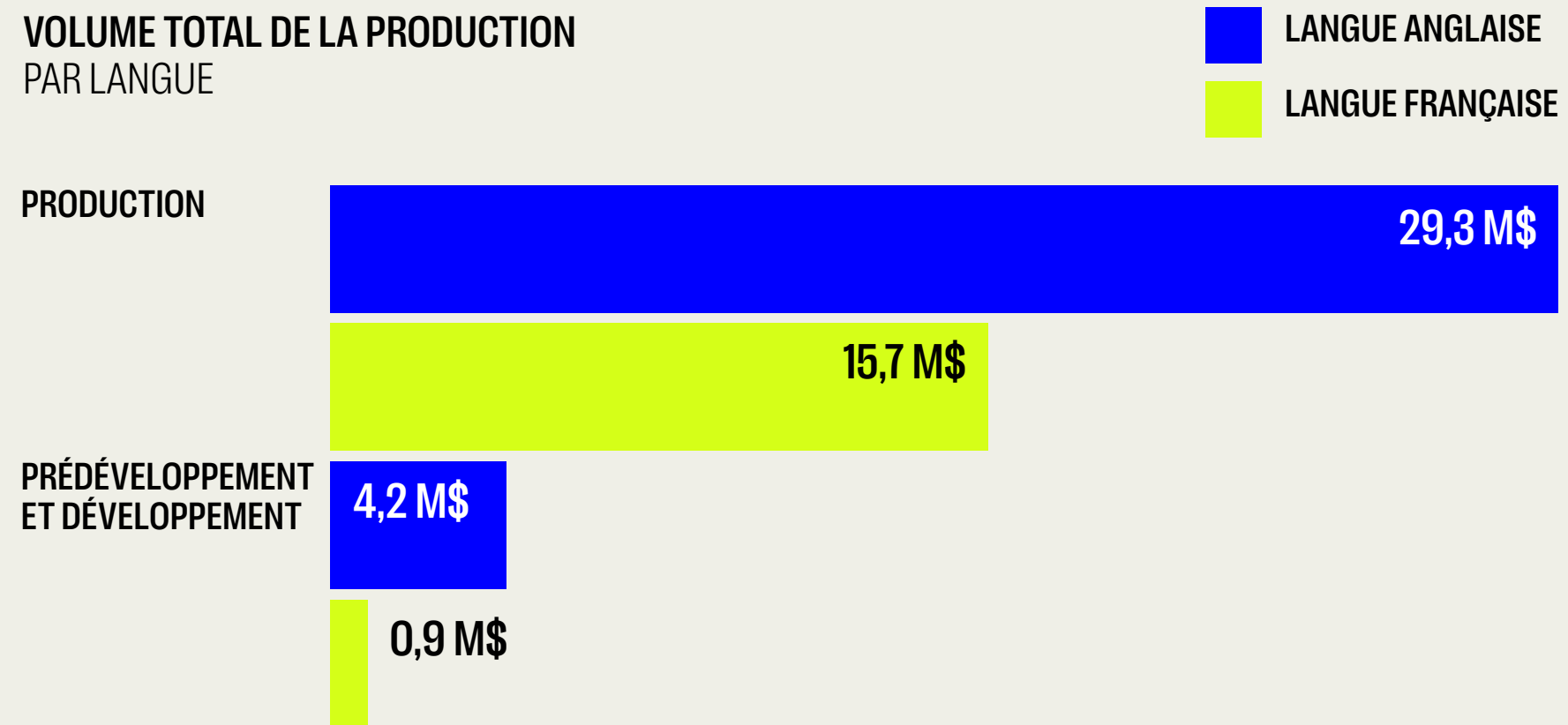


# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS AFRO-DESCENDANTES ET RAGISÉES (SUITE)

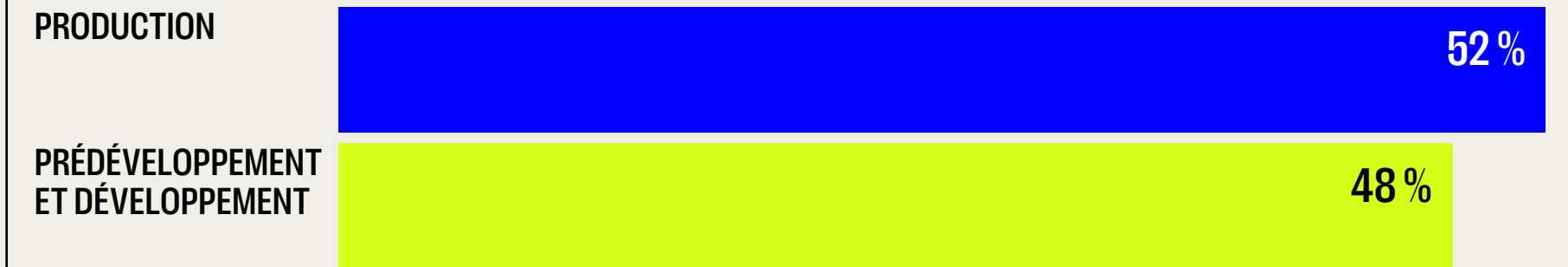
NOMBRE D'HEURES PRODUITES PAR LANGUE



VOLUME TOTAL DE LA PRODUCTION PAR LANGUE



TITULAIRES DE POSTES CLÉS QUI S'IDENTIFIENT COMME FEMME PAR ACTIVITÉ



# POTLUCK LADIES

*Potluck Ladies* est une série dramatique en quatre épisodes, disponible sur les plateformes Hollywood Suite et YES TV. Elle suit l'histoire de femmes sud-asiatiques et immigrantes de première génération qui se rencontrent fréquemment autour d'un repas pour combler l'absence de leurs époux qui travaillent à l'étranger. Loin des clichés, elle puise sa force dans l'authenticité de sa créatrice, productrice et réalisatrice Shazia Javed, elle-même immigrante. L'émission aborde des thèmes universels, tels que le divorce, la sororité et le dépaysement. Rejoignant à la fois les communautés sud-asiatiques et le grand public, elle a remporté un prix prestigieux au SeriesFest 2024, aux États-Unis.

# SOUTIEN AU CONTENU RÉGIONAL

Le FMC soutient des projets à l'extérieur des deux principaux centres de production du pays par le truchement de plusieurs mesures incitatives. Afin de tenir compte de la dynamique géographique qui influe sur l'activité économique et la prise de décisions, le FMC considère les projets de langue anglaise réalisés hors d'un rayon de 150 kilomètres de Toronto et les projets de langue française réalisés hors d'un rayon de 150 kilomètres de Montréal comme des projets régionaux.



*À propos d'Antoine*

# SOUTIEN AU CONTENU RÉGIONAL

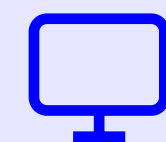


La production régionale soutenue par le FMC a atteint des niveaux records en français (30 % du financement total de la production en langue française), mais a diminué en anglais (52 % du financement total de la production en langue anglaise).

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, 11,8 M\$ ont été versés à 72 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 des télédiffuseurs. En 2024-2025, 3,5 M\$ ont été octroyés à 28 productions. De son côté, le **Programme de développement régional de langue française au Québec** a versé 352 k\$ à cinq 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 680 k\$, alors que six projets en développement ont reçu 196 k\$.

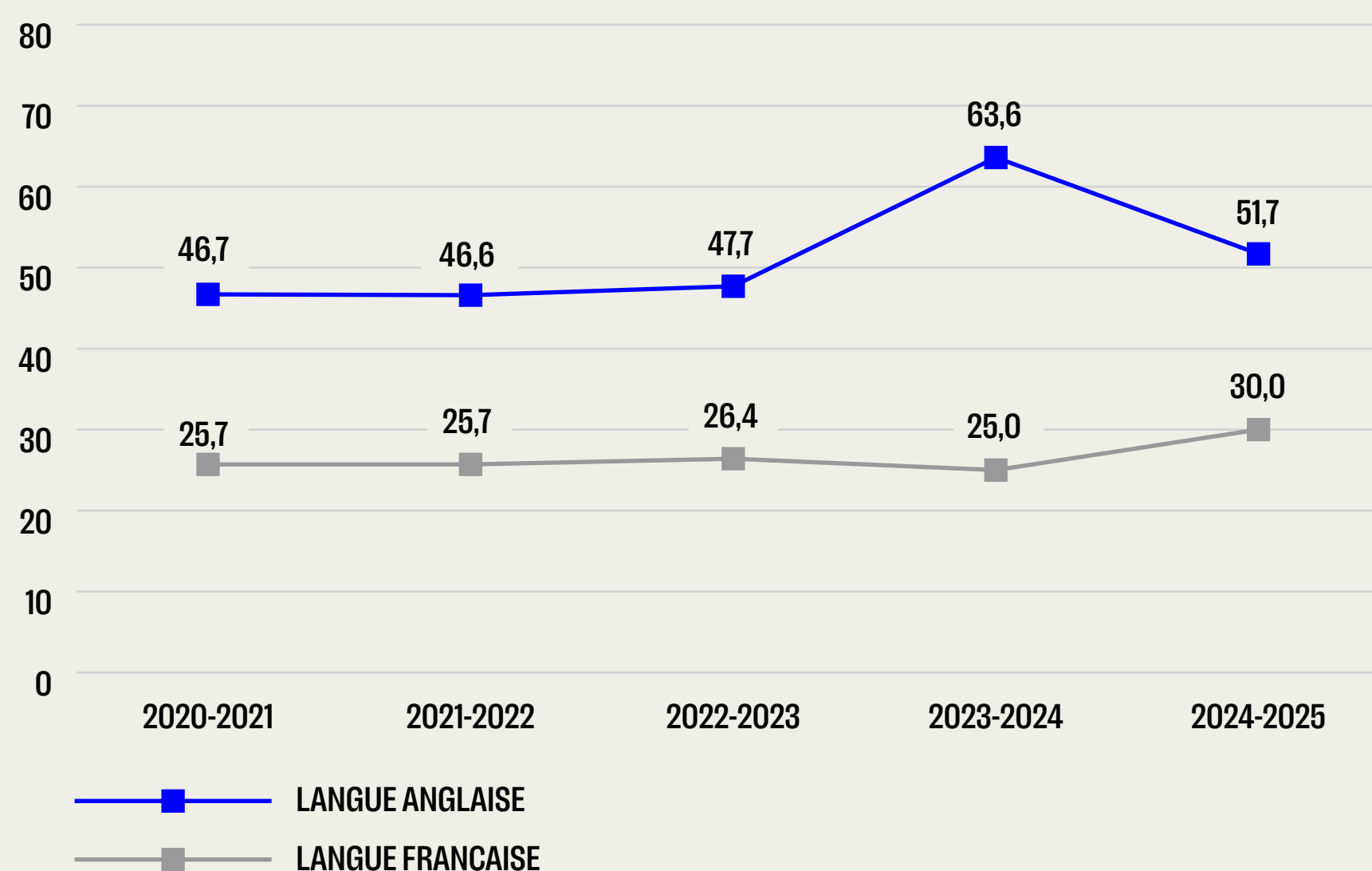


MESURES INCITATIVES RÉGIONALES :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



# SOUTIEN AU CONTENU RÉGIONAL (SUITE)

ÉVOLUTION DU FINANCEMENT À LA PRODUCTION DE CONTENU RÉGIONAL (%)



PART DU FINANCEMENT RÉGIONAL RELATIVE AU FINANCEMENT TOTAL ACCORDÉ AU DÉVELOPPEMENT EN ANGLAIS

**42,5%**

PART DU FINANCEMENT RÉGIONAL RELATIVE AU FINANCEMENT TOTAL ACCORDÉ AU DÉVELOPPEMENT EN FRANÇAIS

**34,2%**

## Soutien à la production dans tout le pays, 2024-2025

	% DES ENGAGEMENTS DE LANGUE ANGLAISE	% DES ENGAGEMENTS DE LANGUE FRANÇAISE
ALBERTA	4,9	—
COLOMBIE-BRITANNIQUE	16,3	2,4
MANITOBA	2,6	4,0
MONTRÉAL	8,8	70,0
NOUVEAU-BRUNSWICK	0,2	3,8
TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR	1,9	—
TERRITOIRES DU NORD-OUEST	0,02	—
NOUVELLE-ÉCOSSE	8,9	0,3
NUNAVUT	—	—
ONTARIO (EXCLUANT TORONTO)	6,6	3,0
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	—	0,01
QUÉBEC (EXCLUANT MONTRÉAL)	0,4	8,0
SASKATCHEWAN	0,9	—
TORONTO	48,3	8,4
YUKON	0,3	—

# FLAT OUT FOOD

Animée par l'autrice et journaliste Jenn Sharp, *Flat Out Food* met à l'honneur le garde-manger de la Saskatchewan. Dans chaque épisode, la série documentaire d'HalterMedia retrace le parcours d'un ingrédient vedette – comme le blé, l'ail ou le miel – du champ à l'assiette. En chemin, elle célèbre l'agriculture durable et engagée tout en observant le savoir-faire de chefs qui subliment les produits locaux. Diffusée sur Citytv depuis maintenant cinq saisons, elle prolonge son récit dans un balado du même nom.

# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES EN SITUATION MINORITAIRE

Le soutien au contenu créé en langues officielles en situation minoritaire – l’anglais au Québec, le français hors du Québec – constitue l’un des principaux mandats du FMC.



# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES EN SITUATION MINORITAIRE

Le **Programme pour les projets 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 2024-2025, ce programme a versé 12,4 M\$ à 30 projets en production et à 12 projets en développement.

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 2024-2025, elle a versé 6,1 millions de dollars à 19 projets en production.



**MINORITÉS ANGLOPHONES ET FRANCOPHONES : VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



*The Unstoppable Jenny Garcia*



Photo: Robt A'serrault

*Comme dans l'espace*



*By Bunny*

# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES EN SITUATION MINORITAIRE (SUITE)

Langue anglaise

## FINANCEMENT TOTAL DU FMC AUX PROJETS DE LANGUE ANGLAISE EN SITUATION MINORITAIRE 2024-2025

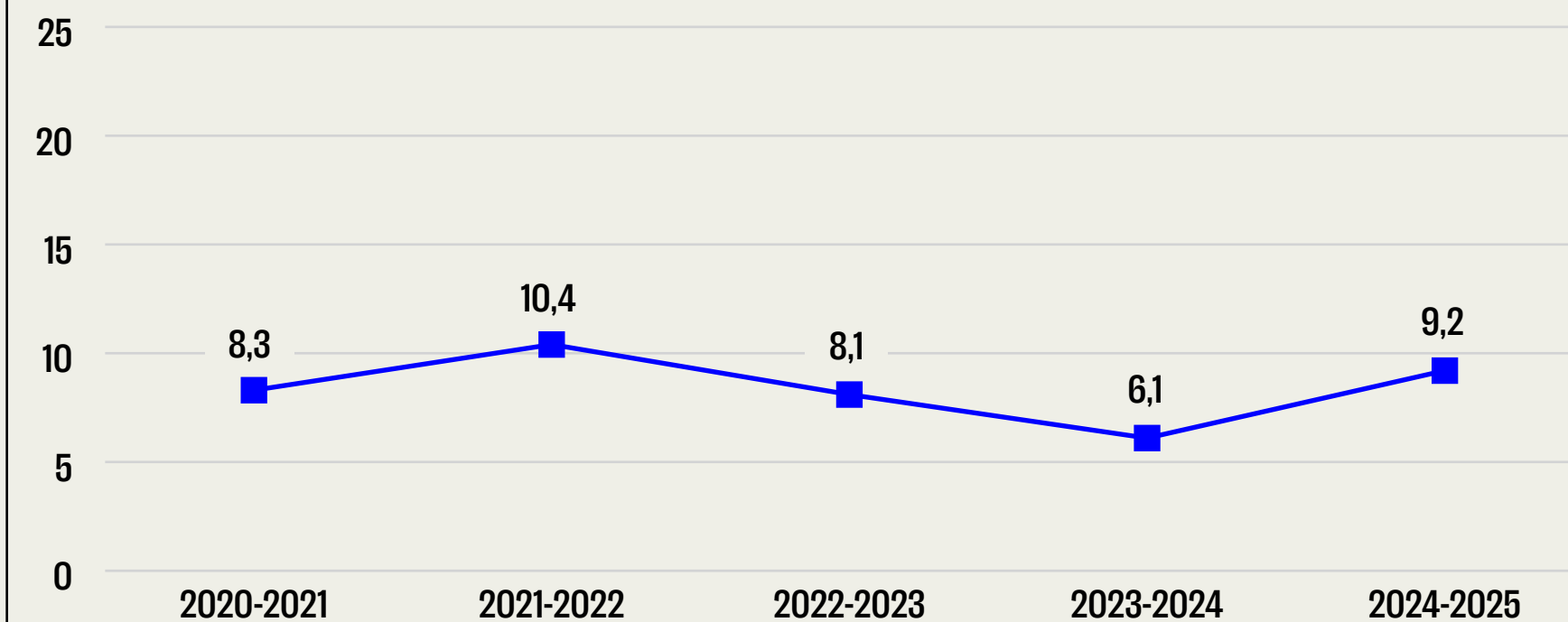
# 16,2 M\$

Les productions financées par l'entremise de la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire ont reçu du financement additionnel du Programme des enveloppes des télédiffuseurs (Production), du Programme pour les documentaires d'auteur, du Programme pour les communautés racisées et du Programme autochtone.

## VOLUME DE PRODUCTION DES PROJETS DE LANGUE ANGLAISE EN SITUATION MINORITAIRE FINANCÉS PAR LE FMC 2024-2025

# 89,9 M\$

## ÉVOLUTION DU SOUTIEN AUX PROJETS DE LANGUE ANGLAISE EN SITUATION MINORITAIRE (% DU FINANCEMENT VERSÉ AUX PRODUCTIONS DE LANGUE ANGLAISE)



# SOUTIEN AU CONTENU DE COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES EN SITUATION MINORITAIRE (SUITE)

Langue française

## FINANCEMENT TOTAL DU FMC AUX PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN SITUATION MINORITAIRE 2024-2025

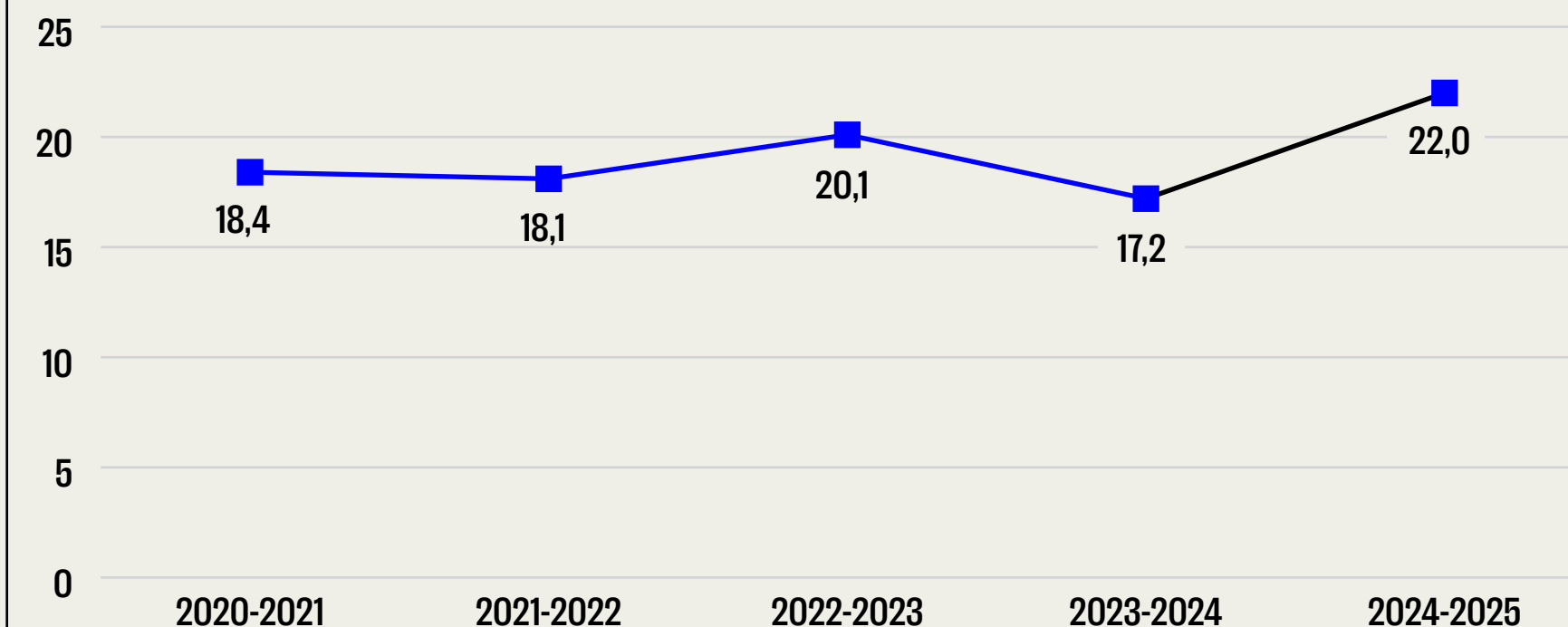
# 21,7 M\$

Les productions financées par l'entremise du Programme pour les projets de langue française en milieu minoritaire ont reçu du financement additionnel du Programme des enveloppes des télédiffuseurs (Production), du Programme pour les distributeurs, et du Programme pour les communautés racisées.

## VOLUME DE PRODUCTION DES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN SITUATION MINORITAIRE FINANCÉS PAR LE FMC 2024-2025

# 63,1 M\$

## ÉVOLUTION DU SOUTIEN AUX PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN SITUATION MINORITAIRE (% DU FINANCEMENT VERSÉ AUX ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE)



# COSU

Du Sénégal à la Belgique, en passant par l'Argentine, la série documentaire *Cosu* parcourt sept pays pour révéler les liens profonds entre la mode et les cultures locales. Animée par Karine Vanasse, elle donne notamment la parole à des designers à la créativité débordante ainsi qu'à des artistes et entreprises bien ancrés dans leur communauté. Dans chaque épisode, elle marie des images de voyage à des rencontres humaines authentiques. Conçue et coproduite par Connexions Productions et Productions l'Entrepôt pour TV5Unis, elle prouve que l'art vestimentaire peut être inclusif et accessible au plus grand nombre.

# SOUTIEN AU CONTENU DE LA DIVERSITÉ LINGUISTIQUE



*Danylo's Adventures*

# SOUTIEN AU CONTENU DE LA DIVERSITÉ LINGUISTIQUE

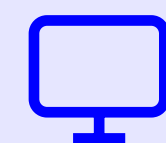
# 40,3

HEURES PRODUITES

# 13,1 M\$

VOLUME DE PRODUCTION

Le **Programme de diversité linguistique** soutient des productions dans des langues qui reflètent la diversité de la société canadienne, à savoir, d'autres langues que l'anglais, le français ou les langues autochtones. En 2024-2025, 26 productions en 11 langues différentes ont reçu un total de 4,7 M\$.



**DIVERSITÉ LINGUISTIQUE :**  
**VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



# ABROAD

Produite par la boîte torontoise Longhope Media, *Abroad* est une série à sketches en tagalog et en anglais. Librement inspirée du parcours migratoire de sa cocréatrice, la Canadienne d'origine philippine Isabel Kanaan, elle offre un regard humoristique sur la façon dont les personnes immigrantes perçoivent leur pays d'accueil. À travers la satire, elle explore des sujets sérieux, dont l'intégration, les dynamiques familiales et la culture des célébrités. Depuis sa première diffusion sur OMNI Television en 2022, elle a connu un succès viral – à preuve, ses sketches cumulent des millions de vues sur Instagram et TikTok.



# COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS



Tachychronie

# COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS

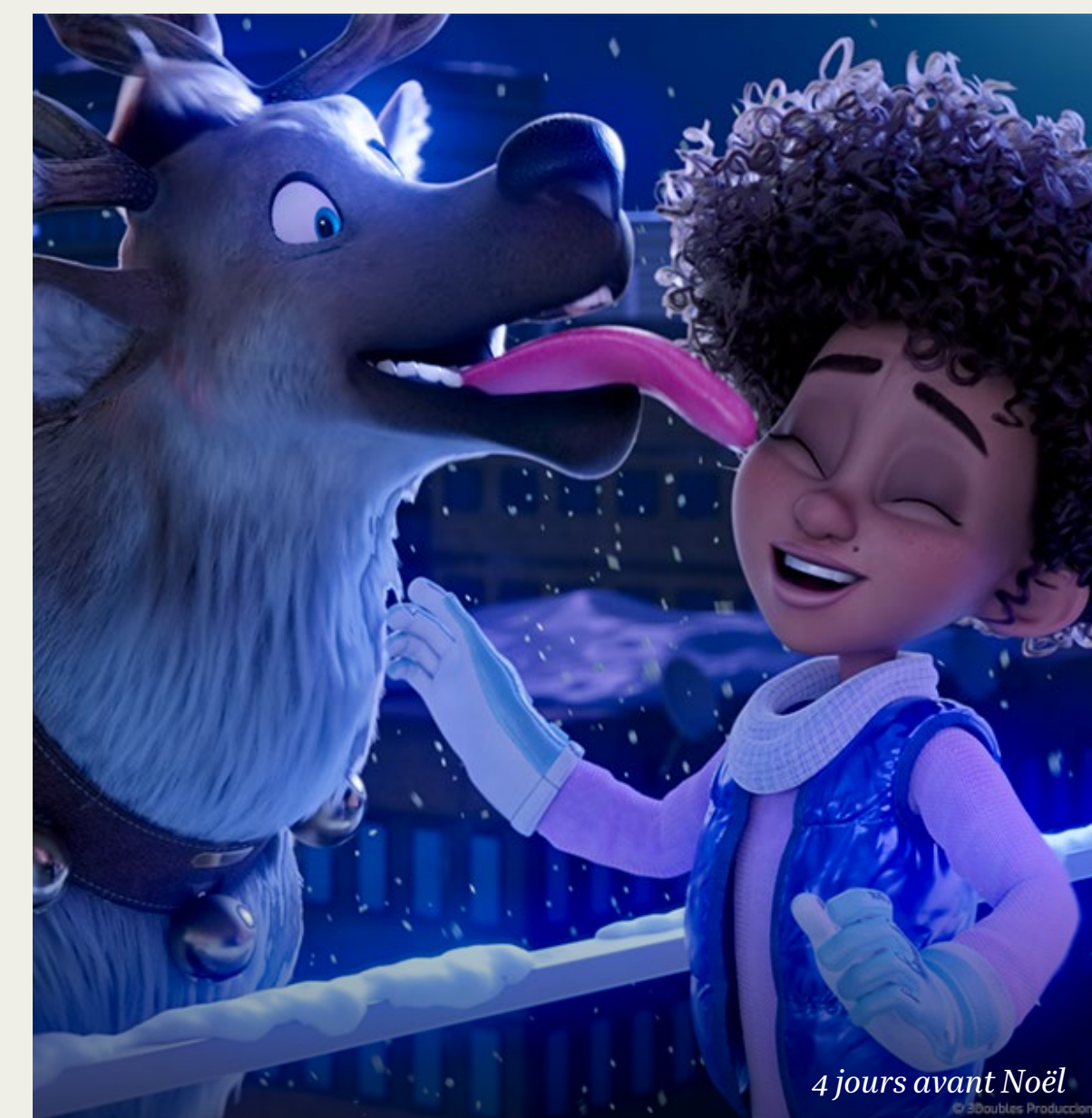
DEVIS CANADIENS TOTAUX DES PROJETS DE COPRODUCTION EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS

# 116,3 M\$

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, chaque partenaire bénéficie de financement canadien et étranger. Ces coproductions peuvent recevoir du financement du FMC pour couvrir les dépenses admissibles canadiennes du projet. En 2024-2025, 24 coproductions internationales en vertu d'accords officiels avec 13 pays ont reçu du financement du FMC.



La légende du papillon



4 jours avant Noël



Twice Colonized

# COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN VERTU D'ACCORDS OFFICIELS (SUITE)

Au total, 11 projets de contenu linéaire et de médias numériques à l'étape du développement ou de la production ont été financés en 2024-2025 par le truchement de trois **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 1,8 M\$ au total.



MESURES INCITATIVES INTERNATIONALES :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



## FINANCEMENT DU FMC

# 769 k\$

## FINANCEMENT DES PARTENAIRES ÉTRANGERS

# 1,0 M\$

## Mesures incitatives internationales pour le codéveloppement et la coproduction 2024-2025

MESURE INCITATIVE	PARTENAIRE	NOMBRE DE PROJETS
MESURE INCITATIVE CANADA-LUXEMBOURG POUR LE CODÉVELOPPEMENT ET LA COPRODUCTION DE PROJETS AUDIOVISUELS	FILM FUND LUXEMBOURG	4
MESURE INCITATIVE CANADA-IRLANDE DU NORD POUR LE CODÉVELOPPEMENT DE PROJETS AUDIOVISUELS	NORTHERN IRELAND SCREEN	4
MESURE INCITATIVE CANADA-ALLEMAGNE POUR LES MÉDIAS NUMÉRIQUES	MEDIENBOARD BERLIN-BRANDENBURG	3

Coproduite par le Canada, le Luxembourg et la France, *Oto's Planet* est une expérience en réalité virtuelle et mixte du réalisateur Gwenael François. Interactive et immersive, elle invite à influencer le destin d'Oto et Skippy, deux êtres troublés par l'arrivée soudaine d'un cosmonaute autoritaire sur leur planète. D'une durée d'environ 28 minutes, elle explore avec finesse les enjeux liés au territoire, à la cohabitation et à l'environnement. Alliant savoir-faire technique et créativité numérique, elle a reçu plusieurs récompenses depuis son lancement en 2024, dont le Prix spécial du jury de la section Venice Immersive à la Mostra de Venise et le Grand Prix des PRIX NUMIX à Montréal.

# OTO'S PLANET

# SOUTIEN AUX ENTREPRISES

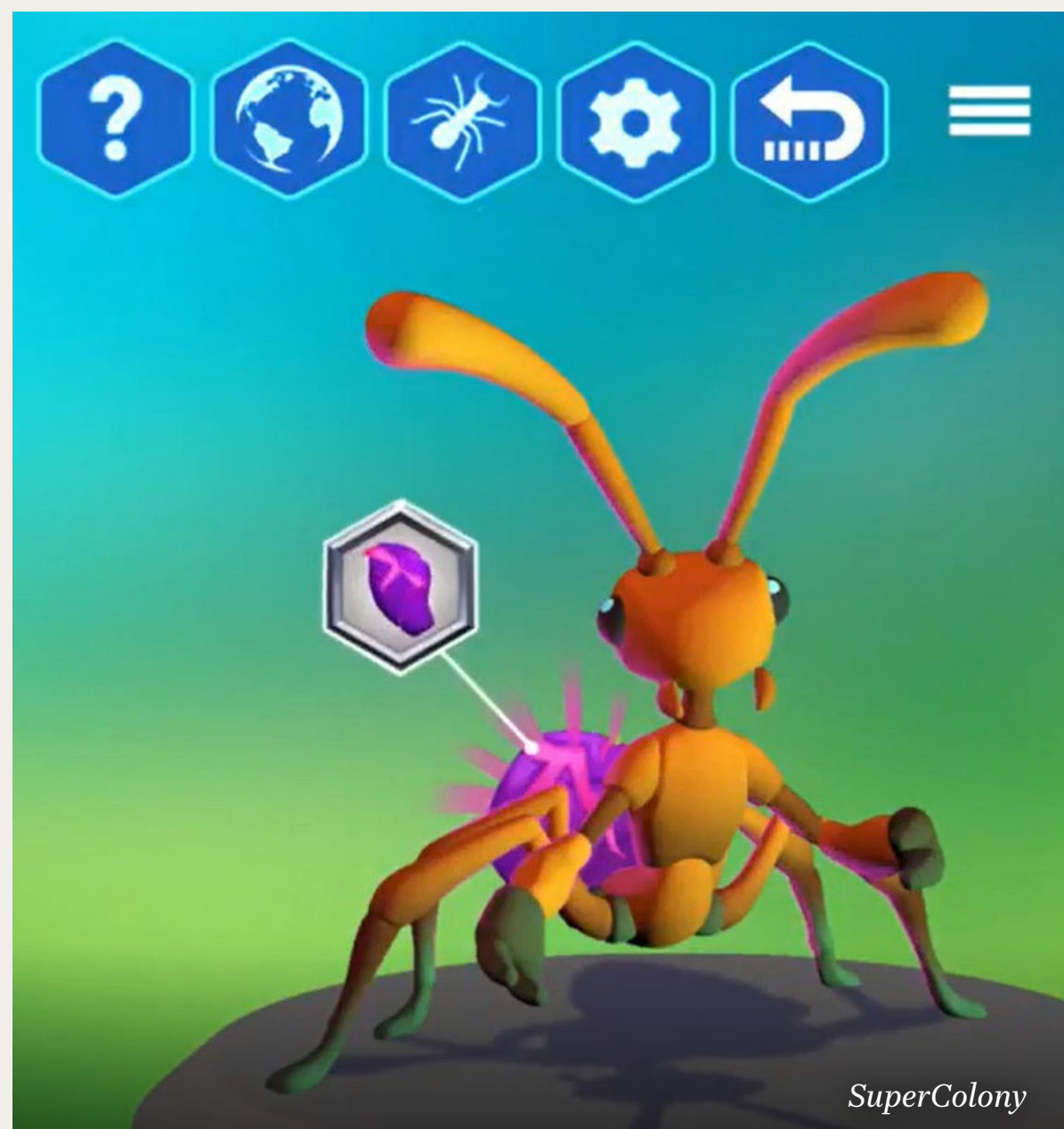
En plus du financement par projet, le FMC a alloué des fonds pour des activités dédiées en 2024-2025. Ce soutien aux entreprises a été accordé par l'entremise de partenariats avec deux organisations : le Fonds Québécois et Creative BC.



# SOUTIEN AUX ENTREPRISES

Le Partenariat entre le FMC et le **Programme d'aide à l'exportation du Fonds Québécois** est une initiative innovatrice qui vise à soutenir de manière collaborative l'exportation de contenu audiovisuel créé par des sociétés de production établies au Québec et destiné aux marchés étrangers. Les projets sont d'abord évalués et recommandés par le Fonds Québécois. En 2024-2025, sept sociétés ont reçu un total de 1,1 M\$ de la part du FMC pour soutenir la préparation des phases initiales des projets en vue de leur prévente sur les marchés d'exportation.

 **FMC-FQ - EXPORTATION :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



Marco Lachance

Lancé en 2024-2025, le **Programme FMC-Creative BC de soutien à la croissance de sociétés de jeux vidéo** vise à soutenir la croissance de sociétés britannico-colombiennes afin de les aider à développer des propriétés intellectuelles créatives. Le FMC a versé un total de 100 k\$ à cinq projets au titre de ce programme.

 **FMC-CREATIVE BC :**  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS



Photo: Josh Clapp

You're My Hero

# 3

# SOUTIEN À L'INDUSTRIE

## DANS CETTE SECTION

Développement de l'industrie

Fonds pour la diversité des voix

Soutien à l'impact des entreprises autochtones



# DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Développement de l'industrie du FMC finance des initiatives pilotées par des organismes à but non lucratif qui encouragent et favorisent la croissance de l'industrie audiovisuelle du pays.



*Streams Flow from a River*

# DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Destiné aux initiatives menées par et pour des membres de communautés autochtones, méritant l'équité et régionales, le programme a versé 2,5 M\$ à 41 projets de portée régionale (Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Nouvelle-Écosse, Ontario, Québec, Saskatchewan et Yukon), nationale et internationale, offerts en anglais, en français et dans des langues autochtones. Ayant proposé une vaste gamme d'activités, les requérants retenus ont

montré leur aptitude à combler des lacunes au sein de l'industrie par des initiatives de renforcement des capacités et d'accès aux marchés.

En plus du programme de Soutien au développement de l'industrie, l'équipe Croissance et inclusion du FMC a attribué du financement dans le cadre d'un large éventail d'initiatives de développement du secteur. Au total, 39 projets répartis dans huit provinces et territoires ont reçu 3,6 M\$ en Partenariats stratégiques, répondant à des besoins urgents et saisissant des occasions opportunes afin de renforcer la participation et l'impact des communautés autochtones, des communautés méritant l'équité et des communautés régionales au sein du secteur audiovisuel.

Par ailleurs, 650 000 \$ ont été versés à 13 entreprises autochtones dans le cadre du Programme de soutien à l'impact des entreprises autochtones. Un montant supplémentaire de 205 000 \$ a servi à appuyer des priorités en matière d'infrastructures et d'opérations, notamment le soutien à l'accessibilité, les efforts d'accès aux marchés et des actions stratégiques en matière d'EDIA, contribuant ainsi à bâtir une industrie plus inclusive, résiliente et durable.



**SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**

## Northern Canada Producer Launcher

Créé en collaboration avec la Northwest Territories Media Producers Association (NTMPA) et Access Canada, avec le soutien de la Northwest Territories Film Commission, le Northern Canada Producer Launcher (NCPL; Programme pour l'essor des producteurs et productrices dans le nord du Canada) vise à renforcer les capacités en production audiovisuelle professionnelle au Yukon, dans les Territoires du Nord-Ouest et au Nunavut. Financé par le truchement d'un partenariat stratégique de Soutien au développement de l'industrie du FMC, le programme est destiné aux personnes qui ne travaillent pas encore dans le secteur du divertissement. Il a pour objectif le développement de concepts de séries en vue de créer des projets prêts à être présentés à des parties intéressées. Les récipiendaires ont reçu une formation, du soutien du milieu, de l'aide financière et des conseils pour leur permettre de faire leur chemin au sein de l'industrie avec assurance.

Le NCPL a donné lieu à la création d'une plateforme pour faire entendre les voix du Nord. En mettant l'accent sur les traditions narratives et les expériences vécues dans le Nord, il encourage la représentation authentique, la fierté culturelle et la croissance économique. Le programme n'est pas qu'une simple initiative de formation; c'est un catalyseur pour l'autonomisation créative à long terme et l'inclusion du Nord au sein de l'industrie.

# NCPL





# APFC

## Alliance des producteurs francophones du Canada

Se développer à l'international est devenu une véritable opportunité, voire une nécessité, pour les sociétés de production francophones en situation minoritaire qui souhaitent assurer la pérennité et la croissance de leur entreprise. Cette démarche exige toutefois des connaissances, des réseaux solides et une action continue.

Avec l'aide du programme de Soutien au développement de l'industrie du FMC, l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) a accompagné ses membres dans le développement d'ententes porteuses, a propulsé leurs contenus sur la scène mondiale en augmentant leur visibilité et en consolidant leur capacité à exporter et à valoriser leurs propriétés intellectuelles.

# FONDS POUR LA DIVERSITÉ DES VOIX

Le Fonds pour la diversité des voix soutient le développement professionnel et les histoires authentiques en appuyant la représentation des communautés autochtones, afro-descendantes, et racisées; des minorités ethno-religieuses; des personnes en situation de handicap; et de la communauté 2SLGBTQI+ dans l'industrie audiovisuelle canadienne.

En 2024-2025, au titre de ce programme, le FMC a reçu une centaine de demandes de financement et a versé 2 456 246 \$ à 17 organismes, tous dirigés par des membres de communautés autochtones et méritant l'équité.

Parmi les organismes bénéficiaires, sept sont établis au Québec; quatre, en Ontario; trois, en Colombie-Britannique; deux, en Alberta; et un, au Nunavut. Dix projets seront offerts en anglais et sept, en français.



FONDS POUR LA DIVERSITÉ DES VOIX :  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS

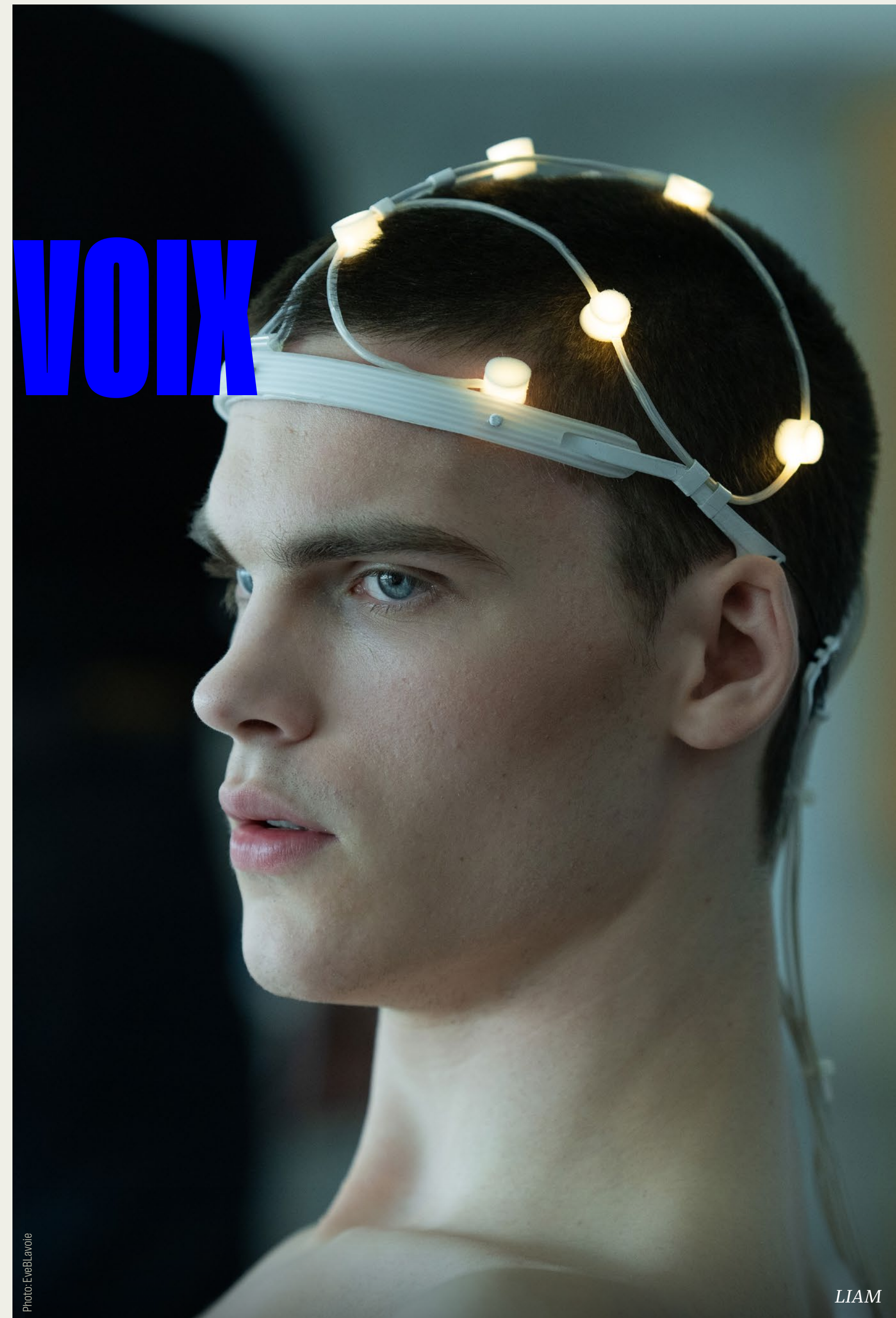


Photo: EveBlavie

LIAM

# SOUTIEN À L'IMPACT DES ENTREPRISES AUTOCHTONES

Le programme de Soutien à l'impact des entreprises autochtones (SIEA) renforce et autonomise les entreprises détenues par des autochtones actives dans l'industrie audiovisuelle canadienne.

En 2024-2025, 13 sociétés de production détenues par des Autochtones ont reçu du financement par l'intermédiaire du SIEA.

Les sociétés retenues proviennent de neuf provinces et territoires. Leurs projets régionaux, nationaux et internationaux ont été livrés en anglais, français, innu, cri, pied-noir, michif français, tahltan, inuktitut, mohawk et ojibwé.



**SOUTIEN À L'IMPACT DES ENTREPRISES AUTOCHTONES:  
VOIR LES PROJETS SÉLECTIONNÉS**



Photo: Fabrice Gaetan

Le grand solstice

# 4

# ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

DANS CETTE SECTION

Administration des programmes



# ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

L'exercice 2024-2025 représente la 19<sup>e</sup> 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 2024-2025, l'administrateur des programmes du FMC (APFMC), Téléfilm Canada :

- a reçu 2 242 demandes au titre des programmes de base du FMC, soit 6,8 % de plus que l'année précédente (2 100) – de l'ensemble de ces demandes, 1 330 ont obtenu du financement, comparativement à 1 496 en 2023-2024;
- a traité 189 consultations préalables à la demande, soit 7 de plus qu'au cours de l'exercice précédent;
- a procédé à l'examen des coûts finaux de plus de 1 395 dossiers (une baisse de 3,5 % par rapport à 2023-2024);
- a traité 2 604 débours (une baisse de 10,1 % par rapport à 2023-2024);
- a effectué plus de 631 vérifications du respect de conditions non liées à un débours.



## Nombre de demandes déposées au titre des programmes de base du FMC approuvées en 2024-2025

### PROGRAMMES

INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION	17
PROJETS COMMERCIAUX	12
PROTOTYPAGE	38
CONCEPTUALISATION	78
CRÉATION NUMÉRIQUE	16
ITÉRATION	14
<b>MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS</b>	<b>175</b>
DÉVELOPPEMENT	387 <sup>6</sup>
PRODUCTION	540
<b>CONTENU LINÉAIRE</b>	<b>927</b>
<b>PROGRAMMES DU PILIER INDUSTRIE</b>	<b>110*</b>
<b>PARTENARIATS</b>	<b>118</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1330</b>

**DÉVELOPPEMENT :** PROGRAMME DES ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS, PROGRAMME PILOTE DE DÉVELOPPEMENT D'UN ENSEMBLE DE PROJETS, PROGRAMME POUR LES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE, PROGRAMME AUTOCHTONE, PROGRAMME DESTINÉ AUX COMMUNAUTÉS RACISÉES, ALLOCATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE PROJETS NORDIQUES, ALLOCATION EN DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL DE LANGUE FRANÇAISE AU QUÉBEC.

**PRODUCTION :** PROGRAMME DES ENVELOPPES DES TÉLÉDIFFUSEURS, PROGRAMME POUR LES DISTRIBUTEURS, PROGRAMME POUR LES DOCUMENTAIRES D'AUTEUR, PROGRAMME AUTOCHTONE, MESURE INCITATIVE POUR LA PRODUCTION DE LANGUE ANGLAISE EN MILIEU MINORITAIRE, PRIME POUR LA PRODUCTION RÉGIONALE DE LANGUE ANGLAISE, PROGRAMME POUR LES PROJETS DE LANGUE FRANÇAISE EN MILIEU MINORITAIRE, ALLOCATION POUR LA PRODUCTION DE PROJETS NORDIQUES, ALLOCATION EN PRODUCTION RÉGIONALE DE LANGUE FRANÇAISE AU QUÉBEC, PROGRAMME DESTINÉ AUX COMMUNAUTÉS RACISÉES, PARTENARIAT FMC-FONDS QUÉBECOR SOUTIEN À LA PRODUCTION DE PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES DESTINÉES AUX MARCHÉS INTERNATIONAUX.

<sup>6</sup> Trois projets approuvés en 2022-2023 et 2023-2024 ont reçu un financement supplémentaire par l'intermédiaire du Programme des enveloppes des télédiffuseurs – Développement en 2024-2025. Ce financement est reflété dans les Résultats de financement.

\* Le nombre associé aux Programmes du pilier Industrie compte 52 projets financés à l'extérieur du système Dialogue.

# ADMINISTRATION DES PROGRAMMES (SUITE)



## Comité de révision 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 2024-2025, le CRI a examiné 29 projets : 27 projets de télévision et 2 projets de médias numériques. Il a déterminé que cinq d'entre eux étaient non admissibles ou devaient être assortis de conditions pour demeurer admissibles. Le CRI a examiné 16 projets de moins en 2024-2025 qu'en 2023-2024. Le pourcentage de projets jugés non admissibles ou devant être assortis de conditions pour demeurer admissibles a légèrement diminué (17,2 % en 2024-2025, soit 5 projets sur les 29 examinés, comparativement à 20 % en 2023-2024, soit 9 projets sur 45).

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 deux projets en 2024-2025 (contre trois projets en 2023-2024).

## 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.

Ces cibles, exprimées en nombre maximal de jours pour le traitement, sont jointes à l'annexe A. Dans l'ensemble, l'APFMC a atteint les cibles de niveaux de service 89 % du temps cette année, comparativement à 84 % en 2023-2024.

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



# ADMINISTRATION DES PROGRAMMES (SUITE)

## Annexe A

TYPE	CIBLES DE TRAITEMENT (EN JOURS OUVRABLES)					
	DÉCISION QUANT À L'ADMISSIBILITÉ	DILIGENCE RAISONNABLE	PREMIER VERSEMENT	PAIEMENT POUR LE 1 <sup>ER</sup> MONTAGE OU LA VERSION BÊTA	AMENDEMENTS	COÛTS FINAUX
PROGRAMMES « PREMIER ARRIVÉ, PREMIER SERVI » (CONTENU LINÉAIRE ET DE MNI)	25	20	5	15	15	30
ENVELOPPES DE RENDEMENT, CONTENU LINÉAIRE - DÉVELOPPEMENT ET PRODUCTION	15	20	5	15	15	30
PROGRAMMES SÉLECTIFS DE PRODUCTION DE CONTENU LINÉAIRE AVEC JURY ET DE MNI	50	20	5	15	15	30
PROGRAMMES SÉLECTIFS DE PRODUCTION DE CONTENU LINÉAIRE SANS JURY	35	20	5	15	15	30
MESURES INCITATIVES INTERNATIONALES	35	20	5	15	15	30
PARTENARIATS	15	20	5	15	15	30

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

1. **Admissibilité** – Évaluation de l'admissibilité du projet, conformément aux critères établis dans les Principes directeurs et les politiques d'affaires, et de l'admissibilité du requérant au programme.
2. **Diligence raisonnable (y compris la signature du contrat)** – Vérification des risques et de la conformité aux Principes directeurs en vue de la conclusion d'un contrat.
3. **Paiement** – De la réception de tous les documents requis au paiement.
4. **Amendements** – Modifications postérieures à la conclusion du contrat, à l'exclusion des amendements à l'étape des coûts finaux.
5. **Coûts finaux** – Vérification de la conformité aux Principes directeurs à l'étape des coûts finaux, dans le but de conclure le processus d'évaluation du projet financé et d'effectuer le dernier paiement, s'il y a lieu.

# 5

# AUDITTOIRES

## DANS CETTE SECTION

Télévision

Médias numériques interactifs



# TÉLÉVISION



*En direct de l'univers*

# TENDANCES GÉNÉRALES DE L'ÉCOUTE DES ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE

## Émissions canadiennes et émissions étrangères

En 2023-2024, l'écoute totale de l'ensemble des émissions de télévision linéaires, canadiennes et étrangères a diminué de 9 % par rapport à l'année précédente, principalement en raison de la baisse de l'écoute d'émissions linéaires étrangères. Le nombre total d'heures d'écoute de contenu canadien a reculé de 7 % par rapport à l'année précédente, alors qu'elles ont chuté de 10 % dans le cas du contenu étranger, ce qui indique une baisse plus faible, mais tout de même importante, de l'engagement des publics envers le contenu canadien. Les émissions

produites au pays ont représenté 39 % de l'ensemble de l'écoute d'émissions de langue anglaise, soit une hausse d'un point par rapport à l'année précédente.

## 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), est demeurée relativement stable, leur part s'établissant à 38 %.

# 39 %

PARTS DE VISIONNEMENT DU CONTENU TÉLÉVISUEL DE LANGUE ANGLAISE PRODUIT AU CANADA - UN GAIN D'UN POINT EN UN AN

## 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, la part des émissions financées par le FMC a augmenté de trois points par rapport à l'année précédente, pour se fixer à 49 %, un sommet des cinq dernières années. En juillet 2023, Numeris a cessé de faire rapport des données de la mesure de la vidéo sur demande (VSD). Si l'on tient compte de cet ensemble de données marginal (moins de 1 % au cours de l'année de télédiffusion 2022-2023), l'écoute de contenu linéaire financé par le FMC a diminué de 5 % par rapport à l'année précédente. Cette baisse est légèrement inférieure à celle observée pour les émissions étrangères et les émissions canadiennes non financées par le FMC.



Photo: X North Photography

Bestest Day Ever With My Best Friend

# ÉCOUTE GÉNÉRALE DES ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE DANS LES GENRES FINANCÉS PAR LE FMC

(Émissions financées par le FMC, autres émissions canadiennes et émissions étrangères)



La télévision traditionnelle a perdu du terrain dans toutes les tranches d'âge, et particulièrement chez les jeunes. Dans le marché anglophone, le total des heures d'écoute a dégringolé de 64 % en cinq ans chez les moins de 18 ans – chute principalement attribuable aux enfants de 2 à 11 ans. Au cours des 10 dernières années, cette baisse excède 90 %, ce qui représente un quasi-effondrement chez les enfants et jeunes. Comparativement, chez les adultes de 18 ans et plus, l'écoute a diminué de 26 % au cours des cinq dernières années. Cette transformation fondamentale dans la consommation de contenu chez les jeunes contribue directement aux bouleversements dans l'industrie.

Du côté des documentaires, la part du contenu financé par le FMC est restée stable, à 20 %, tandis que la part du contenu non financé par le FMC a perdu deux points au profit du contenu étranger, dont la part a augmenté pour atteindre 59 %.

Du côté des dramatiques, la part des émissions financées par le FMC a augmenté d'un point, pour atteindre 8 %, tandis que la part de l'écoute d'émissions étrangères a diminué d'un point, pour se fixer à 82 %.

En ce qui concerne les émissions de VAS, la part des émissions financées par le FMC a reculé de cinq points, pour se fixer à 17 %, tandis que la part de l'écoute d'émissions étrangères a augmenté de cinq points, pour se fixer à 82 %.

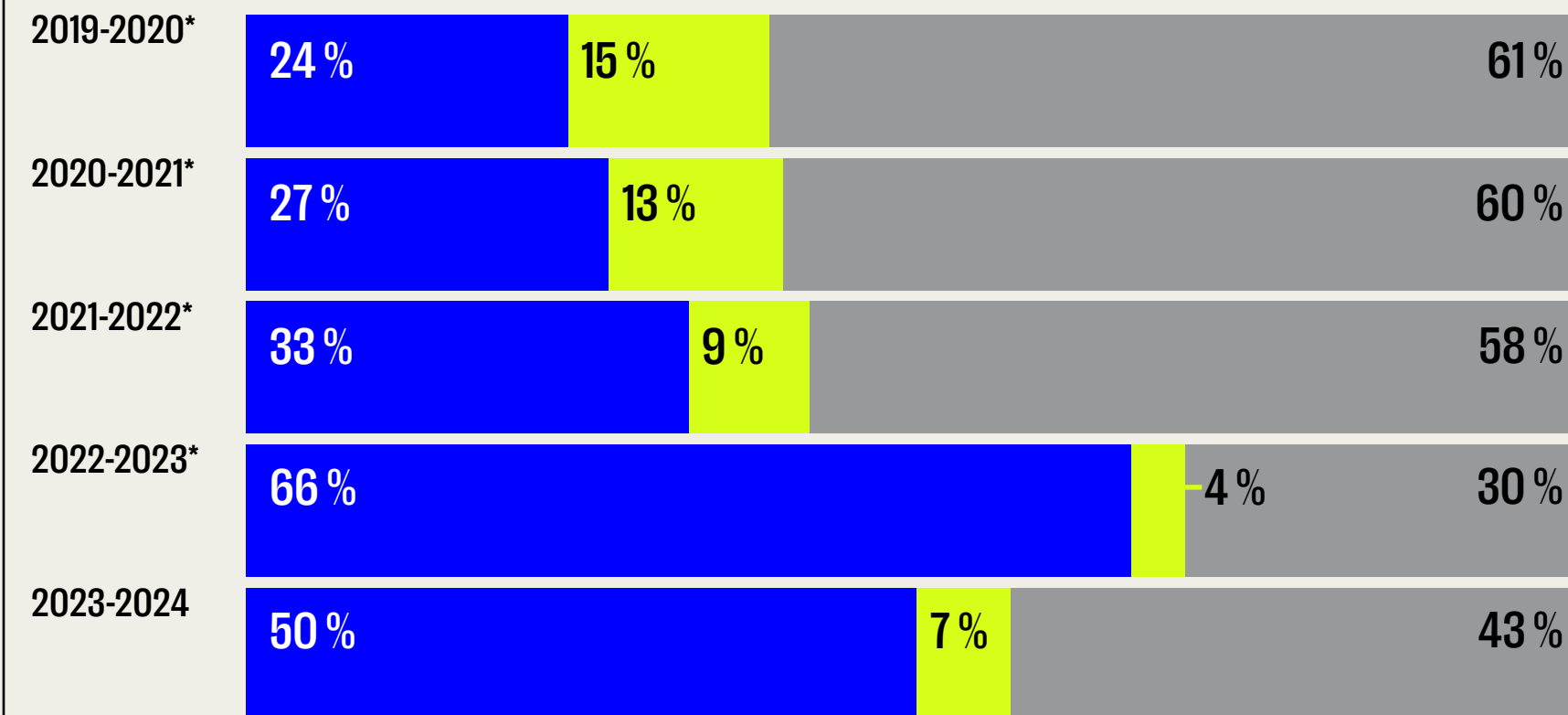


# ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC, ÉMISSIONS CANADIENNES NON FINANÇÉES PAR LE FMC ET ÉMISSIONS ÉTRANGÈRES, PAR GENRE

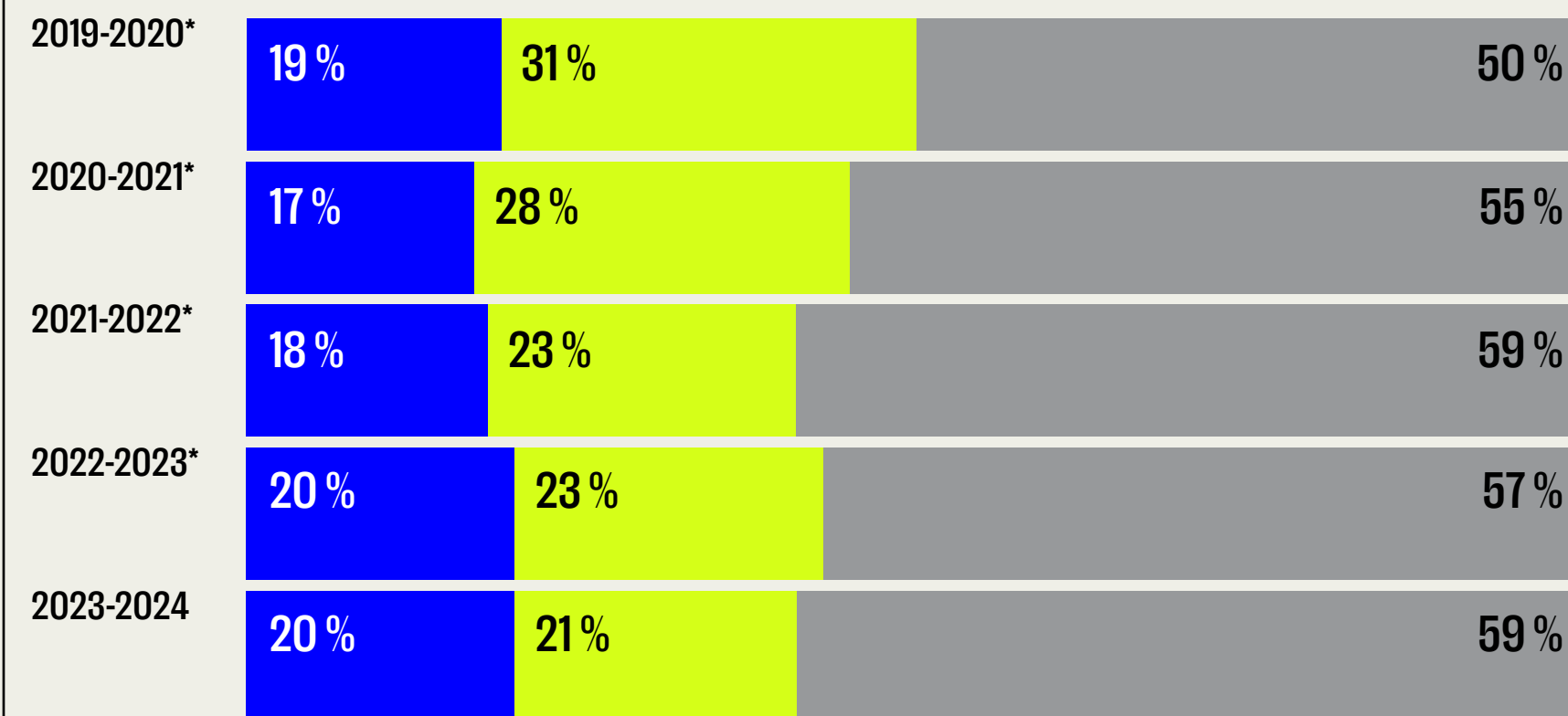
Journée complète, langue anglaise

\* Incluant la mesure de la vidéo sur demande

## ENFANTS ET JEUNES



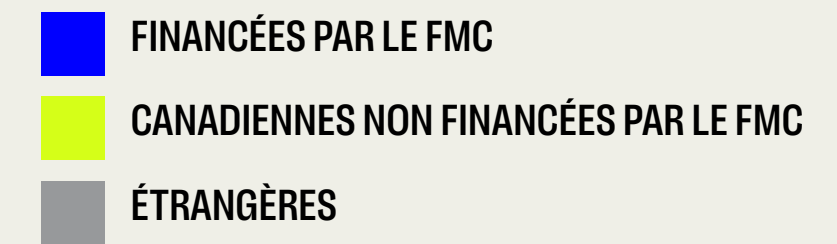
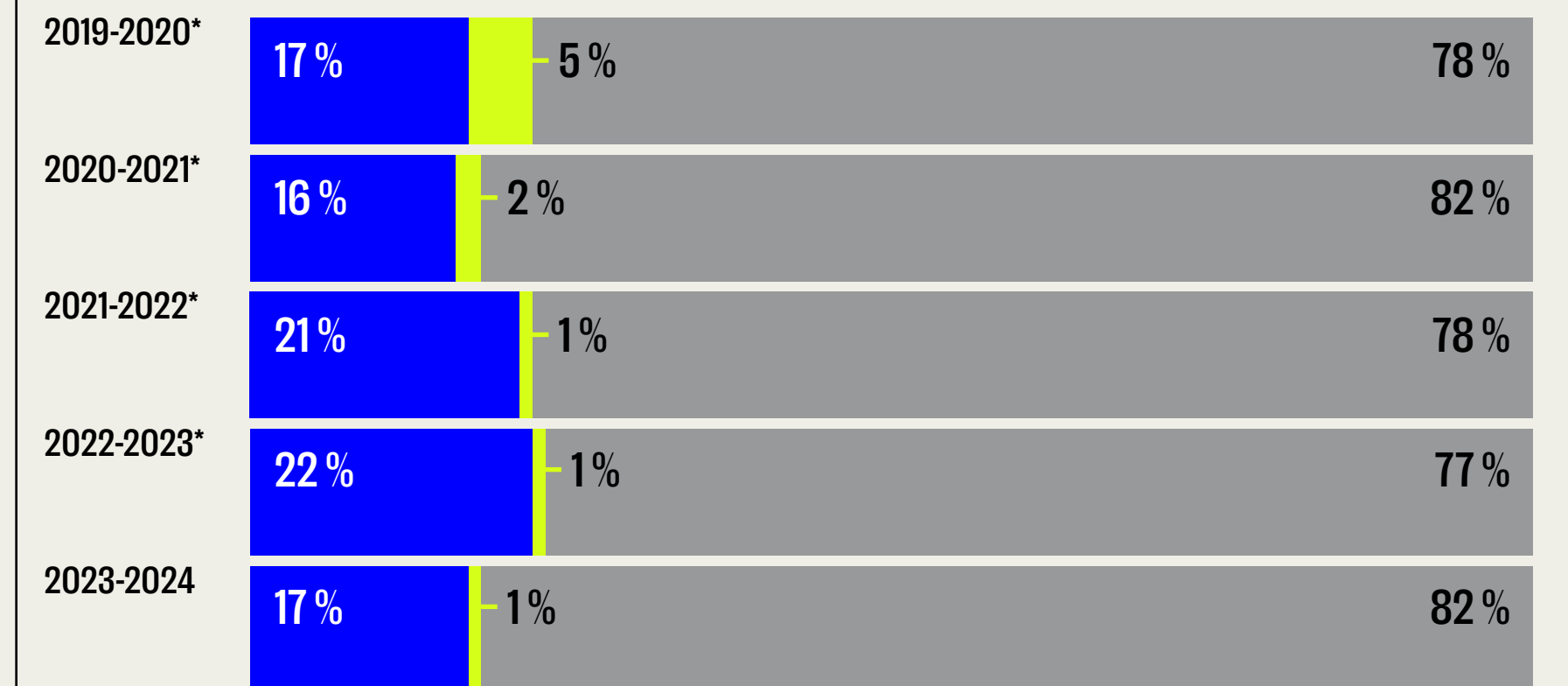
## DOCUMENTAIRES



## DRAMATIQUES



## VARIÉTÉS ET ARTS DE LA SCÈNE



# ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE FINANÇÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES

Voici le palmarès des 10 émissions de langue anglaise financées par le FMC les plus regardées pendant l'année de télédiffusion 2023-2024.

Parmi les 10 émissions les plus regardées, huit étaient des dramatiques; leur auditoire moyen par minute (AMM) allait de 507 000 à 1,2 million de personnes. Les deux autres étaient des émissions de VAS, dont les auditoires ont atteint 559 000 et 682 000 personnes.

La première saison de *Law & Order Toronto: Criminal Intent* a été l'émission de langue anglaise financée par le FMC la plus regardée; elle a attiré en moyenne 1,2 million de télévores. La deuxième saison de *Sullivan's Crossing* arrive au deuxième rang (827 000), et la 17<sup>e</sup> saison de *Murdoch Mysteries* complète le podium (788 000).

À l'instar de *Law & Order Toronto: Criminal Intent*, les séries *Sight Unseen* et *Allegiance* en étaient également à leur première saison. Elles ont attiré respectivement 703 000 et 507 000 personnes. La cérémonie des prix Juno a attiré 559 000 personnes – il s'agit d'une hausse de 37 % par rapport à l'an dernier.

Ayant attiré un public de 2,8 millions, la finale de la coupe Grey de la LCF (non financée par le FMC) a été l'émission canadienne la plus regardée. À des fins de comparaison, signalons que *9-1-1*, l'émission étrangère la plus regardée dans un genre financé par le FMC, a réuni 1,8 million de personnes.



*Sight Unseen*

## Palmarès des 10 émissions de langue anglaise financées par le FMC les plus regardées

RANG	TÉLÉDIFFUSEUR	ÉMISSION	JOUR DE LA SEMAINE	HEURE DE DÉBUT	GENRE	NBRE D'ÉPISODES DIFFUSÉS	AMM (000)
1	CITYTV	LAW & ORDER TORONTO: CRIMINAL INTENT	JEUDI	20 H	DRAMATIQUES	10	1,175
2	CTV	SULLIVAN'S CROSSING	DIMANCHE	20 H	DRAMATIQUES	10	827
3	CBC	MURDOCH MYSTERIES	LUNDI	20 H	DRAMATIQUES	24	788
4	CTV	TRANSPLANT	VENDREDI	21 H	DRAMATIQUES	10	735
5	CTV	SIGHT UNSEEN	DIM./LUN.	22 H	DRAMATIQUES	10	703
6	GLOBAL	DEPARTURE	LUNDI	20 H	DRAMATIQUES	3	694
7	CITYTV	CANADA'S GOT TALENT 2024	MARDI	20 H	VAS	9	682
8	CITYTV	HUDSON & REX	MAR./MER.	21 H	DRAMATIQUES	16	650
9	CBC	THE JUNO AWARDS (2024) - EN DIRECT	DIMANCHE	20 H	VAS	1	559
10	CBC	ALLEGIANCE	MERCREDI	21 H	DRAMATIQUES	10	507

SOURCE : MESURE DES MÉDIAS ET ANALYSE STRATÉGIQUE DU FMC (NUMERIS), ANNÉE DE TÉLÉDIFFUSION 2023-2024, 2 ANS ET PLUS, PREMIÈRES DIFFUSIONS SEULEMENT.

# ÉMISSIONS DE LANGUE ANGLAISE FINANCÉES PAR LE FMC AYANT L'EXPRESSION MAXIMALE DE LA DEMANDE LA PLUS ÉLEVÉE



Hudson &amp; Rex

Nouveauté cette année, nous présentons la mesure de l'expression maximale de la demande (« *peak demand* ») fournie par Parrot Analytics, laquelle permet d'établir le palmarès des émissions financées par le FMC les plus performantes sur toutes les plateformes. Ces données offrent un éclairage plus large du rayonnement auprès du public en mesurant l'intérêt envers des titres qui ne sont peut-être pas diffusés ou offerts à la télévision linéaire, ce qui reflète l'évolution des façons dont les auditoires découvrent et consomment le contenu.

Au total, 42 émissions de langue anglaise financées par le FMC ont enregistré une expression maximale de la demande au moins huit fois supérieure à l'intérêt moyen envers une émission au Canada. *Letterkenny* arrive en tête de liste avec un score de 35,5 fois, ce qui la classe dans la catégorie « exceptionnel » de Parrot Analytics. La série est suivie par *Shoresy* (28,2 fois) et *Law & Order Toronto: Criminal Intent* (27,9 fois).

## Palmarès des 10 émissions de langue anglaise ayant l'expression maximale de la demande la plus élevée

RANG	TITRE	SCORE	CATÉGORIE
1	LETTERKENNY	35,5 X	EXCEPTIONNEL
2	SHORES Y	28,2 X	REMARQUABLE
3	LAW & ORDER TORONTO: CRIMINAL INTENT	27,9 X	REMARQUABLE
4	CANADA'S GOT TALENT	24,9 X	REMARQUABLE
5	SULLIVAN'S CROSSING	24,7 X	REMARQUABLE
6	HUDSON & REX	21,7 X	REMARQUABLE
7	MURDOCH MYSTERIES	21,6 X	REMARQUABLE
8	VIKINGS	20,1 X	REMARQUABLE
9	HEARTLAND	19,2 X	REMARQUABLE
10	SCHITT'S CREEK	19,0 X	REMARQUABLE

SOURCE : RECHERCHE SUR L'AUDITOIRE DU FMC (PARROT ANALYTICS); INDICE DE DISTRIBUTION DE L'INTÉRÊT MAXIMAL DES ÉMISSIONS FINANCÉES PAR LE FMC, LANGUE ANGLAISE; ANNÉE DE TÉLÉDIFFUSION 2023-2024; CANADA.

# 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 66 %, en hausse d'un point par rapport à l'année précédente. Même si le nombre total d'heures d'écoute de contenu de langue française a connu une légère augmentation d'une année à l'autre, il est important de noter que cette hausse ne renverse pas la tendance à la baisse observée depuis 2017-2018 (à l'exception des années de pandémie). La relative stabilité constatée cette année doit donc être interprétée avec prudence, car il est peu probable qu'elle annonce une reprise durable.

La part d'écoute de projets financés par le FMC a augmenté de 1 % et celle de contenu canadien de langue française, de 2 %. De son côté, la part du contenu étranger de langue française est restée relativement stable. Numeris a cessé de faire rapport des données de la mesure de la vidéo sur demande (VSD) en juillet 2023; ces chiffres sont donc exclus de la présente analyse. Pendant l'année de télédiffusion 2022-2023, l'écoute d'émissions en VSD a représenté moins de 1 % du nombre total d'heures d'écoute.

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

La part des émissions dans les genres soutenus par le FMC sur le marché de langue française a diminué d'un point par rapport à l'année précédente, pour s'établir à 40 %. En 2023-2024, la part des émissions pour enfants et jeunes est demeurée la même que l'année précédente, à 1 %.

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

En ce qui concerne l'écoute d'émissions canadiennes faisant partie des genres soutenus par le FMC, celles qui sont financées par le FMC constituent 62 % de l'écoute, ce qui représente une baisse de deux points par rapport au record établi l'année précédente.

# 66%

PARTS DE VISIONNEMENT DU CONTENU TÉLÉVISUEL DE LANGUE FRANÇAISE PRODUIT AU CANADA - UN GAIN D'UN POINT EN UN AN



Infoman

# 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)



Photo: Bertrand Carmeau

Léo

La part du contenu de langue française dans les genres soutenus par le FMC est demeurée stable par rapport à l'année précédente, pour se fixer à 37 %, un record depuis 2005-2006. La part du contenu étranger a diminué d'un point pour la deuxième année consécutive, pour se fixer à 41 %, soit le même pourcentage qu'en 2020-2021.

Dans le genre des émissions pour enfants et jeunes, la part d'écoute du contenu financé par le FMC a augmenté de cinq points, pour atteindre 60 %. Les émissions étrangères ont reculé d'un point, après une baisse de sept points l'an dernier. Leur part s'établit désormais à 28 %, leur plus bas niveau depuis 2005-2006. Les émissions canadiennes non financées par le FMC ont reculé de quatre points, pour s'établir à 12 % au cours de la même période. La catégorisation des émissions pour enfants et jeunes de langue française est soumise aux mêmes réserves que celles de langue anglaise, qui doivent être prises en compte dans l'interprétation des variations. L'écoute globale chez les moins de 18 ans a diminué de 43 % au cours des cinq dernières années, soit plus de trois fois la baisse de 14 % observée chez les adultes de 18 ans et plus.

La part d'écoute de documentaires financés par le FMC a diminué de deux points pour s'établir à 25 %, ce qui correspond à l'augmentation de deux points de la part d'écoute des autres documentaires canadiens.



Dumas

Du côté des dramatiques, la part d'écoute des émissions financées par le FMC est restée stable à 35 %, son niveau le plus élevé depuis 2005-2006. La part du contenu étranger a diminué d'un point, pour atteindre un creux historique de 54 %.

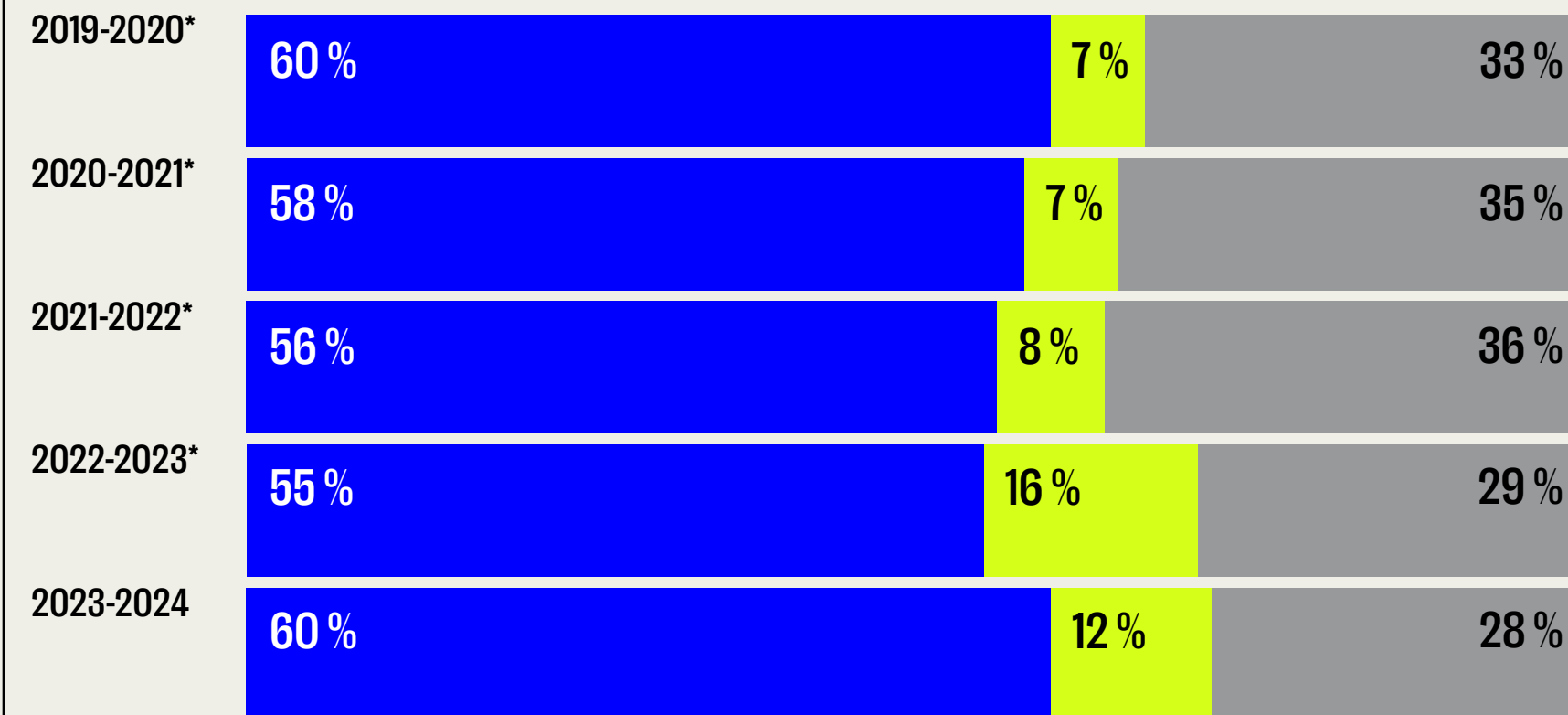
En ce qui concerne les émissions de VAS, la part d'écoute des productions financées par le FMC a augmenté de six points pour se fixer à 92 %, tandis que celle des autres émissions canadiennes de ce genre a diminué dans les mêmes proportions pour s'établir à 8 %. Dans son ensemble, ce genre est en déclin depuis 2019-2020 et est plus susceptible de subir des fluctuations importantes en raison de son nombre total d'heures relativement faible. Pour la deuxième année consécutive, la part des émissions de VAS étrangères représente moins de 1 % de l'écoute.

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

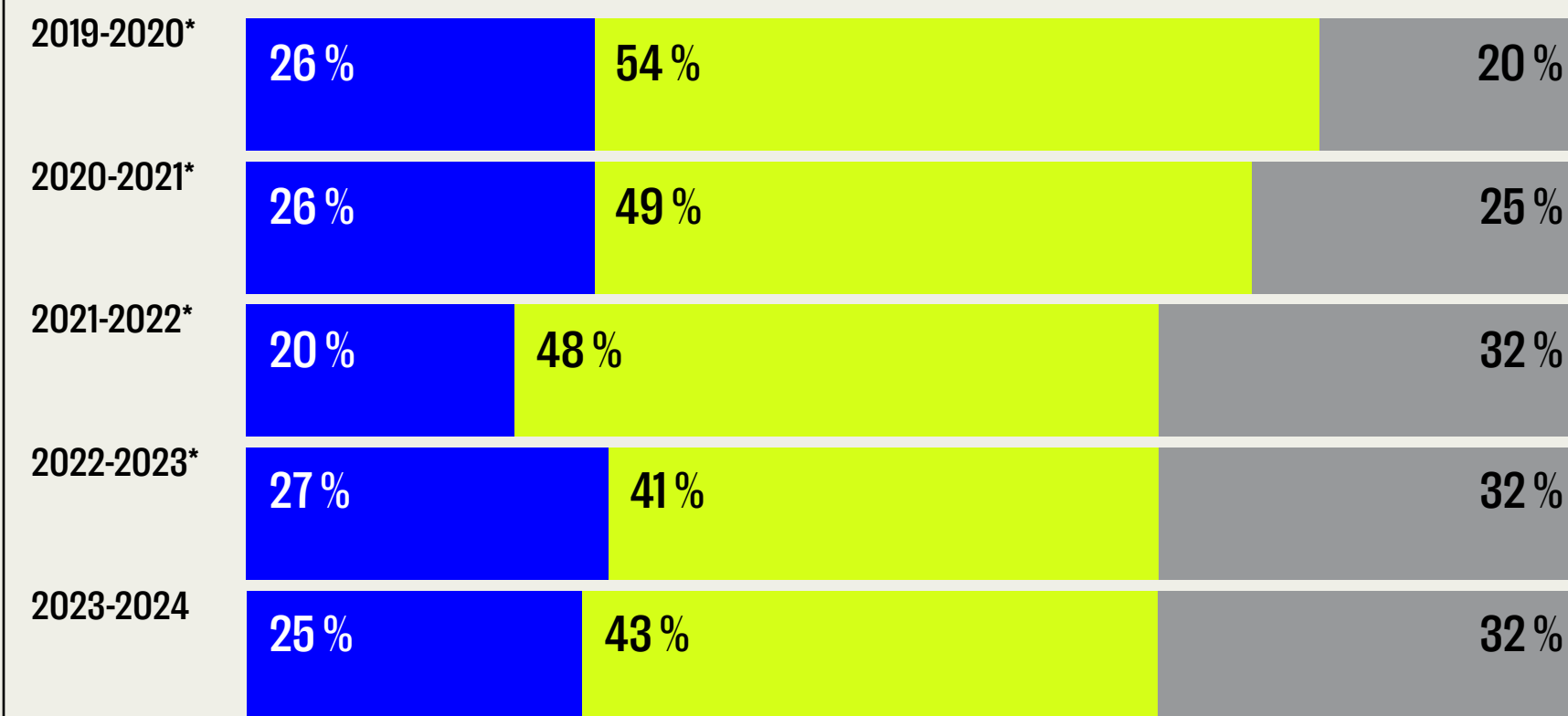
Journée complète, langue française

\* Incluant la mesure de la vidéo sur demande

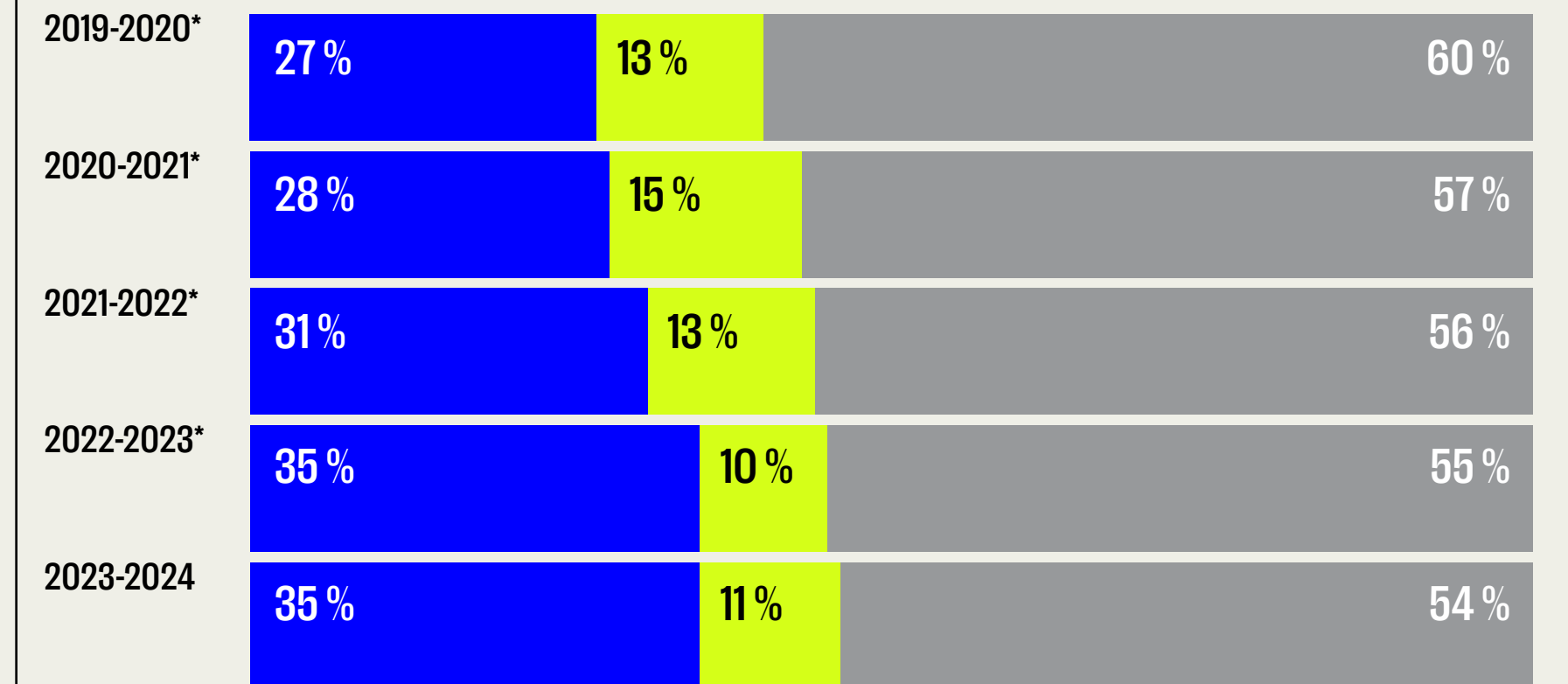
## ENFANTS ET JEUNES



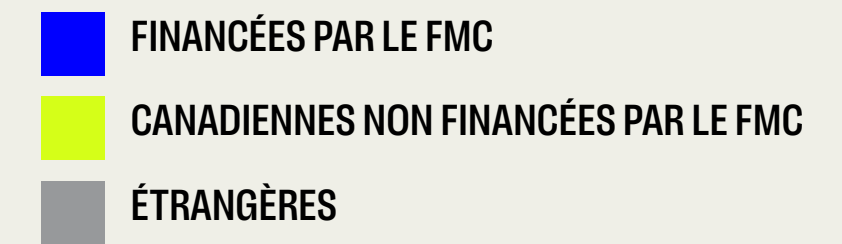
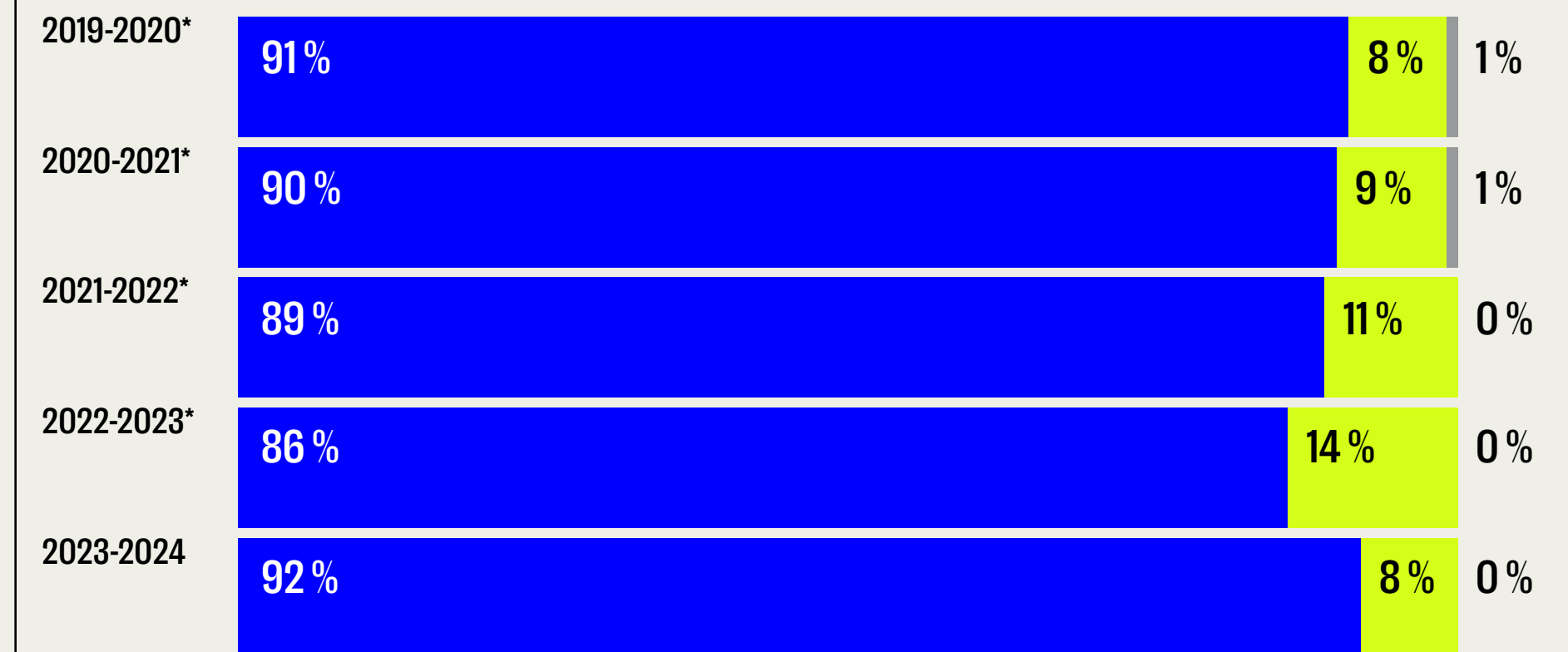
## DOCUMENTAIRES



## DRAMATIQUES



## VARIÉTÉS ET ARTS DE LA SCÈNE



# ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE FINANÇÉES PAR LE FMC LES PLUS REGARDÉES

Voici le palmarès des 10 émissions de langue française financées par le FMC les plus regardées pendant l'année de télédiffusion 2023-2024.

Les 10 émissions les plus regardées ont toutes attiré plus d'un million de personnes. L'émission qui arrive au premier rang, *Bye Bye 2023*, a attiré un auditoire moyen par minute (AMM) de plus de 4,7 millions de téléphiles. Dans l'ensemble, 15 émissions financées par le FMC ont dépassé le million de téléspectateurs et téléspectatrices. Il est à noter que les trois émissions les plus regardées sont du genre VAS. Les émissions spéciales de fin d'année d'*Infoman* et d'*En direct de l'univers* obtiennent également de fortes cotes d'écoute. Ces chiffres illustrent l'intérêt marqué des francophones envers les émissions de fin d'année.

La série la plus regardée, *Chanteurs masqués*, a attiré 1,9 million de personnes au cours de sa saison de 13 épisodes. La dramatique la plus regardée, *STAT*, a conquis 1,7 million de fidèles au cours de sa saison de 120 épisodes. En outre, la série culte *La petite vie*, qui a fait un retour, a connu un franc succès; la série a ainsi trouvé sa place au sein du palmarès grâce à 1,5 million au fil de six épisodes.



Bye Bye 2024

## Palmarès des 10 émissions de langue française financées par le FMC les plus regardées

RANG	TÉLÉDIFFUSEUR	ÉMISSION	JOUR DE LA SEMAINE	HEURE DE DÉBUT	GENRE	NBRE D'ÉPISODES DIFFUSÉS	AMM (000)
1	SRC	BYE BYE 2023	DIMANCHE	23 H	VAS	1	4,749
2	SRC	INFOMAN (ÉMISSION SPÉCIALE DE FIN D'ANNÉE)	DIMANCHE	22 H	VAS	1	3,606
3	SRC	EN DIRECT DE L'UNIVERS (ÉMISSION SPÉCIALE DE FIN D'ANNÉE)	DIMANCHE	19 H	VAS	1	2,449
4	TVA	CHANTEURS MASQUÉS	DIMANCHE	18 H 30	VAS	13	1,894
5	SRC	STAT	LUN.-JEU.	19 H	DRAMATIQUES	120	1,705
6	TVA	LA VOIX	DIMANCHE	19 H	VAS	12	1,611
7	SRC	LA PETITE VIE - 30 ANS	SAMEDI	18 H 30	DRAMATIQUES	6	1,548
8	TVA	INDÉFENDABLE	LUN.-JEU.	19 H	DRAMATIQUES	120	1,528
9	TVA	RÉVOLUTION	DIMANCHE	19 H 30	VAS	12	1,304
10	SRC	EN DIRECT DE L'UNIVERS	SAMEDI	19 H	VAS	23	1,302

SOURCE : MESURE DES MÉDIAS ET ANALYSE STRATÉGIQUE DU FMC (NUMERIS), ANNÉE DE TÉLÉDIFFUSION 2023-2024, 2 ANS ET PLUS, PREMIÈRES DIFFUSIONS SEULEMENT.

# ÉMISSIONS DE LANGUE FRANÇAISE FINANÇÉES PAR LE FMC AYANT L'EXPRESSION MAXIMALE DE LA DEMANDE LA PLUS ÉLEVÉE

Trois émissions de langue française ont enregistré une expression maximale de la demande au moins huit fois supérieure à l'intérêt moyen envers une émission au Canada. *Les bracelets rouges*, *STAT* et *District 31* se sont classées dans la catégorie « exceptionnel » de Parrot Analytics, *Les bracelets rouges* et *STAT* étant à égalité avec un intérêt maximal de 13,1 fois. Les sept autres émissions du palmarès se classent dans la catégorie « bon », avec une expression maximale allant de 3,9 fois à 7,9 fois.



## Palmarès des 10 émissions de langue française ayant l'expression maximale de la demande la plus élevée

RANG	TITRE	SCORE	CATÉGORIE
1	LES BRACELETS ROUGES	13,1 X	REMARQUABLE
2	STAT	13,1 X	REMARQUABLE
3	DISTRICT 31	8,4 X	REMARQUABLE
4	CLUB SOLY	7,9 X	BON
5	LA PETITE VIE	6,7 X	BON
6	C'EST COMME ÇA QUE JE T'AIME	5,9 X	BON
7	BYE BYE 2023	5,7 X	BON
8	FUGUEUSE	5,3 X	BON
9	MÉGANTIC	4,4 X	BON
10	CHANTEURS MASQUÉS	3,9 X	BON

SOURCE : RECHERCHE SUR L'AUDITOIRE DU FMC (PARROT ANALYTICS); INDICE DE DISTRIBUTION DE L'INTÉRÊT MAXIMAL DES ÉMISSIONS FINANÇÉES PAR LE FMC, LANGUE FRANÇAISE; ANNÉE DE TÉLÉDIFFUSION 2023-2024; CANADA.



# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS



# MÉDIAS NUMÉRIQUES INTERACTIFS (MNI)

Les données suivantes ont été compilées par Video Game Insights (VGI), une plateforme conçue pour le secteur des jeux vidéo et des médias interactifs. VGI offre des analyses normalisées, ce qui s'arrime à l'objectif du FMC relativement à la modernisation de son cadre de mesure et à l'évaluation des retombées du contenu de MNI financé.<sup>7</sup>

Pendant l'année civile 2024, 26 projets soutenus par le FMC ont dépassé la barre des 10 000 unités estimées vendues. *Dead by Daylight*, dont le succès planétaire ne s'essouffle pas, arrive au premier rang, avec 1,4 million d'unités estimées vendues.

<sup>7</sup> Voir la méthodologie en annexe.



*This Bed We Made*

## Projets les plus vendus, par unités vendues sur Steam

RANG	TITRE	UNITÉS ESTIMÉES VENDUES*
1	DEAD BY DAYLIGHT	1 368 973
2	OUTLAST	294 285
3	THE LONG DARK	286 408
4	MY SINGING MONSTERS	179 280
5	SESSION: SKATE SIM	73 259
6	1000XRESIST	65 970
7	WARHAMMER 40 000: CHAOS GATE - DAEMONHUNTERS	59 550
8	TRIBES OF MIDGARD	53 970
9	OUTWARD	48 158
10	THIS BED WE MADE	36 570
11	OPERATION TANGO	34 230
12	THE MESSENGER	32 962
13	DECEIVE INC.	32 220
14	EDEN*	25 440
15	STORIES: THE PATH OF DESTINIES	23 659
16	JUST SHAPES & BEATS	22 871
17	JOTUN: VALHALLA EDITION	22 623
18	MOON HUNTERS	22 043
19	CASTLE STORY	15 462
20	MEMORIES	14 340
21	GOODBYE VOLCANO HIGH	14 250
22	BIOMORPH	13 980
23	SEASON: A LETTER TO THE FUTURE	12 210
24	THE CHANT	12 090
25	TURBO KID	11 820
26	LAST YEAR	10 560

\* VGINSGHTS INCORPARE PLUSIEURS INDICATEURS DONT LE NOMBRE D'ÉVALUATIONS, LES DONNÉES SUR LES LISTES DE SOUHAITS ET LES PALMARÈS DES VENTES PUBLIÉS PAR STEAM POUR FOURNIR UNE ESTIMATION DES VENTES AYANT UN TAUX ÉLEVÉ D'EXACTITUDE (DANS UNE MARGE DE 3 % EN MOYENNE).

SOURCE : RECHERCHE SUR L'AUDITOIRE DU FMC (VGINSGHTS: VENTES DES PROJETS FINANCÉS PAR LE FMC SUR STEAM, 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2024, MONDE)

# 6

# APERÇU FINANCIER

## DANS CETTE SECTION

Rapport de gestion

Responsabilité de la direction à l'égard de la  
présentation de l'information financière

États financiers du Fonds des médias du Canada



Photo : Kar Jessy

Sans rendez-vous

# RAPPORT DE GESTION

L'examen de la situation financière et des résultats d'exploitation du Fonds des médias du Canada (FMC) doit être lu avec les états financiers qui figurent dans les pages suivantes. Les résultats pour 2024-2025 couvrent la période du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025. Les résultats de l'exercice précédent, présentés à des fins de comparaison, couvrent la période du 1<sup>er</sup> avril 2023 au 31 mars 2024.

# RAPPORT DE GESTION

(en milliers de dollars)

## Résultats d'exploitation

### Produits

Les produits du FMC 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 1 156 \$ (0,3 %) au cours de l'exercice, passant de 399 764 \$ en 2023-2024 à 400 920 \$ en 2024-2025.

Le financement du gouvernement fédéral a diminué de 300 \$ (0,1 %) au cours de l'exercice, passant de 216 946 \$ en 2023-2024 à 216 646 \$ en 2024-2025. En 2018-2019, le gouvernement fédéral a haussé sa contribution au FMC pour atténuer le déclin de celle des EDR. En 2024-2025, il lui a versé 42 500 \$, le moment maximal du fonds de stabilisation. La contribution du Ministère comprenait un financement de 20 000 \$ ciblant les groupes en quête d'équité, en particulier les communautés afro-descendantes, autochtones et racisées, ainsi que les personnes en situation de handicap et celles qui se définissent comme 2SLGBTQ+. Elle comprenait également un financement de 20 000 \$ destiné au contenu audiovisuel de langue française et aux voix sous-représentées.

Les apports des EDR ont diminué de 16 000 \$ (10,1 %) au cours de l'exercice, passant de 158 832 \$ en 2023-2024 à 142 832 \$ cette année.

Au cours de l'exercice 2024-2025, le FMC a reçu 14 340 \$ de Bell Canada à titre de rajustement de conformité. Ce montant était lié à des dépenses au titre de l'expression locale qui auraient dû être versées au FMC.

Les intérêts créditeurs ont diminué de 262 \$ (2,5 %) au cours de l'exercice, passant de 10 681 \$ en 2023-2024 à 10 419 \$ en 2024-2025, principalement en raison de la baisse des taux d'intérêt durant l'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 fait un bond de 3 049 \$ (165,6 %) pendant l'exercice, passant de 1 841 \$ en 2023-2024 à 4 890 \$ en 2024-2025.

Les produits tirés de la récupération d'investissements dans les productions ont diminué de 1 135 \$ (19,0 %) au cours de l'exercice, passant de 5 964 \$ en 2023-2024 à 4 829 \$ en 2024-2025.

Pour leur part, les produits tirés du remboursement des avances ont reculé de 992 \$ (18,0 %), passant de 5 500 \$ l'an dernier à 4 508 \$ cette année.

En 2024-2025, le Ministère a mis sur pied le Fonds pour la diversité des voix dans le but d'offrir davantage de soutien aux organismes de l'industrie audiovisuelle qui reflètent de façon concrète la

diversité du pays. Le FMC a conclu une entente de contribution de trois ans pour un montant de 4 188 \$. Au cours de l'exercice 2024-2025, il a reçu 2 456 \$.

### Charges

Les charges totales ont diminué de 17 368 \$ (4,3 %) au cours de l'exercice, passant de 407 316 \$ en 2023-2024 à 389 948 \$ en 2024-2025. Les engagements au titre des programmes du FMC ont représenté 91,5 % des charges totales, sans tenir compte du Fonds pour la diversité des voix. Le reste des charges comprend l'administration des programmes, les frais généraux et administratifs, les initiatives de Soutien au développement de l'industrie, le Fonds pour la diversité des voix, les partenariats avec l'industrie (1 980 \$) et l'amortissement (48 \$).

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 5,3 % (21 291 \$).

### Engagements au titre des programmes

Les engagements au titre des programmes ont diminué de 21 929 \$ (5,8 %) au cours de l'exercice, passant de 376 539 \$ en 2023-2024 à 354 610 \$ en 2024-2025. 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 (contenu linéaire et contenu de médias numériques interactifs), ainsi que de mesures

# RAPPORT DE GESTION (SUITE)

incitatives internationales et de programmes de partenariats nationaux.

## Charges en administration des programmes

Les charges totales en administration des programmes ont reculé de 446 \$ (3,8 %) au cours de l'exercice, passant de 11 751 \$ en 2023-2024 à 11 305 \$ en 2024-2025. Le FMC a confié à Téléfilm Canada les activités d'administration des programmes par une entente de services; les redevances de service ont diminué de 428 \$ au cours de l'exercice, passant de 11 299 \$ en 2023-2024 à 10 871 \$ en 2024-2025. Les autres charges en administration des programmes ont diminué de 18 \$ au cours de l'exercice, passant de 452 \$ à 434 \$.

## Frais généraux et administratifs

Les frais généraux et administratifs ont diminué de 749 \$ (7,0 %) au cours de l'exercice, passant de 10 687 \$ en 2023-2024 à 9 938 \$ en 2024-2025.

## Développement de l'industrie

Les charges liées au Soutien au développement de l'industrie ont augmenté de 3 152 \$ (48,8 %) pendant l'exercice, passant de 6 459 \$ en 2023-2024 à 9 611 \$ en 2024-2025. Le FMC s'associe à l'industrie dans le cadre d'activités visant à favoriser la croissance du milieu de la production audiovisuelle canadienne grâce à ses programmes et à ses initiatives internes.

## Fonds pour la diversité des voix

Le FMC a versé 2 456 \$ pour soutenir des organismes de l'industrie audiovisuelle qui reflètent de façon

concrète la diversité du pays par le truchement du Fonds pour la diversité des voix. Aucune charge administrative n'a été affectée au fonds.

## Partenariats avec l'industrie

Les fonds versés aux partenariats avec l'industrie ont augmenté de 159 \$ (8,7 %) au cours de l'exercice, passant de 1 821 \$ en 2023-2024 à 1 980 \$ en 2024-2025. Le FMC a continué de parrainer des événements médiatiques et de l'industrie au Canada et à l'étranger.

## Flux de trésorerie et réserves

Le FMC reçoit les contributions des EDR chaque mois; il présente ses factures au Ministère chaque trimestre, à terme échu, selon les paiements versés aux sociétés de production. L'aide du Fonds pour la diversité des voix est reçue une fois par année, après avoir été versée aux bénéficiaires. 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 67 995 \$ (comparativement à 60 071 \$ en 2023-2024) et les réserves non assujetties à des restrictions, 13 788 \$ (10 711 \$ en 2023-2024).

Au 31 mars 2025, les réserves assujetties à des restrictions comprenaient 13 007 \$ pour le règlement des charges en cas de dissolution du FMC, 14 988 \$ pour soutenir le budget des programmes 2025-2026 et une réserve pour éventualités relative au financement des programmes de 40 000 \$.

## 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 2025-2026, il est attendu que les contributions des EDR continueront de reculer.

Le FMC détermine son budget pour les programmes en fonction des prévisions de revenus. En 2025-2026, le budget des programmes du FMC s'établit à 346 664 \$ : 219 718 \$ seront versés à des projets de langue anglaise; 111 677 \$, à des projets de langue française; et 15 269 \$, à des projets en langues autochtones et de la diversité linguistique, ainsi qu'aux partenariats nationaux et internationaux.

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

# 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, comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés (KPMG), ont effectué un examen indépendant des états financiers conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, 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 de KPMG 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**  
CHEF DE L'EXPLOITATION ET PREMIER VICE-PRÉSIDENT,  
FINANCES, STRATÉGIE ET ANALYTIQUE

# ÉTATS FINANCIERS DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

et rapport de l'auditeur indépendant sur ces états  
Exercice clos le 31 mars 2025



KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.  
 Vaughan Metropolitan Centre  
 100 New Park Place, 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 2025;
- 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 2025, 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.



KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.  
 Vaughan Metropolitan Centre  
 100 New Park Place, bureau 1400  
 Vaughan (Ontario) L4K 0J3  
 Canada  
 Téléphone 905 265-5900  
 Télécopieur 905 265-6390

## 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.



KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.  
 Vaughan Metropolitan Centre  
 100 New Park Place, bureau 1400  
 Vaughan (Ontario) L4K 0J3  
 Canada  
 Téléphone 905 265-5900  
 Télécopieur 905 265-6390

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 20 juin 2025

# ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

(en milliers de dollars)

31 mars 2025,  
avec information comparative de 2024

  
**MICHAEL SCHMALZ**  
PRÉSIDENT DU CONSEIL

  
**BARRY CHAPMAN**  
PRÉSIDENT DU COMITÉ D'AUDIT

	2025	2024
<b>Actif</b>		
Actif à court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 774 \$	3 831 \$
Débiteurs (note 3)	5 294	11 975
Placements (note 4)	305 638	242 003
Sommes à recevoir du ministère du Patrimoine canadien (note 7)	2 956	42 528
Charges payées d'avance	37	33
	318 699	300 370
Immobilisations (note 5)	61	90
	<b>318 760</b>	<b>300 460</b>
<b>Passif et actif net</b>		
Passif à court terme		
Créditeurs et charges à payer (note 6)	5 749 \$	7 165 \$
Engagements à payer au titre de la production d'émissions	231 167	222 423
	<b>236 916</b>	<b>229 588</b>
Actif net		
Actif net investi en immobilisations	61	90
Actif net grevé d'affectations d'origine interne (note 8)	67 995	60 071
Actif net non affecté	13 788	10 711
	<b>81 844</b>	<b>70 872</b>
Engagements garanties et éventualités (note 11)		
	<b>318 760 \$</b>	<b>300 460 \$</b>

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

# ÉTAT DES RÉSULTATS

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025,  
avec information comparative de 2024

	2025	2024
<b>Produits</b>		
Contributions du ministère du Patrimoine canadien (note 1)	216 646 \$	216 946 \$
Apports d'entreprises de distribution de radiodiffusion	142 832	158 832
Apports d'entreprises de distribution de radiodiffusion - ajustement (note 1)	14 340	–
Produit d'intérêts	10 419	10 681
Autres apports - avantages tangibles	4 890	1 841
Recouvrement d'investissements dans les productions	4 829	5 964
Remboursements d'avances	4 508	5 500
Contributions du ministère du Patrimoine canadien - Fonds pour la diversité des voix (note 7)	2 456	–
	<b>400 920</b>	<b>399 764</b>
<b>Charges</b>		
Engagements au titre de la production d'émissions [note 2 b)]	354 610	376 539
Administration des programmes	11 305	11 751
Frais généraux et frais d'administration	9 938	10 687
Croissance du secteur	9 611	6 459
Programme du Fonds pour la diversité des voix (note 7)	2 456	–
Partenariats avec l'industrie	1 980	1 821
Amortissement des immobilisations	48	59
	<b>389 948</b>	<b>407 316</b>
<b>Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges</b>	<b>10 972 \$</b>	<b>(7 552) \$</b>

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 2025,  
avec information comparative de 2024

				2025	2024
	Investi en immobilisations	Grevé d'affectations d'origine interne	Non affecté	Total	Total
Actif net à l'ouverture de l'exercice	90 \$	60 071 \$	10 711 \$	70 872 \$	78 424 \$
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(48)	–	11 020	10 972	(7 552)
Investissement en immobilisations	19	–	(19)	–	–
Virements à l'actif net grevé d'affectations d'origine interne (note 8)	–	7 924	(7 924)	–	–
<b>Actif net à la clôture de l'exercice</b>	<b>61 \$</b>	<b>67 995 \$</b>	<b>13 788 \$</b>	<b>81 844 \$</b>	<b>70 872 \$</b>

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

# ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025,  
avec information comparative de 2024

	2025	2024
<b>Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation</b>		
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	10 972 \$	\$ (7 552) \$
Amortissement des immobilisations n'ayant pas d'incidence sur la trésorerie	48	59
Variation des éléments hors trésorerie du fonds de roulement d'exploitation		
Débiteurs	6 681	(1 123)
Sommes à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	39 572	(17 074)
Charges payées d'avance	(4)	119
Créditeurs et charges à payer	(1 416)	1 401
Engagements à payer au titre de la production d'émissions	8 744	(8 948)
	<b>64 597</b>	<b>(33 118)</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement</b>		
Acquisition d'immobilisations	(19)	(59)
Rachat (achat) de placements montant net	(63 635)	32 430
	<b>(63 654)</b>	<b>32 371</b>
Augmentation (diminution) de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	943	(747)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	3 831	4 578
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice</b>	<b>4 774 \$</b>	<b>\$ 3 831 \$</b>

Se reporter aux notes afférentes aux états financiers.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

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 est de soutenir le secteur audiovisuel canadien ainsi que de favoriser, de promouvoir et de financer la création de contenus audiovisuels canadiens, tant linéaires que non linéaires, sur diverses plateformes et dans les genres suivants, soit drame (y compris la comédie), enfants et jeunesse, documentaire et variétés et arts de la scène, de même que les contenus numériques interactifs novateurs et à vocation commerciale et les applications logicielles, dont les jeux vidéo, la réalité virtuelle et les applications liées aux médias sociaux. En outre, le FMC travaille en partenariat avec l'industrie sur des projets visant à faire progresser le secteur de la production audiovisuelle canadienne par l'entremise de ses programmes et de ses initiatives internes. La gestion de ses programmes est confiée à Téléfilm Canada (« Téléfilm »).

Le FMC est régi par un conseil d'administration (le « conseil ») constitué de neuf membres nommés par deux organismes membres : i) la Coalition canadienne pour la diversité des expressions culturelles, laquelle nomme six membres 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 membres.

## 1. Nature des activités

Aux termes de l'entente de contribution, le FMC a reçu 216 646 \$ du Ministère pour l'exercice clos le 31 mars 2025 (216 946 \$ en 2024).

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.

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 \$ à titre de rajustements de conformité liés à des paiements pour l'expression locale qui auraient dû être versés au FMC. Au cours de l'exercice, le FMC a reçu et comptabilisé à titre de produits un montant de 14 340 \$ (néant en 2024) se rapportant aux rajustements de conformité provenant d'entreprises de

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

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 :

### (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,

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

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.

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 4 375 \$ (2 933 \$ en 2024) 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.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

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.

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

	2025	2024
Débiteurs	5 360 \$	12 035 \$
Moins la provision pour créances douteuses	66	60
	<b>5 294 \$</b>	<b>11 975 \$</b>

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

Les débiteurs comprennent les sommes à recevoir au titre de la taxe sur les produits et services, les sommes à recevoir d'entreprises de distribution de radiodiffusion et d'autres sommes.

## 4. Investissements

	2025	2024
Billets à ordre des provinces	82 530 \$	87 159 \$
Dépôts à terme	80 825	46 219
Certificats de placement garanti	77 743	49 334
Bons du Trésor provinciaux	49 594	59 291
Bons du Trésor du gouvernement du Canada	14 946	—
	<b>305 638 \$</b>	<b>242 003 \$</b>

Les placements d'une durée égale ou inférieure à un an, qui se chiffrent à 305 638 \$ (242 003 \$ en 2024), sont présentés en tant qu'actifs à court terme.

## 5. Immobilisations

	2025		2024	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Matériel	227 \$	166 \$	61 \$	89 \$
Mobilier de bureau et agencements	22	22	—	1
Améliorations locatives	264	264	—	—
	<b>513 \$</b>	<b>452 \$</b>	<b>61 \$</b>	<b>90 \$</b>

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

## 6. Remises gouvernementales

Les créiteurs et charges à payer comprennent un montant de 66 \$ (52 \$ en 2024) au titre des remises gouvernementales, englobant les sommes à payer pour les cotisations sociales.

## 7. Ententes d'administration

Le ministère a instauré le Fonds pour la diversité des voix en vue d'offrir un soutien supplémentaire aux organismes qui participent à l'industrie audiovisuelle et qui reflètent de manière tangible la diversité du Canada. Le FMC a conclu une entente de contribution avec le ministère visant la distribution pouvant atteindre 4 188 \$ sur une période de trois ans. L'entente de contribution est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2024 et viendra à échéance le 31 mars 2027.

	<b>2025</b>
Débiteurs - Fonds pour la diversité des voix, à l'ouverture de l'exercice	– \$
Somme reçue au cours de l'exercice	–
Somme comptabilisée dans les produits au cours de l'exercice	2 456
<b>Débiteurs, Fonds pour la diversité des voix à la clôture de l'exercice</b>	<b>2 456 \$</b>

Au cours de l'exercice, le FMC a engagé des charges liées aux programmes de 2 456 \$ (néant en 2024) en soutien aux organismes œuvrant dans le secteur de l'audiovisuel.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

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

	Solde au 31 mars 2024	Virements	Solde au 31 mars 2025
Règlement des charges d'exploitation du FMC advenant sa dissolution	13 007 \$	– \$	13 007 \$
Financement des programmes 2024-2025	17 064	(17 064)	–
Financement des programmes 2025-2026	–	14 988	14 988
Réserve pour éventualités au titre du financement des programmes	30 000	10 000	40 000
	<b>60 071 \$</b>	<b>7 924 \$</b>	<b>67 995 \$</b>

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 14 988 \$ (17 064 \$ en 2024) 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 2025-2026 (en 2024, pour l'exercice 2024-2025).

Le conseil a approuvé le virement de 10 000 \$ (néant en 2024) de l'actif net non affecté à l'actif net affecté afin d'accroître la réserve pour éventualités au titre du financement des programmes.

## 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 2025 :

### (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 rapidement transformés en espèces à un montant se rapprochant de leur juste valeur. Par rapport à 2024, les risques de liquidité n'ont pas changé.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

## (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	2025	2024
R-1 (élevée)	295 698 \$	207 368 \$
R-1 (moyen)	9 940	34 635
	<b>305 638 \$</b>	<b>242 003 \$</b>

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 2,55 % à 4,15 % (4,00 % à 6,05 % en 2024) et leurs échéances vont du 1<sup>er</sup> avril 2025 au 20 octobre 2025 (du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 19 février 2025 en 2024). 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 2024.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

## 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 sous-loue. La date d'expiration des contrats de location est le 31 août 2040.

2026	251 \$
2027	169
2028	139
2029	146
2030	152
Par la suite	1865
	<b>2722 \$</b>

Aux termes de ces contrats de sous-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 10 513 \$ 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.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS (SUITE)

(en milliers de dollars)

Exercice clos le 31 mars 2025

- (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.

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.

# 7

# ANNEXES

## DANS CETTE SECTION

Notes

Sources des données sur l'auditoire télévisuel

Méthodologie d'évaluation des retombées économiques des productions financées par le FMC



# NOTES



*Alertes*

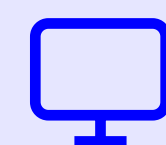
# NOTES

Le Rapport annuel du Fonds des médias du Canada 2024-2025 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 2024-2025, soit du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025.

Il comprend également une analyse des audiences canadiennes pour l'année de diffusion 2023-2024 en télévision et l'exercice financier 2024-2025 pour les médias numériques interactifs. Les références aux prix, aux ventes et aux autres formes de reconnaissance concernent des productions qui ont obtenu ces succès en 2024 ou 2025 (sauf indication contraire), mais qui peuvent avoir été financées par le FMC avant 2024-2025.

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.

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



[CONTACTER LE FMC](#)



# NOTES (SUITE)

## Définition de Projet issu d'une communauté reflétant la diversité

### Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Personnel clé)

Un Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Personnel clé) est un projet dans le cadre duquel au moins 40 % de l'ensemble cumulé des postes rémunérés au sein de (i) l'équipe de production et l'équipe de création (pour projets de contenu linéaire) ou (ii) postes en médias numériques interactifs (MNI) (pour projets de contenu en MNI) sont occupés par des membres d'une (ou d'une combinaison de) Communauté(s) reflétant la diversité.

### Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Propriété et contrôle)

Un Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Propriété et contrôle) est un projet pour lequel au moins 51 % des droits de propriété, le contrôle de la société requérante et des droits d'auteur du projet sont détenus par un membre (ou plusieurs membres) d'une (ou d'une combinaison) des différentes Communautés reflétant la diversité.

Aux fins de la présente définition, le terme « Communauté reflétant la diversité » a été défini dans les principes directeurs 2024-2025 ainsi :

## Autochtones du Canada

Autochtones du Canada est un terme générique utilisé par le FMC pour désigner les Inuit et les membres de la Nation métisse ou des Premières Nations qui vivent sur le territoire aujourd'hui connu sous le nom de « Canada » et qui sont des descendants des premiers habitants 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 ou Premiers Peuples : Personnes ayant ou non le statut d'« Indien inscrit » qui sont des citoyens ou citoyennes, 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 Inuit et qui ont une ascendance métisse directe dans un peuplement, une communauté ou un groupe familial métis connu.

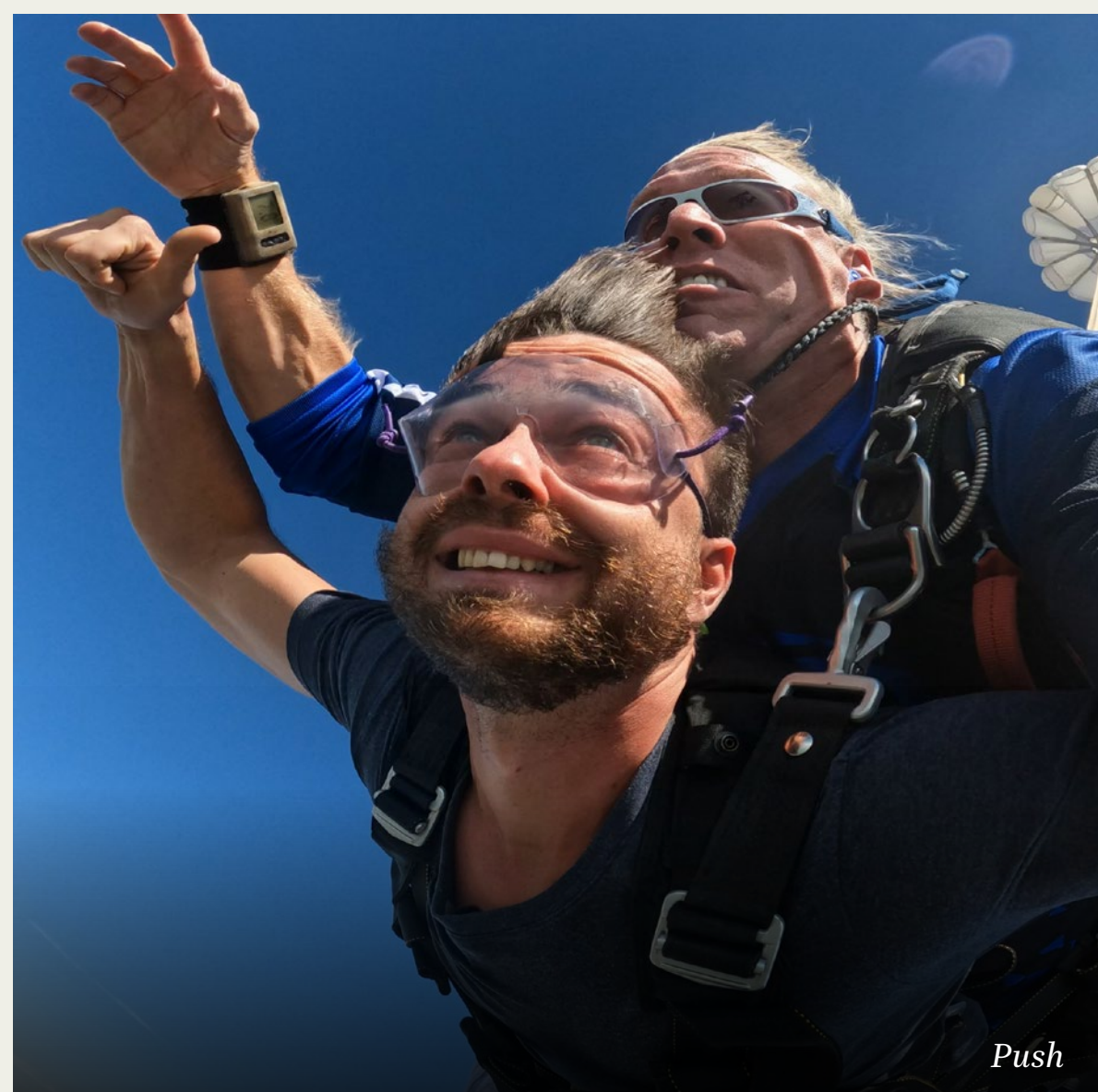
## Communautés racisées

Les Communautés racisées font référence aux communautés afro-descendantes 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 qu'ils 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 afro-descendantes 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

# NOTES (SUITE)



Push



Photo: Calvin Stimson

Moosemeat &amp; Marmalade

- 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, bissexuelles, 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.

## **Personnes en situation de handicap**

Une personne en situation de handicap fait référence à 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, dont la participation pleine et égale dans la société est limitée par des obstacles sociaux, politiques et environnementaux. Ces conditions peuvent être de nature permanente, temporaire ou épisodique, manifeste ou non.

# 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 2024-2025. Cependant, la mesure du succès auprès de l'auditoire rend compte de la dernière année complète de diffusion, en l'occurrence 2023-2024.



# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL

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 sur des plateformes de contenu généré par les utilisateurs et utilisatrices (CGU) comme YouTube, n'est pas prise en compte. Le panel de mesure d'auditoire vidéo (VAM) de Numeris devrait être lancé à l'automne 2025, en vue de mesurer les auditoires pour l'année de radiodiffusion 2025-2026. VAM mesurera la consommation de contenu sur les applications des télédiffuseurs et d'autres plateformes non linéaires. En attendant cet ensemble de données supplémentaire, le FMC recueille des données auprès d'autres fournisseurs tiers, comme Parrot Analytics. Cette année, le FMC a utilisé ces sources de données pour obtenir une perspective globale du succès des projets.

Le FMC utilisait auparavant la mesure de la vidéo sur demande (VSD) de Numeris, qui suivait la consommation de contenus vidéo offerts par les services de VSD avec boîtiers décodeurs ou dans les sites Web des télédiffuseurs<sup>8</sup>. Puisque Numeris a cessé de faire rapport de la mesure de la VSD en juillet 2023, ces données ne sont pas incluses dans le présent rapport.

<sup>8</sup> Vidéo sur demande (VSD), <https://numeris.ca/glossaire/>



*Jumeaux disparus*

## Source des données

Les données de l'année de diffusion 2023-2024 et les données historiques de 2019-2020 à 2022-2023 (ainsi que les données non publiées depuis 2005-2006) proviennent des systèmes de mesure de données de Numeris.

## 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 2023-2024 (semaines 1 à 52,

soit du 28 août 2023 au 25 août 2024) pour les téléspectateurs et téléspectatrices 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.

## 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 (et 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.

# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL (SUITE)

## 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 :

\* 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.

Les télédiffuseurs de la liste ci-dessus ont soumis leurs grilles de programmation hebdomadaires à Numeris, qui a publié le nombre de téléspectateurs et téléspectatrices de ces télédiffuseurs par émission pour l'ensemble du pays pendant l'année de diffusion 2023-2024. L'écoute cumulative dans l'ensemble du pays des émissions des chaînes ci-contre représente 94,4 % de l'écoute totale des émissions des chaînes de langue anglaise, d'après Numeris.

A&E	Cooking Channel	Disney Eng	Home Network	OMNI Calgary (CJCO)	W Network
ABC Spark	Cottage Life	Disney Junior	Investigation Discovery	Omni Edmonton (CJEO)	WCAX
Adult Swim	CP24 Ontario	Disney XD	Joytv BC (CHNU)	Own	WCFE
AMC	CPAC	Documentary	KAYU	Oxygen True Crime	WCVB
AMI-tv	Crave1&4	Dtour	KCTS	Paramount Network	WDIV
Animal Planet	Crave2	E!	KHQ	Peachtree TV	Weather*
APTN HD	Crave3	Family Jr.	Knowledge BC (CKNO)	Showcase	WETK
APTN-E	Crime+ Investigation	Family	KOMO	Slice	WFFF
APTN-W	CTV Comedy	Fight	KREM	Sportsnet East	WGRZ
BBC Earth	CTV Drama	Flavour Network	KSPS	Sportsnet National	WildBrainTV
BNN Bloomberg	CTV Life	Food Network	KSTW	Sportsnet Ont	WIVB
Boomerang	CTV Nature	Fox News US	KVOS	Sportsnet Pac	WKBW
Bravo	CTV News Channel	FX	KXLY	Sportsnet West	WNED
Cartoon	CTV Sci-Fi	FXX	Lifetime	Sportsnet360	WNLO
CBC News Network	CTV Speed	Game TV	Love Nature	SportsnetOne	WNYO
CBC Total	CTV Total	GAME	Magnolia	Starz1	WPTZ
CHCH	CTV Wild	Global BC (CHAN/CHBC)	MAKEFUL	Starz2	WUTV
CHEK	CTV2 Alberta	Global Calgary (CICT/CISA)	MovieTime	T+E	WVNY
Citytv Calgary (CKAL)	CTV2 Barrie/Tor (CKVR)	Global Edmonton (CITV)	MTV	TLC	YES TV Calgary (CKCS)
Citytv Edmonton (CKEM)	CTV2 Ontario	Global Ontario (CIII)	Much	TLN	YES TV Edmonton (CKES)
Citytv Montreal (CJNT)	CTV2 Total	Global Quebec (CKMI)	Nat Geo Wild	Treehouse	YES TV Toronto (CITS)
Citytv Ontario (CITY)	CTV2 Vancouver (CIVI)	Global Total	National Geographic	TSN	YTV
Citytv Total	Deja View	H2	Nickelodeon	TSN2	
Citytv Vancouver (CKVU)	Discovery Science	HBO Canada	OMNI 1 Ontario (CFMT)	TVO	
CMT	Discovery Velocity	HGTV	OMNI 2 Ontario (CJMT)	USA Network	
CNN	Discovery	History	OMNI BC (CHNM)	Vision	

# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL (SUITE)

## Univers des données

### 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)
ICI ARTV	Noovo Total	TFO
Canal D	Prise 2	Télé-Québec 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	Yopa
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.

L'écoute cumulative dans l'ensemble du pays des émissions des chaînes susmentionnées représente 97,7 % de l'écoute totale des émissions des chaînes de langue française, d'après Numeris.



# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL (SUITE)

## 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 (97,7 % comme indiqué ci-dessus), le marché anglophone est légèrement sous-estimé (94,4 % 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 saisies 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 multichaînes Web natifs comme YouTube n'est pas comprise. L'écoute de ces plateformes pourrait représenter jusqu'à 22 % de l'écoute globale sur le marché québécois de langue française et jusqu'à 37 % en Ontario, selon les estimations calculées à partir des données de test de l'outil de VAM de Numeris au printemps 2025.



## Méthodologie de Parrot Analytics

Pour compléter les données traditionnelles de mesure d'auditoire, le FMC utilise la mesure de l'expression maximale de la demande de Parrot Analytics pour mieux comprendre comment les contenus trouvent un écho auprès du public sur toutes les plateformes, y compris celles qui ne sont pas prises en compte par les systèmes de Numeris.

Parrot Analytics mesure la demande mondiale exprimée par le public à l'aide d'une série de signaux, notamment la consommation de vidéos, l'activité de recherche, l'engagement sur les réseaux sociaux et d'autres interactions en ligne. Ces signaux sont combinés en une seule mesure standardisée, appelée « expression maximale de la demande » [NDLR : traduction libre de « peak demand »], qui reflète le niveau de demande et d'engagement généré par un titre, quelle que soit sa plateforme de distribution.

Le FMC utilise les données de Parrot Analytics pour déterminer quelles émissions qu'il finance suscitent un vif intérêt, même si elles ne sont pas diffusées à la télévision linéaire ou si elles sont principalement regardées sur des plateformes numériques ou de diffusion en continu. Nous obtenons ainsi un portrait plus vaste, indépendant des plateformes, du succès du contenu canadien dans un paysage médiatique de plus en plus fragmenté.

# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL (SUITE)



## 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 ».



# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE TÉLÉVISUEL (SUITE)

- ▶ 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 :
    - 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 nulle part 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 ».



The Beehive



Dino Ranch

# SOURCES DES DONNÉES SUR L'AUDITOIRE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES



Our Community

Les données présentées dans la section du rapport sur l'auditoire portant sur les médias numériques couvrent l'exercice financier allant du 1<sup>er</sup> janvier 2024 au 31 décembre 2024. Le FMC a commencé à utiliser les données de VG Insights comme nouvelle source pour suivre le succès de ce type de contenu. Bien que l'analyse se limite aux projets financés par le FMC en vente sur Steam, elle offre néanmoins un aperçu significatif des médias numériques interactifs (MNI) que le FMC soutient, car la majorité des projets de MNI financés sont lancés sur cette plateforme.

## Méthodologie de VG Insights

Le FMC utilise les données d'estimation des ventes sur Steam de VG Insights pour analyser les tendances en matière de jeux vidéo et l'engagement du public envers ceux-ci.

VG Insights combine plusieurs indicateurs, notamment le nombre d'avis, les données relatives aux listes de souhaits et les listes des meilleures ventes de Steam, pour fournir des estimations des ventes ayant un degré élevé de précision (dans les 3 % en moyenne). Ce modèle permet au FMC de suivre tous les projets en vente sur Steam qu'il finance (y compris les jeux, les logiciels et les expériences de réalité virtuelle).

Les estimations des ventes unitaires de VG Insights pour les jeux Steam n'incluent pas les revenus provenant des achats intégrés, du contenu téléchargeable ou d'autres sources de monétisation après le lancement. Elles portent uniquement sur les ventes du jeu de base, offrant un aperçu du succès initial en matière de ventes plutôt que des flux de revenus continus. Cette distinction garantit que les estimations des ventes ne représentent que le nombre d'unités de jeux vendues. Pour une méthodologie plus détaillée, VG Insights offre une transparence totale sur son processus.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> <https://vginsights.com/insights/article/steam-sales-estimation-methodology-and-accuracy> [en en anglais seulement].



Yukon Harvest

# MÉTHODOLOGIE D'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES PRODUCTIONS FINANCIÉES PAR LE FMC



*The Drop*

# MÉTHODOLOGIE D'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES PRODUCTIONS FINANÇÉES PAR LE FMC

Dans la présente section, nous expliquons comment les budgets de production sont convertis en estimations du produit intérieur brut (PIB) et de l'emploi équivalent temps plein (ETP), en tenant compte à la fois des effets directs au sein du secteur cinématographique et télévisuel, ainsi que des retombées (indirectes et induites) sur l'ensemble de l'économie. Les estimations des contributions à l'emploi et au PIB ont été générées à l'aide de l'outil d'évaluation des retombées économiques du FMC, mis au point par Nordicity.

Les dépenses de production sont divisées en deux composantes principales :

1. Salaires et traitements de la main-d'œuvre directe
2. Biens et services non liés à la main-d'œuvre

Ces intrants stimulent l'activité économique tant dans le secteur de la production que dans l'ensemble de l'économie.

## Retombées directes

Les retombées directes sont calculées à partir de la portion des budgets de production allouée aux salaires et aux traitements, qui représente généralement plus de 50 % des dépenses totales, selon des échantillons de budgets détaillés. Cette composante de la main-d'œuvre est divisée par le salaire annuel moyen dans le secteur de la production audiovisuelle en Ontario (environ 70 000 \$) en vue d'estimer le nombre d'ETP directs soutenus.

Les revenus directs du travail sont calculés en multipliant le nombre d'ETP directs par le salaire moyen. Pour convertir les revenus du travail en PIB direct, un multiplicateur de 1,02 est appliqué, lequel reflète la contribution de l'excédent d'exploitation (valeur ajoutée non salariale) dans le secteur.

## Retombées indirectes et induites

Les dépenses non liées à la main-d'œuvre (p. ex., l'équipement, les services publics, les services de post-production) sont réparties en 32 catégories de produits à l'aide des tableaux des ressources et des emplois de Statistique Canada. Ces dépenses génèrent une activité économique supplémentaire grâce aux :

1. retombées indirectes – la production économique et les emplois dans les secteurs fournisseurs;
2. retombées induites – les emplois et les revenus créés par la réinjection des salaires dans les ménages.

L'outil d'évaluation des retombées économiques du FMC applique les multiplicateurs de Statistique Canada pour estimer le nombre total d'ETP dérivés et les revenus du travail connexes. Pour estimer le PIB dérivé, un ratio PIB/salaires de 1,49 est appliqué, conformément aux moyennes historiques utilisées dans Profil 2024 et l'analyse du Conference Board du Canada.

Les chiffres présentés dans la section « Retombées économiques » du présent rapport ont été arrondis à la centaine de milliers de dollars la plus proche et sont exprimés en millions de dollars.



*Abracadavers*

**[CMF-FMC.CA/FR/](http://CMF-FMC.CA/FR/)**



**CANADA  
MEDIA FUND**

**FONDS DES MÉDIAS  
DU CANADA**