

# Tout le monde à bord!

Ancrer l'équité,  
la diversité, l'inclusion et  
l'accessibilité au sein de  
l'industrie audiovisuelle



FONDS DES MÉDIAS  
DU CANADA

CANADA  
MEDIA FUND



# Table des matières

1. Introduction
2. Survol de la stratégie du FMC en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023
3. Mesures incitatives du FMC
4. Stratégie relative au contenu autochtone
5. Stratégie du FMC en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité de 2024 à 2027 : principes, portées et buts
6. Stratégie du FMC en matière d'EDIA : mesures stratégiques par service
7. Conclusion
8. Commentaires



# Reconnaissance du territoire

Le Fonds des médias du Canada tient à reconnaître que cette stratégie aborde l'expérience vécue, l'identité et l'appartenance de plusieurs créateur·trices et communautés vivant d'un océan à l'autre sur le territoire aujourd'hui connu sous le nom de Canada. Ces terres et ces étendues d'eau sont les territoires non cédés et garantis par traités des Premières Nations, des Inuits et des Métis. Tout au long de sa réalisation, nous avons pris soin de reconnaître et prendre en compte les voix des peuples autochtones en tant que distinctes et souveraines.

Beaucoup d'entre nous qui vivons aujourd'hui sur ce territoire sont venu·es en tant que colon·es, immigrant·es et nouveaux·elles arrivant·es, dans cette génération et celles du passé. Le Fonds des médias du Canada reconnaît les personnes qui sont venues ici de force, en particulier à cause de la traite transatlantique des esclaves.

Enfin, nous reconnaissons que nous vivons sur une terre qui a été lieu de créativité et de récits depuis des milliers d'années. Nous sommes conscient·es des accords rompus, et nous nous efforçons de rétablir les liens avec la terre et entre nous.



1.

---

# Introduction

# Introduction

Au cours des dernières années, la seule constante a été le changement. Au fil des vagues de modernisation, d'adoption de nouvelles lois et d'innovation, le Fonds des médias du Canada (FMC) est resté tourné vers l'avenir, jetant les bases d'un nouveau modèle de programmes qui met en valeur la richesse du contenu et donne aux talents d'ici les moyens d'agir.

En tant que principal bailleur de fonds de l'industrie canadienne des écrans, le FMC favorise, développe, finance et promeut la production du meilleur contenu autochtone et canadien sur toutes les plateformes audiovisuelles, en veillant à la mise en valeur des talents qui nous racontent des histoires, ici et dans le monde entier, et en offrant un soutien essentiel aux créateur·trices issu·es de groupes sous-représentés et à leurs entreprises.

Dans sa stratégie en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023, le FMC promettait d'apporter « des changements importants et durables » au cours de la période visée « pour que des talents d'un vaste éventail de communautés soient en mesure de participer à la création de contenu canadien ». Ces changements devaient permettre « d'offrir des expériences d'une variété de perspectives et d'attirer des spectateurs qui cherchent de plus en plus des histoires authentiques et captivantes. » Nous tenons résolument à renforcer cette mission dans tout ce que nous faisons.

L'équité, la diversité, l'inclusion et l'accessibilité (EDIA) sont au cœur de notre travail. Nous avons fait de l'inclusion un mandat dans l'ensemble du FMC. Nous avons créé de nouveaux programmes de financement destinés aux groupes sous-représentés et nous avons supprimé des obstacles à l'accès. Nous continuons à défendre la diversité des voix.



Tout ce travail, y compris notre Stratégie en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023, a été rendu possible grâce aux 60 millions de dollars sur trois ans accordés par le gouvernement fédéral dans son budget de 2021 pour soutenir l'équité, la diversité et l'inclusion (EDI). Ce financement a ensuite été bonifié dans le budget de 2023, et 40 millions de dollars supplémentaires sur deux ans ont été prévus pour soutenir l'EDI et le contenu de langue française. Le FMC a utilisé ces investissements pour lancer des initiatives qui ont permis à des milliers de créateur·trices de contenu issu·es de communautés autochtones et de groupes en quête d'équité, ainsi qu'à des organismes dirigés par des personnes provenant de ces communautés, d'accéder à un financement ciblé pour des projets qui les ont aidé·es à faire entendre davantage leurs voix et leurs points de vue auprès d'un public plus vaste. Ces créateur·trices ont signalé que les initiatives du FMC en matière d'EDI avaient directement contribué à la croissance de leur entreprise et à l'amélioration de leur accès au marché. Cette nouvelle génération de talents nous raconte des histoires qui font progresser la réconciliation et favorisent l'acceptation d'un bout à l'autre du pays. Consultez notre rapport [Créer le changement](#) pour en savoir plus.

Le gouvernement fédéral a annoncé de nouveaux fonds, lesquels nous permettront de poursuivre les travaux commencés à l'interne et à l'externe et de veiller à ce que le FMC continue d'intégrer les principes de croissance et d'inclusion dans tous les aspects de ses activités et atteigne les objectifs établis dans sa Stratégie en matière d'EDIA de 2024 à 2027.



2.

---

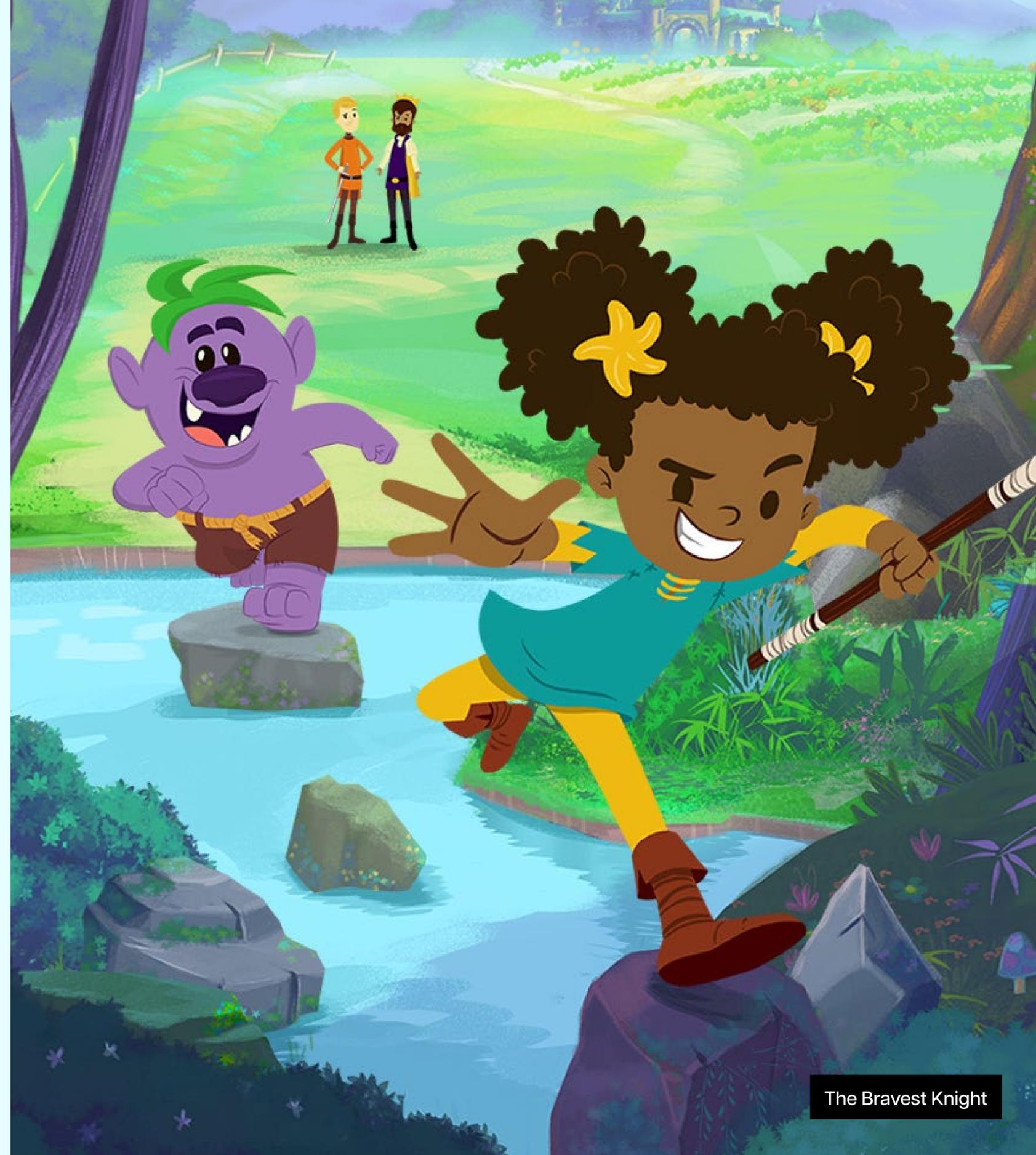
## Survol de la stratégie du FMC en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023



# Stratégie du FMC en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023

## Objectifs

1. Améliorer l'accès aux programmes du FMC et réduire les obstacles à l'inclusion dans le nouveau modèle de programmes.
2. Adopter une perspective d'équité et d'inclusion pour éclairer les décisions, les stratégies, les consultations et la conception de programmes du FMC et ainsi apporter des changements structurels profonds et pérennes.
3. Adopter une approche de collecte et d'analyse de données qui contribue à la prise de décision fondée sur des données probantes, qui permet d'évaluer les solutions de rechange aux mécanismes actuels servant à déterminer la réussite et à la récompenser, et de faire le suivi des progrès accomplis.
4. Renforcer les compétences et la composition de l'équipe du FMC nécessaires pour servir les communautés sous-représentées.



# Stratégie du FMC en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023

## Faits saillants

---

- **Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR):** Le FMC a investi 37,5 millions de dollars sur trois ans dans le PPCR. Il a ainsi soutenu 293 projets menés par des entreprises détenues et contrôlées par des personnes afrodescendantes et racisées. Le financement du PPCR a généré des retombées économiques importantes. Chaque dollar injecté dans le programme a permis d'attirer 5,23 \$ d'autres sources en volume de production et de générer un apport de 176,4 millions de dollars au PIB au Canada. Selon 97 % des personnes ayant répondu à notre sondage, le financement du PPCR avait eu des retombées positives sur leur projet ou leur entreprise. Au cours de l'exercice 2024-2025, le Programme destiné aux communautés racisées (PCR) est devenu un programme standard du FMC.
- **Effets sur le développement de l'industrie:** Au total, 9,7 millions de dollars sur trois ans ont été investis dans le Soutien aux activités de développement de l'industrie, qui a appuyé 135 projets, dont 85 % visaient les communautés autochtones et les groupes en quête d'équité. Le programme a en outre contribué à la création du Bureau de l'écran des Noirs et de l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran.
- **Positionnement narratif:** En 2023, le FMC a publié sa politique sur le positionnement narratif, qui encourage la création de contenu représentatif et responsable envers toutes les personnes et toutes les communautés. Les projets financés par le FMC dont l'intrigue, les personnages principaux ou les sujets sont liés aux communautés autochtones et aux communautés en quête d'équité ne doivent être réalisés que par des personnes bien placées pour raconter l'histoire, c'est-à-dire (a) qui sont membres de la ou des communautés autochtones ou en quête d'équité concernées par le projet; ou (b) qui démontrent que des mesures exhaustives ont été et seront prises pour créer le contenu de façon responsable, réfléchi et non préjudiciable.

- **Élargissement de programmes :** Le financement sur trois ans que le gouvernement fédéral a prévu dans son budget de 2021 pour soutenir l'EDI a permis de faire augmenter le nombre de projets de 23 % au titre du Programme autochtone et de 34 % dans le cadre du Programme de diversité linguistique, lequel a soutenu des productions dans 15 langues. Par ailleurs, ce financement a donné lieu à l'établissement de 32 partenariats destinés aux communautés autochtones et aux groupes en quête d'équité avec des parties prenantes de l'industrie. Des fonds supplémentaires ont également été affectés à des initiatives précises en matière d'EDI dans les programmes suivants : prédéveloppement, conceptualisation et premières étapes de développement.
- **Progrès orientés par des données :** Lancé en 2022-2023, le système PERSONA-ID permet de mesurer la composition démographique des titulaires de postes clés et de la propriété des projets faisant l'objet d'une demande au titre des programmes du FMC. Le système a permis au FMC d'évaluer l'admissibilité des requérants aux programmes tels que le programme destiné aux communautés racisées, le programme autochtone, ainsi qu'aux mesures incitatives en matière de parité entre les genres ou de diversité. Pour les autres programmes, la participation au système d'auto-identification est facultative. Dans sa première année, 83% du personnel clé dans les projets financés par le FMC se sont inscrit à PERSONA-ID. Ce pourcentage est passé à 89% en 2023-2024. En mars 2024, le FMC a publié son premier [Rapport démographique](#), qui fait état des données tirées de PERSONA-ID, et prévoit en présenter un deuxième d'ici la fin de l'année 2024. Les données agrégées continueront d'orienter le processus décisionnel du FMC afin de réduire les obstacles systémiques, d'identifier les inégalités et de promouvoir un meilleur accès et une plus grande inclusion.
- **Activités et gouvernance :** Un audit d'accessibilité a été réalisé pour déterminer l'état de préparation organisationnelle du FMC en vue d'améliorer l'accessibilité, et des recommandations ont été formulées concernant la langue, les consultations, les projets, les principes directeurs, etc. Le conseil d'administration du FMC a participé à une formation sur la lutte contre le racisme conçue pour le secteur audiovisuel. L'équipe de Croissance et inclusion s'est agrandie, avec l'arrivée d'une personne chargée de la coordination et d'une autre pour la liaison avec le marché de langue française. Nous avons accordé la priorité à l'intégration des objectifs de notre stratégie en matière d'équité et d'inclusion dans le plan d'activités et les objectifs stratégiques du FMC, et nous avons présenté les résultats à ce chapitre dans nos rapports annuels. Avec le consentement des personnes intéressées, nous avons également recueilli des données d'auto-identification auprès du personnel et des membres du conseil d'administration du FMC, notamment du personnel chargé de l'administration des programmes du FMC, afin d'assurer le suivi de la représentation.

- **Accessibilité et langue:** L'ensemble du personnel du FMC a participé à une formation sur l'accessibilité, qui comprenait des réunions de l'ensemble du personnel et des rencontres en équipe. Nous avons également élaboré un guide linguistique interne en français pour pallier les limites du langage genré. Lors de son lancement, le personnel a été formé à l'utilisation efficace du guide, qui a aussi été transmis aux traducteur·trices externes. L'équipe des communications a également commencé à étudier les lignes directrices du gouvernement du Canada sur le langage inclusif en français et en anglais, tout en créant des mécanismes de vérification dans les processus de communication afin de garantir l'uniformité du langage inclusif. Nous avons également poursuivi la mise en œuvre des normes d'accessibilité dans la conception (police, couleur, contraste, etc.) et l'utilisation du texte de remplacement dans la mesure du possible. En outre, l'équipe de soutien au développement de l'industrie a mis en place un processus permettant aux personnes d'obtenir une aide personnalisée en matière d'accessibilité dans la soumission de demandes auprès du FMC.
- **Communications:** La plateforme éditoriale du FMC, *Futur et médias*, braque les projecteurs sur les communautés et les créateur·trices issu·es de groupes sous-représenté·es, ce qui constitue un élément clé de son mandat. Elle a notamment lancé deux séries vidéo populaires intitulées *Moteur, action, inclusion*. La première saison portait sur les créateur·trices racisé·es sur le marché québécois, et la deuxième saison présentait des entrevues avec des producteur·trices ainsi que des partenaires qui se préoccupaient d'équité et d'inclusion dans leur milieu. Les cinq épisodes de la deuxième saison ont généré 670 000 vues. L'équipe des communications a également créé un répertoire d'images et mis en place des processus pour garantir que tous les principaux supports de communication externes représentent une diversité de projets financés par le FMC. En collaboration avec l'équipe de Croissance et inclusion, un calendrier de contenu a également été créé pour célébrer les événements consacrés à la sensibilisation, comme le Mois du patrimoine asiatique, la Semaine de sensibilisation à la surdité, la Journée nationale d'affirmation de son identité, la Journée nationale des peuples autochtones, et bien plus.
- **NOUS | MADE:** La campagne *Découvrons-NOUS/Seek More* a incité la population canadienne à découvrir des talents créatifs de toutes les origines, cultures et communautés, ainsi que leur contenu. Mettant en scène six créateur·trices canadien·nes de talent, qui racontent leur histoire dans leurs propres mots, la campagne a montré pourquoi l'inclusivité et la représentation étaient importantes à la télévision, au cinéma, dans les jeux vidéo, dans les expériences immersives et dans les arts émergents. La campagne a été couronnée de succès: 173 millions d'impressions dans les médias, 30 millions de visionnements de vidéos et une augmentation de 15 % du trafic sur le site Web en provenance du Canada français.

3.

---

## Mesures incitatives du FMC



# Mesures incitatives du FMC destinées aux communautés autochtones et aux groupes en quête d'équité

Outre les programmes précisément destinés aux communautés autochtones et aux groupes en quête d'équité, tous les programmes du FMC qui ne sont pas des partenariats comportent actuellement un volet ciblant les communautés autochtones, les groupes en quête d'équité ou les deux, que ce soit par (i) une mesure incitative (par exemple, points supplémentaires dans la grille d'évaluation ou facteurs du Programme des enveloppes du télédiffuseur), (ii) une condition d'admissibilité, par exemple le sexe, ou (iii) l'affectation d'une part du budget d'un programme à un groupe particulier.

Conformément à la définition du FMC, les «groupes en quête d'équité» sont les suivants: les groupes racisés (personnes afrodescendantes et de couleur), les membres de la communauté 2SLGBTQ+, les personnes en situation de handicap, les personnes qui s'identifient publiquement comme femme ou comme faisant partie de la diversité de genre, les communautés régionales\* et les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

\*À titre de référence, précisons que la définition actuelle de «groupes en quête d'équité» du FMC inclut les communautés régionales, ce qui n'est pas le cas de la définition du gouvernement du Canada dans son application la plus récente. À l'avenir, le FMC continuera de soutenir les projets et les partenaires des régions, mais les communautés régionales ne font pas partie de la présente stratégie triennale en matière d'EDIA. Le FMC prévoit d'élargir sa définition de «groupes sous-représentés», pour y inclure les communautés régionales.

Des critères d'admissibilité sont requis pour accéder aux fonds de tous les programmes du FMC dans les catégories Idéation, Linéaire et Création. Consultez le [site web du FMC](#) pour plus de détails.



4.

---

## **Stratégie relative au contenu autochtone**



# Stratégie relative au contenu autochtone

Le FMC utilise l'expression « peuples autochtones du Canada » pour désigner et reconnaître les Premières Nations, les Inuit-es et les Métis-ses qui vivent sur le territoire aujourd'hui connu sous le nom de Canada et qui sont les descendant-es des premiers habitant-es de ce territoire avant la colonisation.

Le FMC reconnaît que la souveraineté des peuples autochtones est protégée par l'article 35 de la Constitution du Canada. Le Canada est également signataire de la *Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones* (DNUDPA). Le paragraphe 16(1) précise que « [l]es peuples autochtones ont le droit d'établir leurs propres médias dans leur propre langue et d'accéder à toutes les formes de médias non autochtones sans discrimination aucune ». Ainsi, le FMC affirme que les langues « autochtones » devraient être considérées comme un troisième pilier du système de radiodiffusion canadien, au même titre que le français et l'anglais.

Pour manifester notre soutien à ce troisième pilier, et compte tenu du financement fédéral permanent obtenu par le Bureau de l'écran autochtone (BEA), ainsi que de notre [annonce commune](#) qui dévoilait que le BEA administrerait le Programme autochtone du FMC, nous prévoyons de travailler avec le BEA et des consultant-es autochtones et de recueillir les commentaires de l'industrie en vue de rédiger une stratégie distincte relative au contenu autochtone qui décrira comment le FMC continuera, entre autres objectifs, d'améliorer son partenariat avec le BEA et à soutenir le contenu, les organismes et les entreprises autochtones du milieu audiovisuel.

C'est pourquoi notre stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité de 2024 à 2027 se concentre sur les groupes en quête d'équité.



**5.**  
**Stratégie du FMC**  
**en matière d'équité,**  
**de diversité, d'inclusion**  
**et d'accessibilité**  
**de 2024 à 2027 :**  
**Principes,**  
**portées et buts**



Stratégie du FMC en matière d'EDIA de 2024 à 2027

# Principes

- ▶ **Écoute et apprentissage actifs**
- ▶ **Proaction et non réaction**
- ▶ **Importance des données**
- ▶ **Pragmatisme**
- ▶ **Inclusivité interne**
- ▶ **Ouverture aux affaires**
- ▶ **Attention portée aux capacités**

# Stratégie du FMC en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Portée

La stratégie en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023 était essentielle pour harmoniser les objectifs d'EDIA du FMC et faire en sorte que l'investissement du gouvernement fédéral ait un impact mesurable sur les entreprises ainsi que sur les créateur-trices issues de groupes sous-représentés dans l'ensemble du pays. À partir de là, la stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité pour 2024 à 2027 aura pour priorité de créer des changements structurels au sein du FMC pour renforcer les principes d'EDIA dans l'ensemble de l'organisation, et de bâtir les fondations de notre nouveau modèle de programme axé sur le contenu, qui soutient les créateur-ices sur toutes les plateformes.

Nous avons ajouté l'accessibilité à notre stratégie afin de préciser que l'intégration des pratiques d'accessibilité à l'ensemble des activités du FMC à l'interne et à l'externe fait partie de nos priorités.



## PREMIÈRE ANNÉE

---

Compte tenu de la modernisation de l'industrie, de la mise à jour de la réglementation et des nouvelles contributions potentielles à l'horizon, la première année de notre stratégie en matière d'EDIA de 2024 à 2027 demeurera axée sur des groupes précis, tout en maintenant les mesures incitatives et les programmes lancés au cours de la stratégie en matière d'équité et d'inclusion de 2021 à 2023, notamment le soutien au développement de l'industrie et le Programme destiné aux communautés racisées. Ces changements sont perceptibles dans [les programmes que nous avons lancés en 2024-2025](#).

## DEUXIÈME ET TROISIÈME ANNÉES

---

Au cours des deuxième et troisième années de la stratégie en matière d'EDIA, le FMC continuera de consulter les parties prenantes et d'évaluer sa stratégie pour s'assurer qu'elle répond aux besoins en constante évolution des groupes en quête d'équité du Canada, et que les initiatives et programmes nouveaux ou adaptés sont élaborés dans une optique d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité. Comme toujours, nous mettons l'accent sur la collaboration et le partenariat, qui permettent au FMC de demeurer un chef de file et un défenseur du secteur audiovisuel au pays.

## COMMUNAUTÉS EN QUÊTE D'ÉQUITÉ

---

L'expression « communautés en quête d'équité » reflète le fait que tout le monde mérite un traitement équitable et que tout le monde a un rôle à jouer pour garantir le traitement juste des personnes victimes d'oppression. Au cours des trois années de la Stratégie – et en utilisant la recherche et les données pour éclairer nos décisions – nous avons l'intention d'investir dans des activités qui soutiennent davantage les personnes afrodescendantes et racisées, les membres de la communauté 2SLGBTQ+, les personnes en situation de handicap, les personnes qui s'identifient publiquement comme femme ou comme faisant partie de la diversité de genre et les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

# Stratégie du FMC en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Buts

---

1. Intégrer les objectifs en matière d'EDIA aux modes de financement à mesure que le FMC s'adapte à la modernisation et aux décisions réglementaires.
2. Accentuer l'impact des données et des travaux de recherche afin de mieux servir les requérants du FMC et l'industrie.
3. Renouveler les approches relatives à la collaboration et à la mobilisation en matière d'EDIA afin de renforcer la participation des groupes en quête d'équité.
4. Utiliser la plateforme du FMC pour faire connaître les progrès en matière d'EDIA au sein de l'industrie et promouvoir la responsabilité commune relativement aux actions en matière d'EDIA.
5. Collaborer avec Téléfilm Canada et d'autres partenaires financiers afin d'harmoniser les stratégies en matière d'EDIA.
6. Continuer à renforcer les compétences et la composition de l'équipe du FMC afin de mieux servir les créateur·trices et les groupes en quête d'équité.



6.

---

## **Stratégie du FMC en matière d'EDIA:**

### **Mesures stratégiques par service**



# Mesures stratégiques en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Programmes

### Mesure 1

---

Actualiser le programme de soutien au développement de l'industrie pour assurer la croissance, l'inclusion et l'accessibilité, notamment en clarifiant les principes directeurs et les processus pour soutenir l'essor et la réussite internationale des entreprises détenues et contrôlées par des personnes issues de groupes en quête d'équité.

- Renforcement des capacités et accélération (axés sur le développement de l'industrie et la stabilisation des entreprises).
- Accès au marché et soutien à l'étranger (y compris de l'aide ciblée pour le contenu de langue française issu de créateur·trices racisé·es dans les marchés francophones étrangers, notamment en Afrique de l'Ouest et dans les Antilles).
- Perfectionnement de la formation de la main-d'œuvre et des compétences (renforcement des compétences individuelles et avancement professionnel).



## Mesure 2

---

Accroître l'aide à l'accessibilité.

- Augmenter le nombre et la spécialisation des prestataires de services.
- Élargir les activités admissibles en tenant compte des commentaires des personnes en situation de handicap.
- Fournir un soutien accru aux requérants de communautés en quête d'équité tout au long de la procédure de demande.

## Mesure 3

---

Réviser la politique de recrutement et de formation des juré·es du FMC afin d'y inclure des outils permettant de reconnaître les préjugés inconscients et d'y remédier.

- Renforcer la prise de décision en veillant à ce que les comités de sélection et les groupes d'évaluation des projets soient diversifiés et composés de spécialistes de l'industrie, des militant·es et des créateur·trices issu·es de groupes sous-représentés.
- Les demandes présentées au titre des programmes sélectifs qui s'adressent à des communautés précises continueront d'être évaluées par des représentant·es de ces communautés.



# Mesures stratégiques en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Recherche et données

### Mesure 1

---

Mettre en œuvre les améliorations apportées à PERSONA-ID en 2024-2025, notamment en encourageant son utilisation par l'ensemble des sociétés requérantes et des participant-es aux activités de développement de l'industrie.

- Étudier la possibilité de recueillir des données sur les talents à l'écran et les créateur·ices clés du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), ainsi que d'en faire rapport.

### Mesure 2

---

En réponse aux appels de l'industrie, qui a demandé l'élargissement de l'utilisation de PERSONA-ID au cours des audiences du CRTC, travailler avec le CRTC et les parties prenantes du milieu en vue de moderniser et d'harmoniser la collecte de données et l'établissement de rapports dans l'ensemble de l'industrie, en se fondant sur le succès de PERSONA-ID.

- En consultation avec l'industrie, établir des critères de référence précis et des méthodes pour mesurer le succès.



### Mesure 3

---

En s'appuyant sur le succès de l'évaluation initiale du Programme pilote destiné aux communautés racisées (désormais officiellement appelé «Programme destiné aux communautés racisées»), élaborer une méthode d'évaluation universelle des programmes et des mesures incitatives en matière d'EDIA et la mettre en œuvre sur une période de trois ans.

### Mesure 4

---

Outre la poursuite de la collecte de données et des travaux de recherche actuels en matière d'EDIA, financer et mener des recherches sur les pratiques exemplaires de l'industrie en matière d'accessibilité dans le secteur audiovisuel.

### Mesure 5

---

Mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des résultats de cette stratégie et en rendre compte périodiquement à l'industrie, en toute transparence.

### Mesure 6

---

S'engager à discuter, à l'échelle de l'industrie, des mesures de suivi et de responsabilisation qui documentent et découragent l'utilisation abusive ou contraire à l'éthique des fonds liés à l'EDIA.



# Mesures stratégiques en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Communications, affaires publiques et partenariats

### Mesure 1

---

Favoriser les relations avec diverses organisations de l'industrie, les festivals du secteur audiovisuel et les événements de réseautage, notamment en soutenant davantage les événements qui favorisent l'inclusion et l'accessibilité dans le secteur audiovisuel.

### Mesure 2

---

Établir des partenariats stratégiques.

- Soutenir les délégations de producteur·trices, de créateur·trices et de projets prêts à être commercialisés issu-es de groupes en quête d'équité afin d'aider une diversité de participant·es et d'assurer l'accès à des marchés nationaux et internationaux.



## Mesure 3

---

Concevoir et mettre en place un mécanisme transparent de retour d'information qui permettrait aux requérants et aux autres utilisateur·trices des services du FMC de signaler les problèmes d'accessibilité ou de faire des suggestions, et mener des consultations à cet égard.

## Mesure 4

---

Achever l'examen complet de l'accessibilité du site Web du FMC et poursuivre la deuxième phase des modifications structurelles conformément aux pratiques exemplaires et aux normes énoncées dans la *Loi canadienne sur l'accessibilité*.

- Mener des consultations sur les pratiques exemplaires en matière d'accessibilité par l'intermédiaire des chaînes de médias sociaux et des grands projets, par exemple, le Rapport annuel.

## Mesure 5

---

Lancer un référentiel linguistique interne et un logiciel de traduction pour garantir l'uniformité du langage inclusif, en anglais et en français, sur tous les canaux.

- Créer un glossaire du langage inclusif utilisé par le FMC.

## Mesure 6

---

Continuer à exploiter les plateformes de communication du FMC pour mettre davantage l'accent sur la promotion des groupes en quête d'équité et des organisations servies par le FMC.

- Continuer à créer du contenu original sur l'EDIA et l'industrie, en français et en anglais, à l'aide des plateformes NOUS | MADE et *Futur et médias*.

# Mesures stratégiques en matière d'EDIA de 2024 à 2027

## Gestion, activités et gouvernance

### Mesure 1

---

Procéder à un audit de l'accessibilité des activités du FMC, de la conception de programmes à la distribution des fonds en passant par le processus de demande, afin de définir les domaines à améliorer et de prendre les mesures qui s'imposent.

- Encourager l'industrie à offrir des environnements de travail accessibles aux personnes en situation de handicap.

### Mesure 2

---

Améliorer la formation interne permanente en matière d'EDIA des membres du conseil d'administration et du personnel du FMC.

### Mesure 3

---

Travailler avec Patrimoine canadien et d'autres partenaires pour soutenir les politiques gouvernementales qui favorisent la croissance et l'inclusion dans l'industrie.

### Mesure 4

---

Réviser les politiques du FMC à la lumière de l'analyse de ses données et en fonction des commentaires des parties prenantes de l'industrie et des partenaires.

### Mesure 5

---

Sensibiliser les membres du FMC à l'importance d'inclure les communautés en quête d'équité au sein du conseil d'administration du FMC.

# 7.

---

## Conclusion

La Stratégie du FMC en matière d'EDIA de 2024 à 2027 présente une méthode vaste et inclusive qui vise de multiples groupes en quête d'équité. Elle représente une promesse d'utiliser des approches fondées sur des données pour rectifier les déséquilibres historiques et suivre ses retombées.

L'intégration de l'EDIA dans le cadre opérationnel du FMC garantit une allocation équitable des ressources, ce qui favorise une croissance durable et un essor à long terme.

Toutefois, cette stratégie est évolutive; elle évoluera au fur et à mesure des changements que nous vivons et de l'évolution de l'industrie que nous servons. Au cœur de notre culture se trouve un véritable engagement: un cycle permanent de communication et de dialogue qui nous permet d'écouter attentivement, de comprendre et de répondre aux besoins et aux problèmes des créateur·trices et des organisations de l'industrie.

Nous nous engageons à consulter en permanence les membres des communautés, les créateur·trices et les partenaires de l'industrie pour veiller à ce que notre stratégie en matière d'EDIA demeure pertinente et qu'elle réponde aux besoins changeants des divers groupes, tout en atteignant l'objectif de favoriser la croissance au sein du secteur.

**Merci à toutes les personnes qui ont généreusement consacré du temps et de l'énergie pour que cette stratégie voie le jour. Votre contribution a été très utile et inestimable.**



8.

## Commentaires

Le FMC a conçu sa Stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité de 2024 à 2027 de façon à ce qu'elle soit flexible et puisse être adaptée aux besoins des créateur-trices et des entreprises qu'il sert. Vos commentaires sont essentiels à ce processus.

Pour plus d'informations sur cette stratégie, communiquez directement avec notre équipe de Croissance et inclusion à [industries@cmf-fmc.ca](mailto:industries@cmf-fmc.ca).

