FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Groupe de travail sur l'allocation des ressources

Le 16 novembre 2026

CANADA MEDIA FUND
FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

ALLOCATION DES RESSOURCES DU FMC — 2026-2027

A. ACCUEIL / CONSIDÉRATIONS PRATIQUES

B. CONTEXTE ACTUEL

C. COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?

D. OÙ SOUHAITONS-NOUS ALLER?

E. MODERNISATION DU GOUVERNEMENT DU CANADA

F. ALLOCATION DES RESSOURCES — CONSIDÉRATIONS ET QUESTIONS

CONTEXTE ACTUEL

CONTEXTE ACTUEL

Nouvelle réalité :

- Bassin croissant de requérants (**2 022 demandes** reçues en 2025-2026) et trop grand nombre de demandes.
- Coûts de production en hausse.
- Poursuite de la modernisation de l'industrie audiovisuelle par le ministère du Patrimoine canadien.
- Bouleversements technologiques et internationaux continus.
- Changements dans les revenus du FMC…

CONTEXTE ACTUEL

Nouvelle réalité :

- **Revenus de sources privées**
  - Les revenus provenant des services de télévision par câble et par satellite devraient continuer de diminuer en 2027-2028.
  - L'incertitude quant aux contributions des services de diffusion en continu persiste.
- **Nouveaux revenus de source publique** (gouvernement du Canada)
  - 127,5 M$ supplémentaires sur 3 ans.
  - 213,4 M$ supplémentaires à dépenser sur 2 ans.

CONTEXTE ACTUEL

Nous devons trouver un équilibre entre différents éléments :

- Assurer la **stabilité** des parties prenantes de longue date tout en accélérant la **modernisation**.
- Soutenir à la fois le contenu **télévisuel linéaire** et le contenu **numérique interactif et émergent.**
- Continuer à offrir du **financement par projet** tout en modernisant nos approches pour le **développement des affaires et de l'industrie**.
- Servir de vecteur des **politiques publiques** et de levier pour assurer les **retombées économiques**.

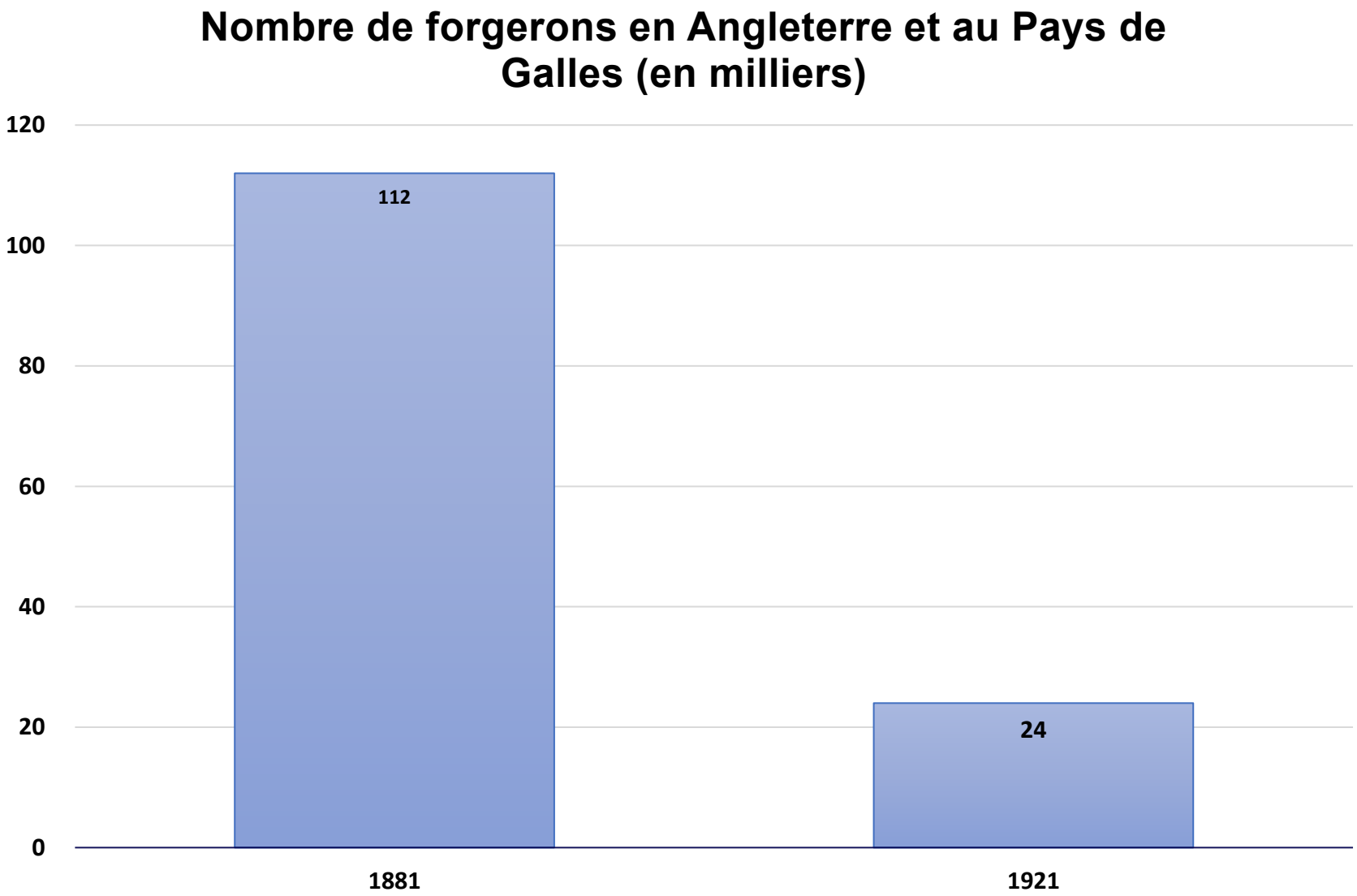
COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?

« Destruction créative » :

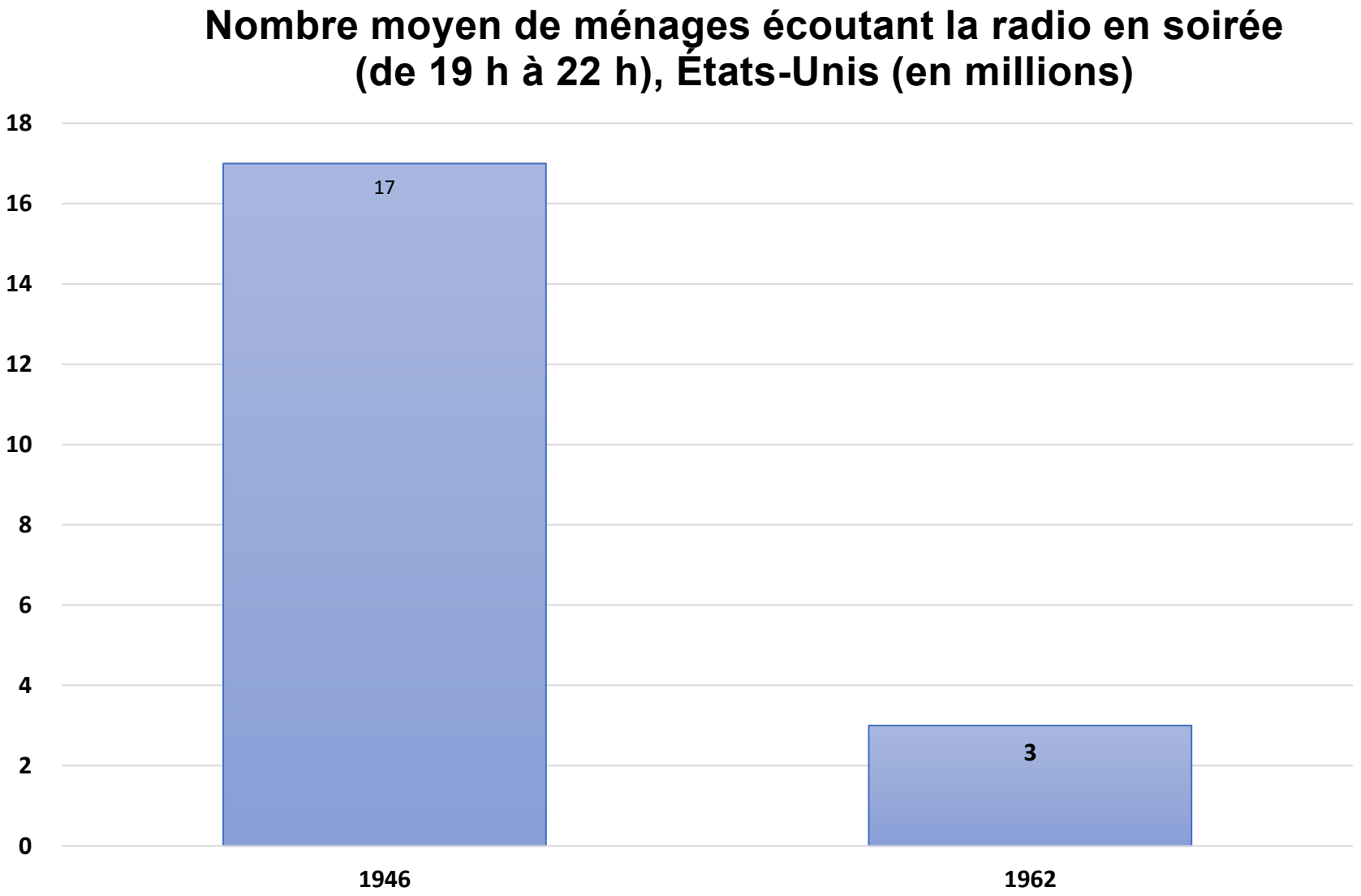
L'innovation modifie les comportements et les comportements modifient l'industrie.

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?



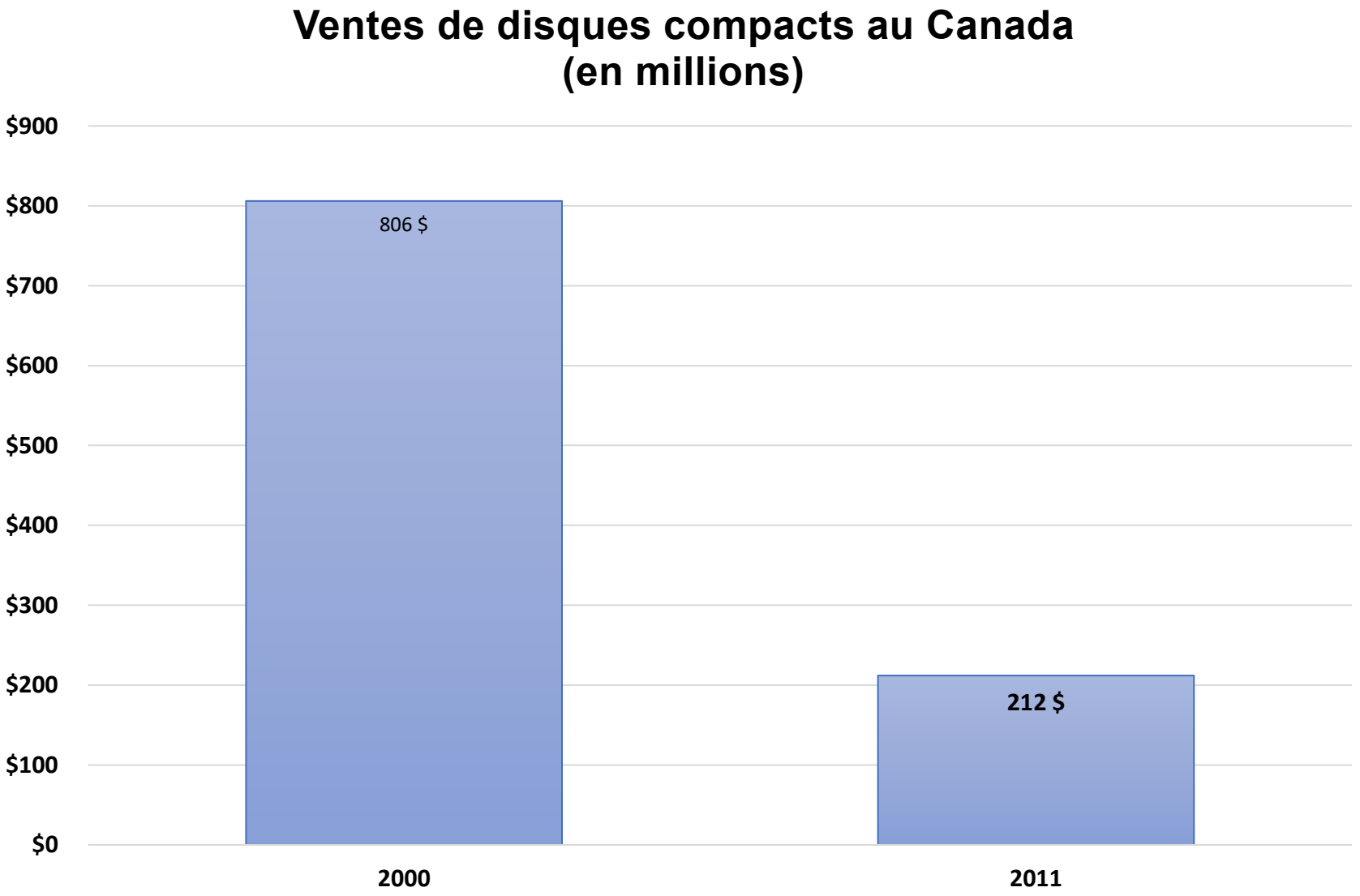
https://www.visionofbritain.org.uk/census/

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?



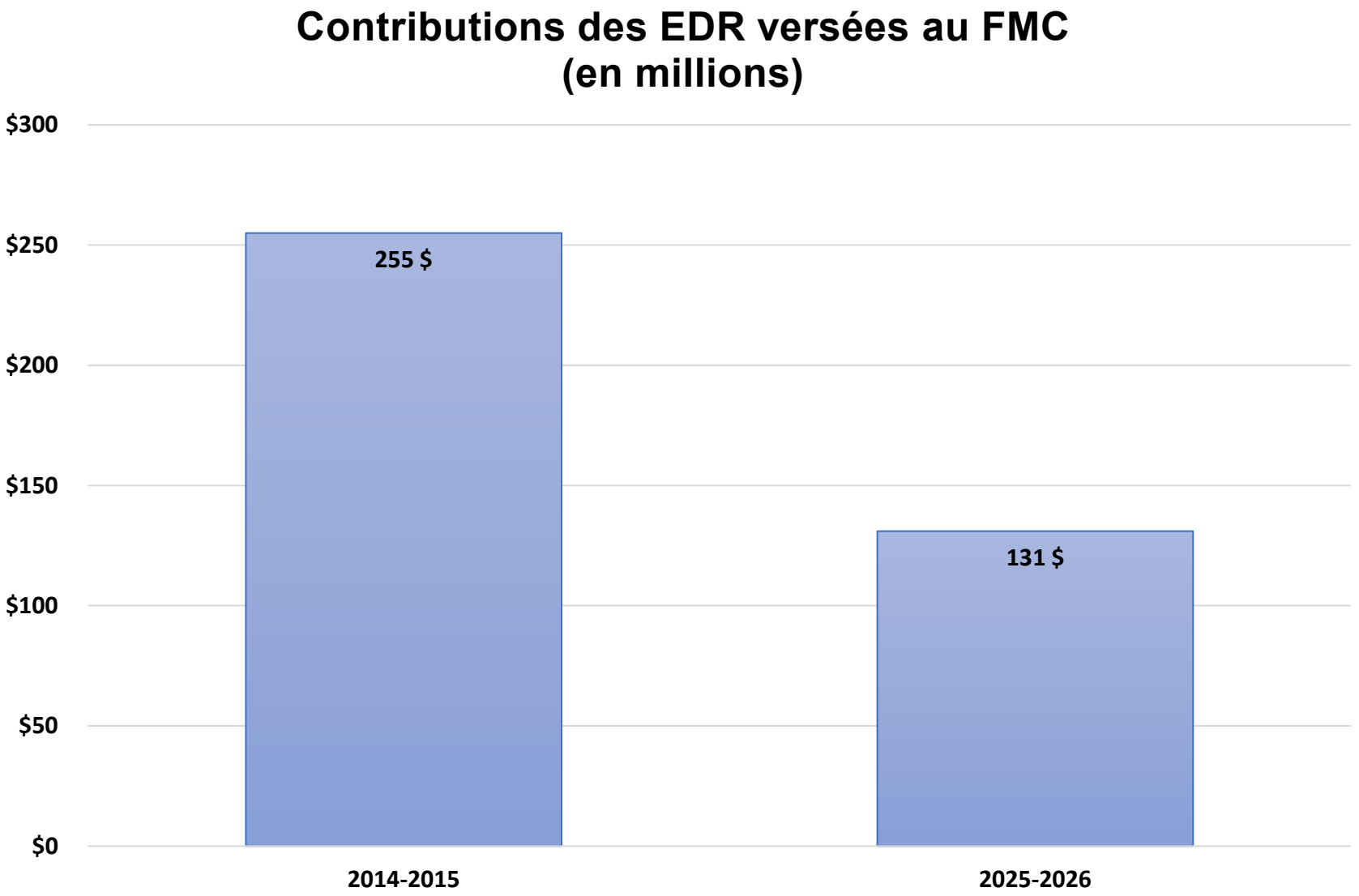
Stuart, Frederic, « What Ever Happened to Radio? », Challenge, *vol. 11, nº 7 (avril 1963), p. 4*

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?



https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/3444-les-ventes-de-disques-vinyle-montent-en-fleche-pendant-la-pandemie-mais-la-diffusion-en
https://www.statista.com/statistics/439631/physical-music-market-revenue-canada/

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?



COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?

Les formats, les plateformes et les supports changent, mais l'élément central évolue et perdure.

COMMENT LE PASSÉ S'EST-IL TRANSFORMÉ?

Le soutien à la narration est l'élément central du FMC.

OÙ SOUHAITONS-NOUS ALLER?

PLAN STRATÉGIQUE 2026-2029

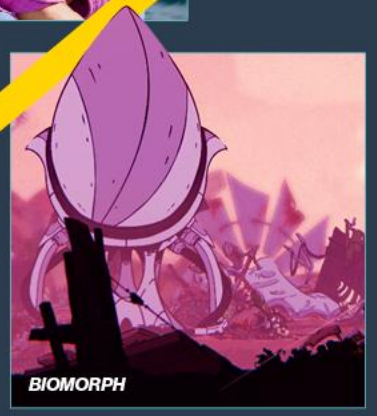
LES HISTOIRES D'ICI, PARTOUT.











FONDS DES MÉDIAS DU CANADA
CANADA MEDIA FUND

PLAN STRATÉGIQUE 2026-2029

Nos quatre piliers

1

MODERNISER

2

MOBILISER

3

MAXIMISER

4

MONÉTISER

1

MODERNISER

Imaginer l'avenir autrement

RÉSULTATS

1.1 Un modèle d'investissement axé sur le marché qui reflète la façon dont le contenu est créé et consommé

1.2 Un secteur où l'innovation est stimulée par des mesures incitatives ciblées et des investissements stratégiques.

1.3 Un portefeuille de financement rééquilibré.

1.4 Un écosystème audiovisuel moderne et résilient, soutenu par l'action stratégique du FMC.

RÉPARTITION ACTUELLE DU FINANCEMENT

RÉPARTITION ACTUELLE DU FINANCEMENT

Nous devons réévaluer et actualiser l'équilibre…

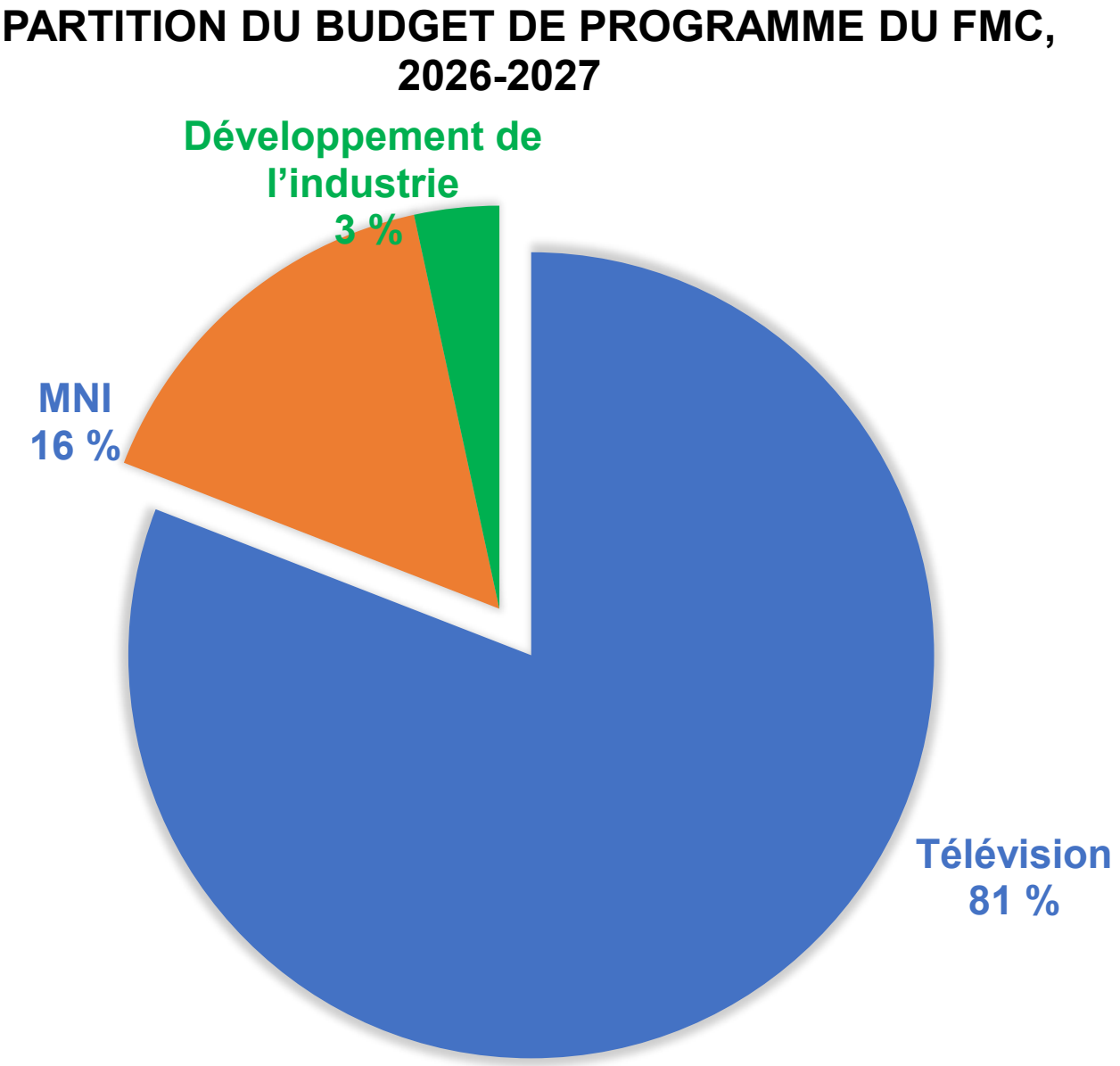
entre notre soutien à :

- **la télévision;**
- **les MNI;**
- **le développement de l'industrie.**

Et, au sein du soutien à la télévision, entre :

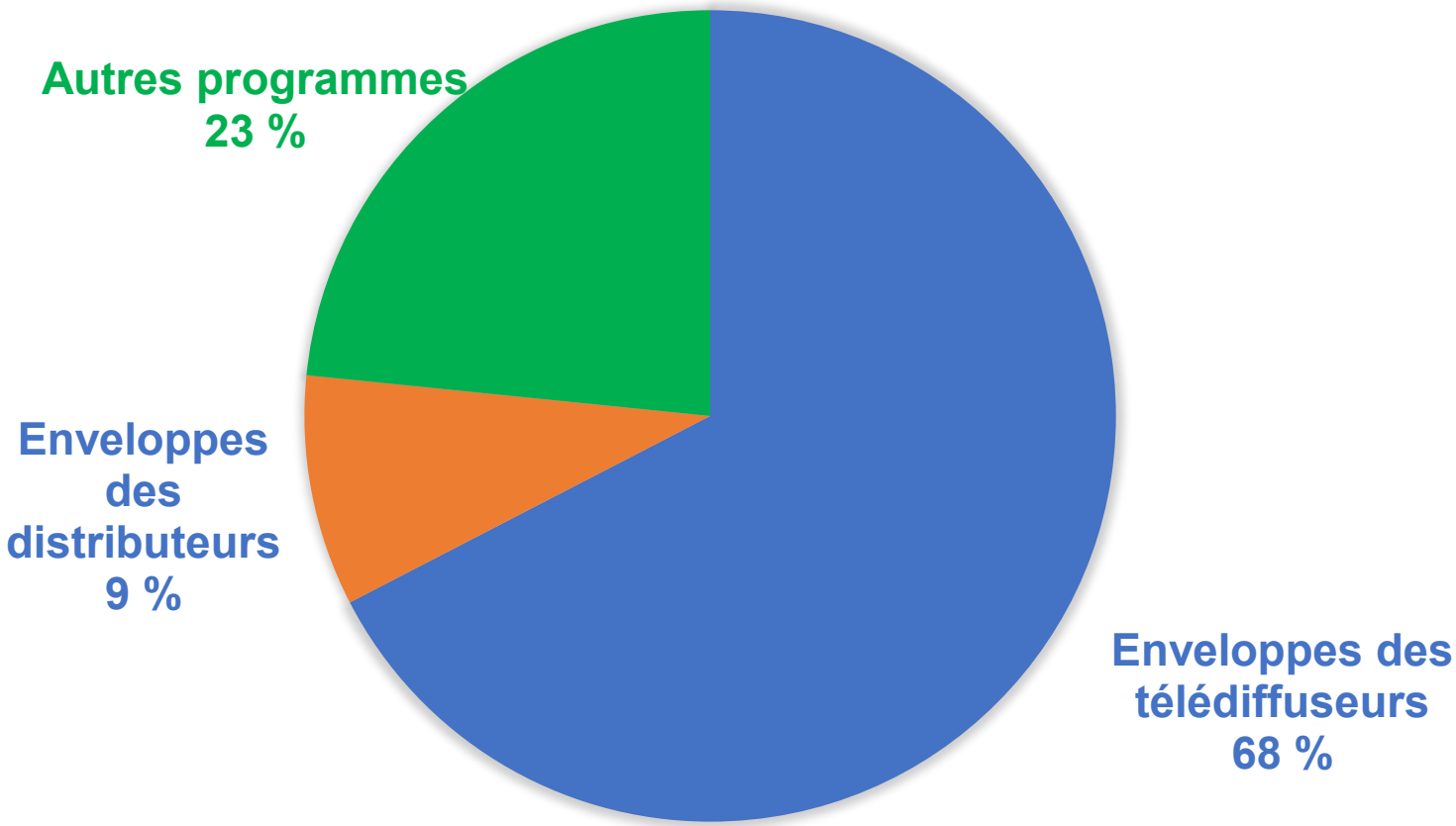
- **les enveloppes des télédiffuseurs;**
- **les enveloppes des distributeurs;**
- **les autres programmes.**

RÉPARTITION ACTUELLE DU FINANCEMENT



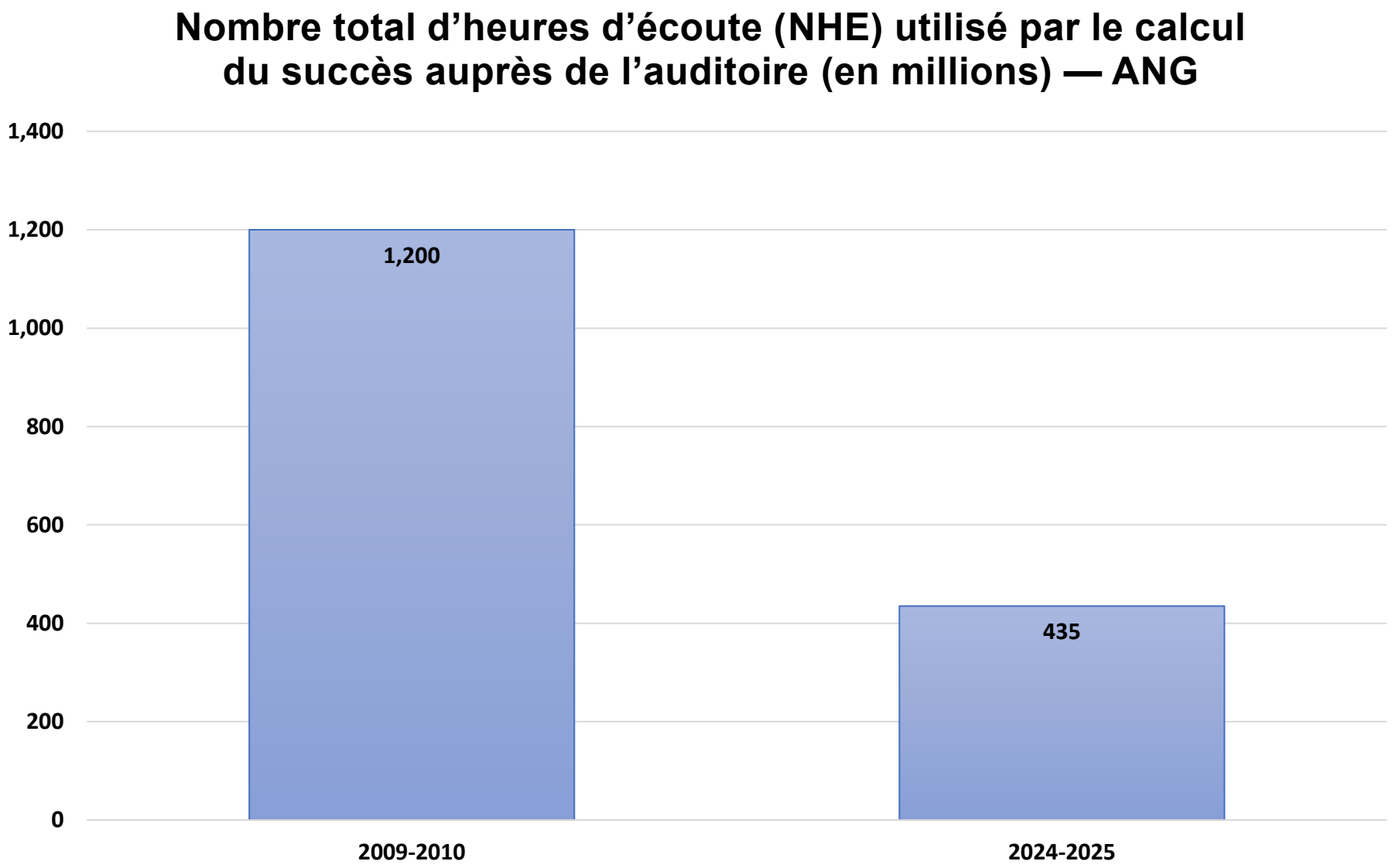
RÉPARTITION ACTUELLE DU FINANCEMENT

PROGRAMMES DU FMC DESTINÉS À LA TÉLÉVISION, 2026-2027

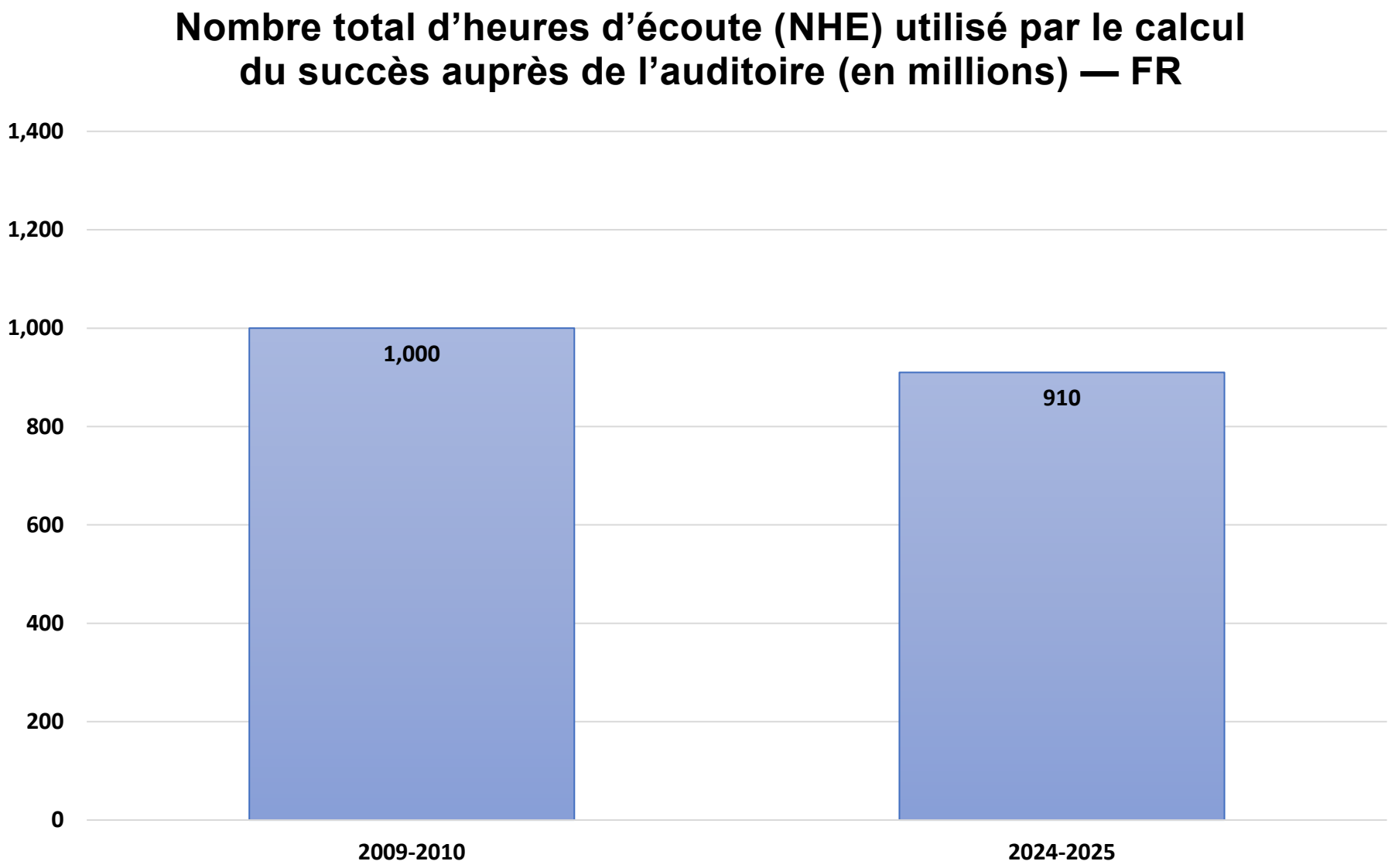


AUDITOIRES / CONSOMMATION

AUDITOIRES DE LA TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE



AUDITOIRES DE LA TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE

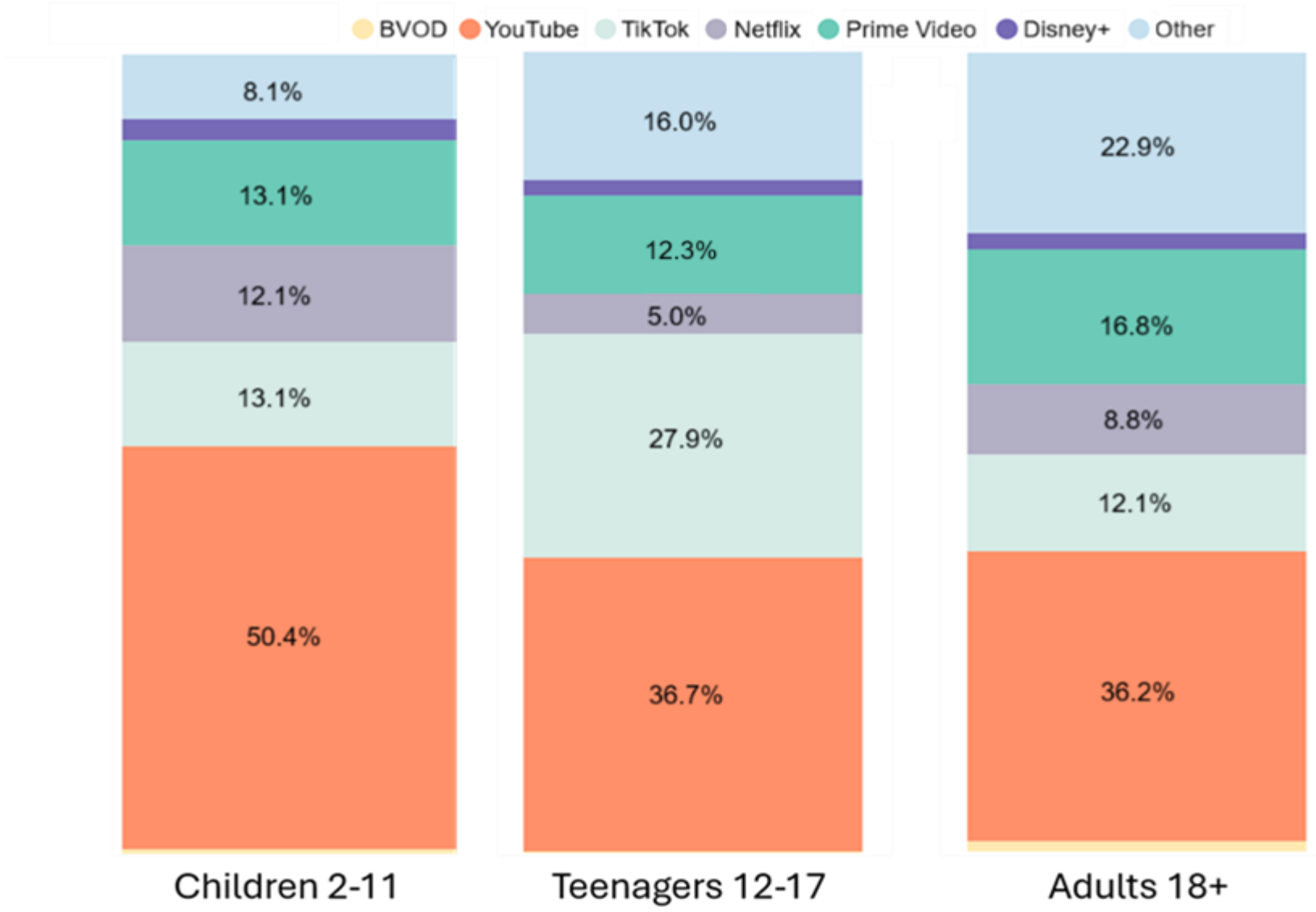


VISIONNEMENT EN LIGNE

Au Canada, 96 % du visionnement en ligne a lieu sur des services de diffusion en continu étrangers.

Numeris, InstarVam, du 1er septembre 2025 au 30 août 2026

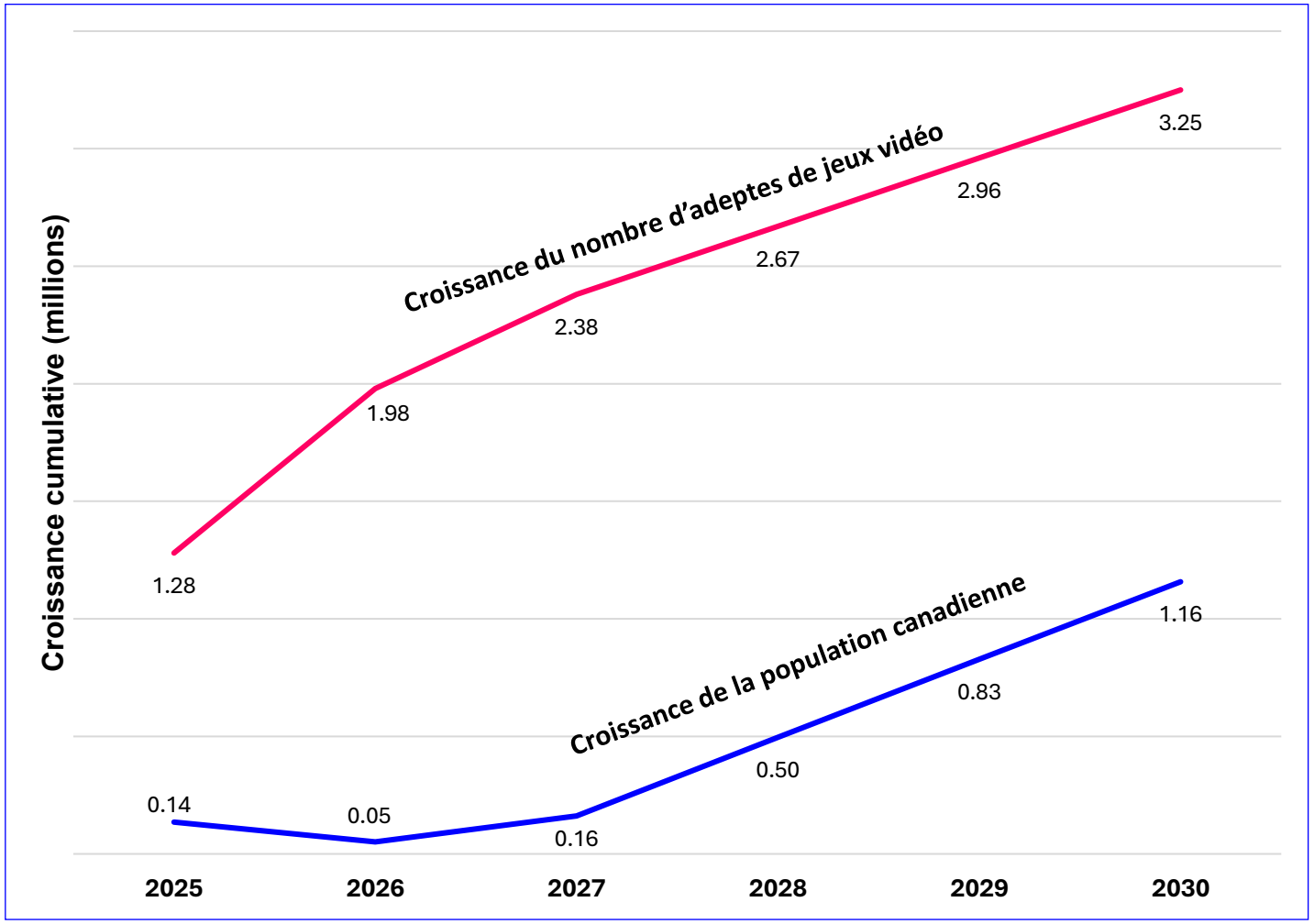
VISIONNEMENT EN LIGNE



- YouTube et TikTok
  - 64 % chez les enfants
  - 65 % chez les ados
  - 48 % chez les adultes
- Les services de diffusion en continu canadiens sont classés dans les catégories Autres et VSDT.

Numeris National VAM, September 2026

CONSOMMATION DE MNI



- De 2024 à 2030, au Canada, il est attendu :
  - que la population augmente de **2,7 %**
  - alors que le nombre d'adeptes de jeux vidéo fait un bond de **15 %.**

Statistique Canada, 21 janvier 2025.
Statista Market Insights, juillet 2025.

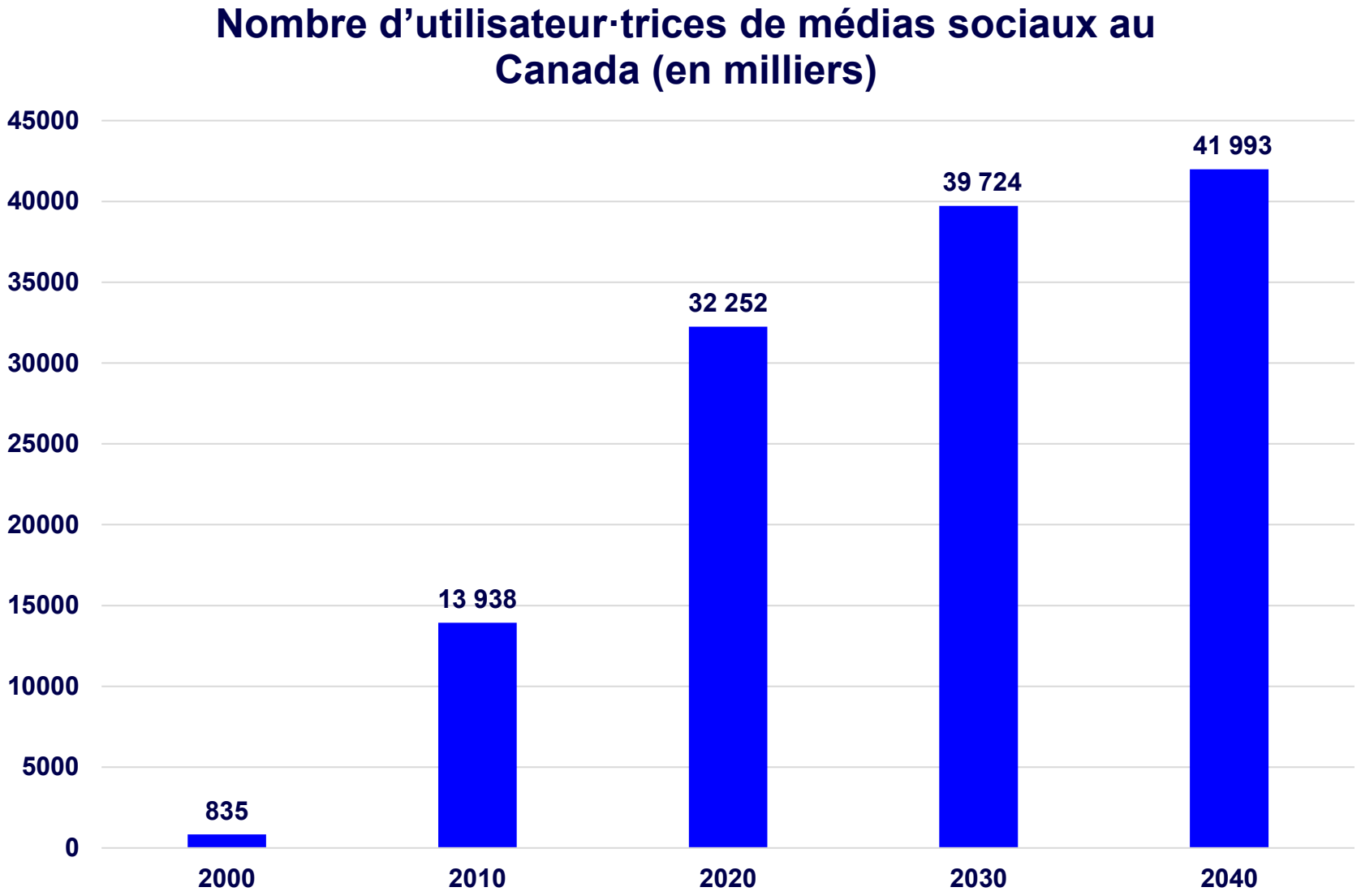
CONSOMMATION DE MNI

- **Au Canada, 48 % des adultes déclarent avoir joué à des jeux vidéo au cours des quatre dernières semaines.**

- **88 % des adeptes adultes jouent au moins une fois par semaine.**

Jeux vidéo Canada, Faits essentiels sur le secteur canadien du jeu vidéo 2026

CONSOMMATION DE MÉDIAS SOCIAUX



https://www.statista.com/statistics/260710/number-of-social-network-users-in-canada/?srsltid=AYCX9vJbA1Tobtn5liH9g5trhPSIpNaefHUz1Ts5SFAt8MW8PsmMQjD9

MODERNISATION DU GOUVERNEMENT DU CANADA

MODERNISATION DU GOUVERNEMENT DU CANADA

Entente de contribution du FMC

Le bénéficiaire [FMC] veillera à investir dans le contenu linéaire du système réglementé à un niveau au moins égal à celui de toutes les contributions qui lui sont versées pour satisfaire aux exigences réglementaires. Le bénéficiaire veillera à mettre en place un élément déclencheur automatique pour les télédiffuseurs en fonction du rendement reflétant leurs antécédents d'appui à la programmation canadienne.

MODERNISATION DU GOUVERNEMENT DU CANADA

213,4 M$ — Domaines prioritaires du gouvernement

- *Émissions de langue française*
- *Contenu pour enfants et jeunes*
- *Médias numériques interactifs (MNI)*
- *Formation et perfectionnement des compétences*
- *Distribution et exportation*
- *Mise en marché et promotion*
- *Production*
- *Développement des affaires*
- *Expansion des marchés*
- *Développement de l'industrie*

ALLOCATION DES RESSOURCES — CONSIDÉRATIONS ET QUESTIONS

ALLOCATION DES RESSOURCES — CONSIDÉRATIONS

- **La baisse des revenus des EDR devrait se poursuivre** et il est prévu que celles-ci représentent une part de plus en plus faible du budget du FMC au cours des prochaines années.

- Il est projeté que **le déclin des auditoires de la télévision conventionnelle se poursuive (à un rythme beaucoup plus rapide sur le marché de langue anglaise)** et, jusqu'à présent, la grande majorité du contenu que les Canadien·nes regardent en ligne se trouve sur des plateformes étrangères.

- Les **médias interactifs, numériques et émergents** connaissent une **croissance** avérée au Canada, et les prévisions indiquent que cette tendance se maintiendra.

- **Les télédiffuseurs contrôlent la majorité** — et ont accès à la grande majorité — de l'ensemble des fonds du FMC.

- Le gouvernement du Canada est déterminé à **moderniser le secteur audiovisuel**.

ALLOCATION DES RESSOURCES — QUESTIONS

1. Compte tenu des considérations mentionnées, que pensez-vous de la part que représentent les émissions de télévision dans la répartition globale du budget de programmes du FMC?

   - Croyez-vous que cette part devrait diminuer et, dans l'affirmative, dans quelle mesure et sur combien de temps?

   - L'approche devrait-elle être différente en fonction du marché linguistique?

   - Si le budget des programmes destinés aux émissions de télévision était réduit, comment les fonds libérés devraient-ils être répartis entre les MNI et le développement de l'industrie?

ALLOCATION DES RESSOURCES — QUESTIONS

2. Le FMC souhaite obtenir des commentaires sur la part que le Programme des enveloppes des télédiffuseurs représente dans son budget des programmes destinés aux émissions de télévision.

   - Croyez-vous que cette part devrait diminuer et, dans l'affirmative, dans quelle mesure et sur combien de temps?

   - L'approche devrait-elle être différente en fonction du marché linguistique?

   - Si le budget du Programme des enveloppes des télédiffuseurs était réduit, comment les fonds libérés devraient-ils être répartis entre le Programme des enveloppes des distributeurs et les autres programmes?

COMMENTAIRES

Veuillez soumettre vos réponses écrites d’ici le
16 décembre 2026

consultations@cmf-fmc.ca

CANADA MEDIA FUND
FONDS DES MÉDIAS DU CANADA