



CANADA
MEDIA FUND

FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

**PROGRAMME PILOTE
POUR LA CRÉATION
NUMÉRIQUE
PRINCIPES
DIRECTEURS
2025-2026**

TABLE DES MATIÈRES

1.	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	3
	Interprétation, application, avis de non-responsabilité et autres renseignements importants	3
	Présentation des documents	3
	Non-conformité aux Principes directeurs.....	3
	Fausse déclaration	3
	Renseignements d'auto-identification PERSONA-ID	4
2.	APERÇU.....	5
2.1	INTRODUCTION.....	5
2.1.1	Structure du programme.....	5
2.2	DÉFINITIONS.....	5
2.3	PROCESSUS DE DÉPÔT DES DEMANDES	6
3.	ADMISSIBILITÉ.....	7
3.1	LES REQUÉRANTS ADMISSIBLES	7
3.1.1	Exigences supplémentaires pour le Requérant.....	7
3.1.2	Seuils d'engagement minimal.....	7
3.2	CONTENU ADMISSIBLE.....	8
3.2.1	Propriété et contrôle canadiens	8
3.2.2	Types de contenu admissible	8
3.2.3	Types de contenu non admissible	9
3.2.4	Plateformes admissibles.....	9
3.2.5	Exigences diverses.....	9
3.3	ACTIVITÉS ADMISSIBLES.....	10
4.	CONTRIBUTION DU FMC	11
4.1	NATURE DE LA PARTICIPATION	11
4.2	MONTANT DE LA CONTRIBUTION.....	11
4.3	DÉPENSES ADMISSIBLES.....	11
5.	PROCESSUS DE DÉCISION.....	12
5.1	ÉVALUATION ET SÉLECTION	12
5.1.1	Grille d'évaluation	12
6.	CONTRAT ET RAPPORTS.....	14
6.1	CONTRAT	14
6.2	PÉRIODE DE PUBLICATION.....	14
6.3	RAPPORTS.....	14

1. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Interprétation, application, avis de non-responsabilité et autres renseignements importants

Les Principes directeurs sont communiqués à titre de renseignement et pour des raisons pratiques aux Requérants (tels qu'ils sont définis dans la section 3.1 du présent document). Les Principes directeurs fournissent un aperçu des objectifs du FMC et de son administration ainsi que des renseignements sur les pratiques administratives habituelles du FMC. La conformité à ces Principes directeurs est une condition préalable à toute admissibilité à une aide financière du FMC.

Le FMC administre ses programmes et applique ses Principes directeurs de façon discrétionnaire afin de garantir un financement à des projets qui contribuent à remplir son mandat. L'interprétation du FMC prévaudra pour toute question relative à l'interprétation de ses programmes, Principes directeurs et contrats. L'interprétation du FMC prévaudra également pour déterminer si les Requérants et/ou projets respectent l'esprit et l'intention de chacune des politiques du FMC.

Tous les Requérants et les télédiffuseurs (le cas échéant) doivent se conformer aux Exigences en matière de comptabilisation et de présentation (ECP) du FMC ainsi qu'aux politiques d'affaires applicables telles qu'elles ont été créées et modifiées au besoin. Les politiques d'affaires, incluant les ECP, sont énoncées dans l'[Annexe B](#) de ses Principes directeurs et peuvent également être consultées sur le site Internet du FMC à <https://cmf-fmc.ca/fr/>. Les renseignements compris dans l'[Annexe B](#) font partie intégrante des Principes directeurs.

Les projets qui bénéficient d'une participation financière du FMC au cours d'une année donnée doivent respecter les Principes directeurs et les politiques du FMC en vigueur au cours de cet exercice financier. Sauf indication contraire, les modifications apportées aux Principes directeurs ou aux politiques au cours d'un exercice financier ultérieur ne seront pas appliquées de façon rétroactive. L'exercice financier du FMC commence le 1er avril et se termine le 31 mars.

Veillez noter que ces Principes directeurs peuvent être modifiés ou clarifiés au besoin, sans préavis. Pour des renseignements et une documentation à jour de ces Principes directeurs, veuillez consulter le site Internet du FMC à <https://cmf-fmc.ca/fr/>.

Présentation des documents

Le Requérant doit s'assurer que le FMC a reçu tous les documents relatifs à sa demande et veiller à la mise à jour desdits documents après un changement important. Le FMC peut exiger d'autres documents et informations pour évaluer un projet et, une fois cette évaluation effectuée, pour terminer la révision de ses dossiers le cas échéant. Dans le cadre de l'étude et de l'évaluation d'un projet, le FMC se réserve le droit de ne fonder son évaluation que sur les documents écrits et audiovisuels soumis initialement par le Requérant.

Non-conformité aux Principes directeurs

Si un Requérant ne se conforme pas à ces Principes directeurs, le FMC peut rejeter la demande, révoquer l'admissibilité du projet et exiger le remboursement de toute somme consentie au Requérant.

Fausse déclaration

Si, à quelque moment que ce soit, en vertu des Principes directeurs ou à la demande du FMC, un Requérant fournit des renseignements qui se révèlent faux ou omet des informations se rapportant à une demande, il encourt des conséquences qui peuvent être graves.

Elles peuvent être les suivantes, entre autres :

- le projet actuel du Requérant peut devenir non admissible à un financement;
- les projets ultérieurs du Requérant peuvent être non admissibles à un financement;
- le Requérant peut devoir rembourser avec intérêts les sommes déjà consenties;
- le Requérant peut faire l'objet d'une poursuite criminelle en cas de fraude.

Ces mesures peuvent être imposées au Requérant ainsi qu'aux sociétés et particuliers qui lui sont apparentés, associés et affiliés (à l'entière discrétion du FMC). Les Requérants dont la demande de financement est acceptée doivent signer une entente légale contenant d'autres dispositions sur les fausses déclarations, les cas de défaut et autres sujets connexes.

Renseignements d'auto-identification PERSONA-ID

Le système d'auto-identification PERSONA-ID est une identification volontaire permettant aux individus de transmettre, le cas échéant, leurs renseignements personnels directement et de façon sécurisée au FMC.

Le FMC s'appuie sur les informations d'auto-identification associées au numéro PERSONA-ID de chaque individu pour déterminer (le cas échéant) l'admissibilité aux programmes dédiés, les parties réservées exclusives des budgets des programmes, les crédits de l'enveloppe des télédiffuseurs, les points de la grille d'évaluation, la position de classement dans les programmes sélectifs, et/ou à des fins statistiques et analytiques. En outre, dans certains cas, ces informations sont utilisées pour recouper/valider d'autres documents liés au projet (p. ex. le formulaire de demande du projet, les rapports d'état du programme des enveloppes des télédiffuseurs, etc.)

Toute modification du Personnel clé (défini dans [l'Annexe A](#)) pourrait avoir une incidence sur l'admissibilité et la sélection du projet, ainsi que sur les calculs des enveloppes des télédiffuseurs. Le FMC doit être informé de tout changement apporté au Personnel clé (i) tout au long du processus de demande et (ii) tout au long du cycle de vie du projet et de la présentation des éléments livrables relatifs aux coûts finaux.

Fournir des renseignements incorrects de façon répétée concernant le Personnel clé des Projets peut entraîner des conséquences pour le Requérant conformément à la section « Fausse déclaration » ci-dessus.

Tous les renseignements d'auto-identification en lien avec les projets soumis dans PERSONA-ID sont communiqués conformément aux [Conditions d'utilisation et à la politique de confidentialité de PERSONA-ID](#).

Pour de plus amples renseignements sur Persona-ID, veuillez consulter la page [PERSONA-ID du FMC](#).

2. APERÇU

2.1 INTRODUCTION

Le Programme pilote pour la création numérique (le « **PPCN** » ou le « **Programme** ») vise à soutenir la trajectoire de croissance de créatrices et de créateurs de contenu numérique en mi-carrière qui produisent des vidéos courtes exclusivement pour les plateformes de médias sociaux, à savoir YouTube, Instagram, TikTok et Facebook. Le FMC encourage les demandes de la part des talents canadiens qui ont connu un certain succès en ligne et qui souhaitent produire principalement du contenu pour les médias sociaux et qui visent à accroître leur auditoire et leurs possibilités de monétisation sur une période de six (6) mois.

2.1.1 Structure du programme

Les Requérants intéressés présenteront une demande, accompagnée d'un plan d'affaires stratégique et d'une brève présentation du contenu qu'ils prévoient créer pendant la période de six (6) mois (voir la section 2.3, Processus de dépôt des demandes).

Dans le cadre de ce Programme, jusqu'à 20 000 \$ seront versés à chaque Requérant retenu (le « **Bénéficiaire** ») à la suite d'un processus de sélection mené à l'aide de la grille d'évaluation (voir la section 5.1). Ce processus de sélection comportera l'apport d'un jury externe indépendant composé de pairs du milieu de la création numérique et d'analystes de l'équipe de l'Administrateur des programmes du FMC (APFMC).

Remarque : Dans le cas où un grand nombre de demandes seraient déposés au titre du Programme, ce qui créerait une demande excédentaire, le FMC se réserve le droit d'effectuer une présélection pour ne retenir qu'un nombre raisonnable de talents créatifs à haut rendement qui passeront au processus de sélection avec jury. Le niveau de rendement sera déterminé en fonction du nombre total de vues sur toutes les chaînes.

Les Bénéficiaires devront constituer une société (s'ils ne l'ont pas déjà fait) avant de pouvoir conclure un contrat.

Les Requérants peuvent avoir publié du contenu de tout type dans les médias sociaux, mais les Bénéficiaires devront accepter de produire et de publier au moins quatre (4) éléments de contenu préparé et monté qui correspondent aux genres admissibles du FMC (voir la section 3.2.2, Types de contenu admissible).

Les Bénéficiaires seront tenus de soumettre un rapport final et un rapport de coûts à la fin de la période de six (6) mois.

2.2 DÉFINITIONS

Les termes suivants figurent dans les présents Principes directeurs :

- **Communauté reflétant la diversité**

Le terme « Communauté reflétant la diversité » fait référence aux groupes suivants :

- a) Les Autochtones du Canada (c'est-à-dire les communautés des Premières Nations, Inuits et Métis);
- b) Les Communautés afro-descendantes et racisées (c'est-à-dire les personnes afro-descendantes et les personnes non blanches ou non originaires d'Europe);
- c) Les membres des communautés 2SLGBTQ+ ; et
- d) Les personnes en situation de handicap.

Le FMC définit chacun de ces groupes en détail dans la section 7 de [l'Annexe A](#) de ces Principes directeurs.

2.3 PROCESSUS DE DÉPÔT DES DEMANDES

Le portail [Dialogue](#) sera ouvert environ deux (2) semaines avant la date limite de dépôt des demandes au Programme. Les nouveaux Requérants au FMC devront d'abord créer un compte Dialogue avant de soumettre leur demande. Ce dernier peut être ouvert à tout moment.

Les Requérants seront invités à soumettre une demande accompagnée des éléments suivants :

- Bref profil de la présence en ligne actuelle (maximum de une (1) page);
- Nom des plateformes utilisées actuellement et données sur l'engagement de l'auditoire (document Excel fourni).
- Document de présentation générale du contenu, y compris le calendrier de publication (jusqu'à deux (2) pages);
- Plan d'engagement de l'auditoire / Plan d'affaires et stratégie de croissance qui décrit a) l'auditoire actuelle du Requérant - plateformes, types de l'auditoire ciblé, nature de toute affiliation avec une marque ou de commandite, le cas échéant); b) l'engagement proposé, les objectifs de croissance ou les affiliations au cours de la période de six (6) mois; et c) la façon dont le Requérant vise à atteindre ces objectifs ou cet auditoire (jusqu'à trois (3) pages);
- Devis proposé pour les activités prévues (document Excel fourni);
- (Facultatif) Vidéo qui présente visuellement le Requérant – sa personnalité, son style et son contenu – et son plan de croissance (maximum de trois (3) minutes).

3. ADMISSIBILITÉ

3.1 LES REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Requérant admissible au financement du Programme doit être une société à but lucratif, c'est-à-dire une société canadienne imposable selon les termes de la *Loi de l'impôt sur le revenu* du Canada :

- a) sous contrôle canadien en vertu des articles 26 à 28 de la *Loi sur Investissement Canada*;
- b) dont le siège social est situé au Canada;
- c) ses parties prenantes sont âgées de 18 ans et plus;
- d) est en règle auprès de toutes les guildes et associations de l'industrie.

Il est à noter que les particuliers, les groupes de particuliers ou les entreprises individuelles qui n'ont pas encore été constituées en société peuvent présenter une demande, mais les Bénéficiaires devront être constitués en société avant de pouvoir conclure un contrat.

3.1.1 Exigences supplémentaires pour le Requérant

- Les Bénéficiaires seront tenus d'affirmer et d'attester que le contenu soumis pour financement est conforme à la [Politique du FMC sur le positionnement narratif](#) avant la signature du Contrat.
- Les Bénéficiaires d'un financement au titre de ce Programme pour l'exercice 2024-2025 ne sont PAS autorisés à présenter une demande pour l'exercice 2025-2026.
- Bien que la participation au système PERSONA-ID soit volontaire, les Requérants doivent noter que ce sont les informations d'auto-identification associées au numéro PERSONA-ID de chaque personne que le FMC utilise pour évaluer les initiatives démographiques spécifiques. Cela inclut, dans le cadre du présent Programme, les points de la grille d'évaluation de la parité et/ou de la diversité.

3.1.2 Seuils d'engagement minimal

Les Requérants admissibles doivent démontrer les éléments suivants au moment du dépôt de la demande :

- chaîne(s) ou compte(s) contrôlés par le Requérant - au moins sur une (1) des plateformes admissibles (voir la section 3.2.4 ci-dessous) sont actifs depuis au moins douze (12) derniers mois, et ils ont publié au moins une (1) publication par mois, en moyenne, pendant cette période;

ET

L'UNE DES OPTIONS SUIVANTES

- si la langue principale de publication des créatrices ou créateurs de contenu est **l'anglais**, ces dernières ou derniers sont responsables d'au moins une des options suivantes :
 - un seul compte actif ou une seule chaîne active comptant au moins 70 000 abonnés, **OU**
 - plusieurs comptes ou chaînes comptant un total combiné d'au moins 120 000 abonnés, **OU**
 - au moins une vidéo ayant atteint un minimum de 450 000 vues publiée sur une chaîne comptant au moins 35 000 abonnés.
- si la langue principale de publication des créatrices ou créateurs de contenu est **le français**, ces dernières ou derniers sont responsables d'au moins une des options suivantes :

- un seul compte actif ou une seule chaîne active comptant au moins 12 500 abonnés, **OU**
- plusieurs comptes ou chaînes comptant un total combiné d'au moins 20 000 abonnés, **OU**
- au moins une vidéo ayant atteint un minimum de 25 000 vues publiée sur une chaîne comptant au moins 7 500 abonnés.

3.2 CONTENU ADMISSIBLE

Puisque ce Programme pilote vise un univers en évolution, le contenu admissible créé avec le soutien des fonds de ce Programme sera évalué au cas par cas. En plus de soutenir les objectifs commerciaux et d'auditoire du Requérant, le Programme vise à financer la création d'un nouveau contenu audiovisuel original de format court, préparé et monté, destiné à être visionné et à attirer l'auditoire sur une plateforme de médias sociaux numérique reconnue. La durée de chaque vidéo peut être déterminée par le Requérant, mais doit généralement être de 20 minutes ou moins, et doit respecter les normes acceptables de l'industrie pour cette plateforme et son auditoire visé.

3.2.1 Propriété et contrôle canadiens

Le contenu admissible doit remplir les critères suivants :

- a) leurs droits sous-jacents doivent être détenus et développés de façon suffisante et significative par des Canadiennes ou des Canadiens;
- b) elle est produite au Canada et au moins 75 % des dépenses admissibles sont des dépenses canadiennes;
- c) il est et demeure, durant toute la production, propriété d'intérêts canadiens et est contrôlé par des intérêts canadiens sur les plans administratif, créatif et financier.

Les Bénéficiaires doivent s'assurer que tous les éléments du contenu produit sont originaux ou leur appartiennent.

3.2.2 Types de contenu admissible

Le contenu créé avec le soutien des fonds du Programme devra correspondre à au moins un des types de contenu linéaire du FMC, à savoir :

- **Dramatiques** (contenu scénarisé et édité de nature fictive à des fins de divertissement. Il peut s'agir de prises de vue réelles ou d'animation, de comédies ou de comédies à sketches).
- **Documentaires** (œuvre originale non fictive conçue dans le but principal d'informer, d'éduquer et de divertir. Il doit viser à améliorer la compréhension d'un thème, d'un sujet ou d'une personne. Par souci de clarté, il ne s'agit pas de « diatribes » à la première personne, d'opinions ou de présentations de type « flux de conscience ». Voir le contenu non éligible ci-dessous, y compris le vlogging, les vidéos de réaction et les « streeters »).
- **Émissions pour enfants et jeunes** (contenus éducatifs ou de divertissement destiné à être consommé par un auditoire de moins de 17 ans qui a l'âge minimum de l'utilisateur de la plateforme visée, ou des plateformes d'utilisateurs surveillés telles que YouTube Kids. Il doit être conçu et produit en fonction des besoins et des attentes de la tranche d'âge ciblée - plutôt que de ceux des adultes ou des parents - et doit idéalement refléter la réalité de leur point de vue).
- **Émissions de variétés et des arts de la scène** (au moins une prestation scénique ou artistique à l'écran, tels que le chant, la danse, les acrobaties, les sketches comiques, les sketches dramatiques, la magie ou la comédie. Les arts du spectacle sont définis comme des représentations de musique traditionnelle et populaire, d'opéra, d'opérette, de comédies musicales, de ballet et d'autres formes de danse ou de spectacle).

Le reste du contenu créé pendant la Période de publication peut être de tout type généralement accepté sur les plateformes de médias sociaux, tant qu'ils respectent les normes morales raisonnables de visionnement par le grand public canadien (c'est-à-dire que le contenu ne doit pas être illégal, immoral, trompeur, scandaleux ou obscène). Par ailleurs, ce

contenu et le Bénéficiaire ne doivent pas porter atteinte à la réputation et à la bonne volonté associées au FMC, les ternir, les léser ou leur nuire de toute autre manière.

3.2.3 Types de contenu non admissible

Malgré la nature évolutive de cet univers, certains types de contenu seront inadmissibles et ne pourront pas être soutenus par les fonds du Programme :

- contenu promotionnel ou publicitaire, ou contenu destiné à la publicité ou à la mise en marché;
- tout contenu résultant d'un partenariat avec une marque ou d'un accord de commandite;
- vidéos de déballage, d'évaluation de productions ou d'appréciation de vidéos;
- duos, remixes ou vidéos de réaction;
- vidéos de diffusion en direct ou de jeux vidéo;
- blogues vidéo, émissions d'entrevues, débats d'experts ou balados enregistrés;
- compétitions ou concours;
- compilations, listicles ou vidéos composées uniquement de contenu d'autres personnes (par exemple, extraits de films, d'émissions de télévision, prestations de musiciens ou contenu d'autres influenceurs);
- micros-trottoirs – entrevues aléatoires réalisées en direct avec des inconnus dans la rue;
- remises de prix, galas, émissions de collecte de fonds, émissions-bénéfice, hommages;
- émissions d'intérêt religieux;
- reportages d'actualité;
- émissions pratico-pratiques, de bricolage, de cuisine;
- vidéo-clips officiels ou enregistrements filmés d'événements en direct, de prestations ou d'expositions;
- contenu long et sériel principalement destiné à des plateformes de diffusion numérique qui seraient admissibles dans le cadre d'autres programmes du FMC (par exemple, séries numériques, webséries, séries télévisées, etc.).

3.2.4 Plateformes admissibles

Pour la phase pilote de ce Programme, les plateformes admissibles pour montrer l'atteinte du seuil d'engagement minimal de l'auditoire et pour publier du nouveau contenu sont les suivantes :

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- YouTube

3.2.5 Exigences diverses

- a) Le contenu ou les chaînes ne peuvent contenir d'éléments de violence excessive, de propagande haineuse, de violence sexuelle ou d'exploitation sexuelle, ou des éléments obscènes, indécents, de pornographie juvénile selon les termes du *Code criminel* (et ses modifications éventuelles); et ne sont pas diffamatoires ou illégaux, de quelque manière que ce soit.
- b) Le contenu doit également se conformer à toutes les lois et réglementations applicables en matière de protection de la vie privée.
- c) Le contenu ne doit pas porter atteinte aux droits des tiers. Les œuvres ou marques de commerce appartenant à des tiers ne peuvent être incorporées dans un contenu, à moins qu'un consentement préalable n'ait été obtenu ou que l'utilisation ne relève de l'une des exceptions à la contrefaçon prévues par la loi.

- d) Le contenu qui a déjà été financé ou pourrait l'être dans le cadre d'autres programmes du FMC n'est pas admissible.
- e) Le contenu ou les chaînes ne peuvent pas promouvoir la haine, la désinformation délibérée et/ou enfreindre les normes morales acceptables et raisonnables pour une consommation par un auditoire général.
- f) Le FMC encourage tous les Requérants qui travaillent avec des Inuits, des membres de la Nation métisse ou des Premières Nations, ou dont le contenu est en lien avec les cultures, les concepts et les histoires de ces communautés, à respecter les Principes directeurs et les pratiques exemplaires énoncés dans le guide de production médiatique [Protocoles et chemins cinématographiques](#).
- g) Le FMC encourage tous les Requérants à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement, à utiliser des technologies propres et à réduire l'utilisation des ressources non renouvelables durant la création et l'exploitation de leur contenu.
- h) Le FMC encourage tous les Requérants à prendre en considération les pratiques courantes de l'industrie en matière de conception inclusive et d'accessibilité du contenu, y compris l'utilisation de texte alternatif, de sous-titres et de vidéos descriptives.
- i) Concernant le contenu créé avec l'aide de la technologie de l'intelligence artificielle (« IA ») :
 - le FMC encourage tous les Requérants à respecter les [Lignes directrices du FMC liées à l'utilisation de l'IA](#); et
 - il incombe au Requérant de s'assurer que (i) tous les droits sous-jacents aux Projets admissibles sont détenus et développés de manière significative par des Canadiennes ou Canadiens et (ii) que les Projets admissibles ont un accès libre à tous les droits sous-jacents.

3.3 ACTIVITÉS ADMISSIBLES

Les Requérants devront décrire les activités qu'ils souhaitent entreprendre au cours de la période de six (6) mois pour faire croître le nombre de leurs abonnements ou leur auditoire. Ces activités doivent inclure un nombre minimal de quatre (4) contenus vidéo nouvellement créé, admissibles au soutien du FMC (voir la section 6.2 ci-dessous). Il peut également s'agir d'activités commerciales ou de mise en marché (voir la section 4.3, Dépenses admissibles).

4. CONTRIBUTION DU FMC

4.1 NATURE DE LA PARTICIPATION

Les Bénéficiaires recevront du financement sous la forme d'une contribution non remboursable.

4.2 MONTANT DE LA CONTRIBUTION

Les Requérants peuvent demander un maximum de 20 000 \$ pour couvrir les dépenses et les activités admissibles.

Le financement du FMC **ne peut représenter plus de 75 %** des dépenses prévues au devis. Les Bénéficiaires devront faire la preuve de la participation d'autre bailleurs de fonds (ou de leur propre participation) pour couvrir l'ensemble des dépenses nécessaires pour réaliser les activités prévues.

4.3 DÉPENSES ADMISSIBLES

Les dépenses admissibles au titre du Programme se divisent en deux catégories –

Dépenses associées à la création de contenu vidéo :

- dépenses de main-d'œuvre pour la création de contenu, y compris la scénarisation, le tournage, le montage et la post-production;
- location d'équipement ou location de lieu de tournage;
- achat d'équipement (ces dépenses ne doivent pas dépasser 20% des dépenses totales);
- frais raisonnables en lien avec le contenu engendrés par des activités et pratiques destinées à favoriser la durabilité environnementale ou par l'embauche de personnel à des postes dédiés à ces activités et pratiques.

Dépenses associées à la mise en marché et à la croissance de la société :

- frais de constitution de la société (si elle n'est pas déjà constituée);
- dépenses de main-d'œuvre de la société, par exemple pour l'embauche d'une assistante ou d'un assistant de production ou d'une ou d'un gestionnaire de médias sociaux;
- embauche d'un consultant en mise en marché ou en image de marque;
- frais honoraires des services juridiques et frais comptables;
- frais d'abonnement à des logiciels;
- mise en marché et promotion.

Les dépenses admissibles sont les dépenses réelles et vérifiables établies dans le devis ou le rapport final de coûts, selon le cas (y compris les dépenses des parties apparentées et non apparentées), auxquelles s'ajoutent toutes les dépenses considérées comme nécessaires par le FMC, moins toutes les dépenses considérées comme excessives, gonflées ou déraisonnables.

Les activités courantes ou les dépenses en capital (par exemple la location ou l'achat de biens immobiliers) ne sont pas des dépenses admissibles.

L'évaluation des dépenses admissibles d'un projet se fera à l'entière discrétion du FMC.

5. PROCESSUS DE DÉCISION

5.1 ÉVALUATION ET SÉLECTION

Le processus d'évaluation sera sélectif et concurrentiel.

Les demandes seront d'abord examinées par l'équipe de l'APFMC afin de déterminer leur admissibilité.

Les demandes admissibles feront ensuite l'objet d'une procédure d'examen sélective, sur la base des critères suivants :

- viabilité et la probabilité de mener à bien le plan d'affaires proposé et d'atteindre les objectifs fixés;
- potentiel du Requêteur à contribuer à l'effervescence et à la résilience de l'économie de la création au Canada;
- expériences antérieures des principaux participants à la proposition;
- force créative et caractère distinctif du contenu proposé.

Le processus de sélection comportera l'apport d'un jury externe indépendant composé de pairs du milieu de la création numérique et d'analystes de l'équipe de l'Administrateur des programmes du FMC.

Dans le cas où un grand nombre de projets seraient déposés au titre du Programme, ce qui créerait une demande excédentaire, le FMC se réserve le droit d'effectuer une présélection pour ne retenir qu'un nombre raisonnable de talents créatifs à haut rendement qui passeront au processus de sélection avec jury. Le niveau de rendement sera déterminé en fonction du nombre total de vues sur toutes les chaînes.

1/3 des fonds du Programme seront versés à des Requêteurs/au contenu de langue française.

5.1.1 Grille d'évaluation

Dans le cadre du processus de sélection, le FMC choisira les Bénéficiaires en fonction de la grille d'évaluation ci-dessous.

Critères d'évaluation	Pondération
Expériences antérieures de la créatrice ou du créateur (26) <ul style="list-style-type: none">▪ Connaissances et expériences du Requêteur et de ses collaborateurs et collaboratrices, s'il y a lieu.▪ Preuve de succès dans la diffusion de contenu, la constitution d'un auditoire et l'engagement de l'auditoire sur les plateformes de médias sociaux.▪ Qualité et rayonnement du contenu publié précédemment.	30
Parité (2) <ul style="list-style-type: none">▪ Le Requêteur est majoritairement sous contrôle des personnes qui s'identifient publiquement comme femmes.¹	
Diversité (2) <ul style="list-style-type: none">▪ Le Requêteur est majoritairement sous contrôle des individus qui sont membres d'une Communauté reflétant la diversité (tel que défini à la section 2.2 ci-dessus).²	

¹ Seuls les Canadiennes et les Canadiens seront pris en compte dans l'évaluation des postes pour recevoir des points de parité. Par souci de clarté, les non-Canadiennes et les non-Canadiens ne seront pas pris en compte dans ces pointages.

² Seuls les Canadiennes et les Canadiens seront pris en compte dans l'évaluation des postes pour recevoir des points de diversité. Par souci de clarté, les non-Canadiennes et les non-Canadiens ne seront pas pris en compte dans ces pointages.

<p>Plan d'affaires et stratégie de croissance</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Structuration du plan d'affaires et de la stratégie de croissance. ▪ Pertinence et opportunité des activités proposées dans le soutien à la trajectoire professionnelle du Requérant. ▪ Probabilités que les objectifs proposés ou l'auditoire visé soient atteints pendant la période. ▪ Capacité du Requérant et de ses collaboratrices et collaborateurs, s'il y a lieu, à réaliser les activités proposées. ▪ Capacité à mener à bien les activités proposées dans le respect du devis. ▪ Potentiel du Requérant et de ses collaboratrices ou collaborateurs à contribuer à l'effervescence et à la résilience de l'économie de la création au Canada. 	<p>40</p>
<p>Contenu – créativité et potentiel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Force et qualité du contenu proposé. ▪ Originalité ou singularité du contenu proposé au sein de l'écosystème. ▪ Caractère canadien des thèmes, des enjeux et des groupes démographiques. ▪ Correspondance du contenu proposé aux types de contenu admissible du FMC. 	<p>30</p>
<p>TOTAL</p>	<p>100</p>

6. CONTRAT ET RAPPORTS

6.1 CONTRAT

Les Bénéficiaires recevront une lettre de recommandation positive détaillant les exigences spécifiques à la passation d'un contrat. Le FMC se réserve le droit de retirer le montant engagé si les Bénéficiaires ne remplissent pas ces conditions et ne signent pas un contrat dans les délais indiqués dans cette lettre.

Les Bénéficiaires qui n'ont pas encore constitué de société devront le faire avant de pouvoir conclure un contrat. Les Bénéficiaires auront la possibilité de réviser le calendrier de leurs publications avant la signature du contrat.

Le contrat doit être signé par le Requérent, il ne peut pas être signé par une agence ou un tiers en son nom.

La contribution sera attribuée en deux versements : 80 % à la signature et 20 % à l'acceptation du rapport final et du rapport de coûts.

6.2 PÉRIODE DE PUBLICATION

Selon le plan d'affaires personnalisé qu'il a proposé, le Bénéficiaire produira et publiera un nombre minimal convenu de nouvelles vidéos, admissible au soutien du FMC, sur une période de six (6) mois, à compter de la date de signature du contrat (la « **Période de publication** »). Le Requérent peut en proposer le nombre, mais il doit s'agir d'un minimum de quatre (4) vidéos produites et publiées au cours de la période qui correspondent à au moins un (1) des types de contenu linéaire traditionnel du FMC (voir la section 3.2.2, Types de contenu admissible)

Le reste du contenu créé pendant la Période de publication peut être de tout type généralement accepté sur les plateformes de médias sociaux, tant qu'ils respectent les normes morales raisonnables de visionnement par le grand public canadien (c'est-à-dire que le contenu ne doit pas être illégal, immoral, trompeur, scandaleux ou obscène). Par ailleurs, ce contenu et le Bénéficiaire ne doivent pas porter atteinte à la réputation et à la bonne volonté associées au FMC, les ternir, les léser ou leur nuire de toute autre manière.

6.3 RAPPORTS

À la fin de la Période de publication (environ huit (8) mois après la signature du contrat), les Bénéficiaires présenteront un rapport final et un rapport de coûts dans lesquels ils décriront les activités entreprises au cours de la Période de publication et les résultats du plan d'affaires ou de la stratégie de croissance.

Les Bénéficiaires devront également fournir des mises à jour intermédiaires (« **Rapports de succès** ») pendant une période de deux (2) ans à compter de la soumission du rapport final.