



CANADA
MEDIA FUND

FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

PROGRAMME DE PROTOTYPAGE

PRINCIPES DIRECTEURS

2025-2026

TABLE DES MATIÈRES

1.	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	3
2.	APERÇU.....	4
2.1	INTRODUCTION.....	4
2.2	DÉFINITIONS.....	4
3.	ADMISSIBILITÉ.....	5
3.1	REQUÉRANTS ADMISSIBLES	5
3.2	PROJETS ADMISSIBLES.....	5
3.2.1	Phase de prototypage.....	5
3.2.2	Exigences diverses.....	5
4.	CONTRIBUTION DU FMC	6
4.1	MONTANT DE LA CONTRIBUTION.....	6
4.1.1	Augmentation de la contribution maximale en cas de succès antérieur	6
4.2	DÉPENSES ADMISSIBLES.....	6
5.	PROCESSUS DE DÉCISION.....	7

1. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

La section 1 du document [Programmes de contenu en médias numériques interactifs - Module principal des Principes directeurs](#) s'applique aux Principes directeurs du Programme de prototypage, sauf indication contraire.

2. APERÇU

2.1 INTRODUCTION

Outre les exigences énoncées dans les présents Principes directeurs, les Requérants doivent se conformer aux :

- i) règles et exigences du document [Programmes de contenu en médias numériques interactifs – Module principal des Principes directeurs](#) (« **MNI-Module principal** ») et
- ii) politiques et définitions applicables figurant à l'[Annexe A](#) et à l'[Annexe B](#), précisément :
 - a. [Annexe A](#) : Section 7 (Définitions du FMC)
 - b. [Annexe B](#) :
 - i. Section 1 (Politique relative aux cas de défaut);
 - ii. Section 2 (Exigences en matière de comptabilisation et de présentation);
 - iii. Section 3 (Politique des honoraires des productrices ou producteurs et des frais d'administration); et
 - iv. Section 5 (Politique d'assurance).

Le Programme de prototypage (le « **Programme** ») alloue un financement à des projets médias numériques interactifs canadiens qui en sont aux premières étapes de la réalisation d'un produit afin d'en démontrer les fonctionnalités prévues et la conception. Cette phase consiste à expérimenter, à tester et à valider différents concepts et hypothèses afin d'arriver à un premier prototype fonctionnel. Précisons que le produit, à la fin de la phase de prototypage, nécessitera ensuite une phase de production complète avant qu'il puisse être diffusé ou vendu.

Les Projets admissibles présentés dans le cadre de ce Programme sont soumis à un processus de sélection reposant sur une grille d'évaluation.

2.2 DÉFINITIONS

Vous trouverez dans la section 7 de l'[Annexe A](#) les définitions des termes suivants figurant dans les présents Principes directeurs :

- Communauté reflétant la diversité
- Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Personnel clé)
- Postes admissibles en médias numériques interactifs
- Projet atteignant la parité (Personnel clé)

3. ADMISSIBILITÉ

3.1 REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Requérant admissible au Programme doit répondre aux critères suivants :

- critères énoncés dans la section 3.1 du [MNI - Module principal](#); et
- à tout critère d'admissibilité spécifique applicable mentionné dans la présente section.

À partir de l'exercice 2025-2026, les exigences supplémentaires suivantes s'appliquent à tous les programmes MNI (pour plus d'informations, voir les sections 3.1.1 et 3.2 du [MNI - Module principal](#)) :

- Tous les nouveaux Requérants du FMC dans le cadre d'un programme MNI devront participer à une consultation préalable à la demande avec le personnel de l'APFMC afin d'être considérés comme admissibles.
- Les Requérants peuvent présenter au maximum un (1) Projet admissible par date limite de ronde de financement.
- Les Requérants ne pourront pas détenir plus de deux (2) contrats en cours de phase de prototypage. Les Requérants doivent s'assurer que les éléments livrables de la phase finale des projets précédents (y compris un rapport de coûts) ont été livrés et que le(s) dossier(s) a (ont) été clôturé(s) avant de se porter Requérant à un nouveau projet.

3.2 PROJETS ADMISSIBLES

Le Projet admissible au Programme doit répondre aux critères suivants :

- critères énoncés dans la section 3.2 du [MNI – Module principal](#); et
- à tout critère d'admissibilité spécifique applicable mentionné dans la présente section.

3.2.1 Phase de prototypage

Le Programme est spécifiquement destiné aux premières étapes d'un projet qui a développé un concept et une conception solides, mais qui bénéficierait de l'expérimentation, du test ou de la validation de différents concepts et hypothèses, avant de passer à la phase de production. Il devrait en résulter un prototype fonctionnel. Précisons que le Projet à la fin de la phase de prototypage nécessitera une phase de production complète avant qu'il puisse être diffusé ou vendu.

3.2.2 Exigences diverses

- a) Un Projet ne peut recevoir qu'un (1) seul financement de ce Programme au cours de son cycle de vie.
- b) Un projet qui a été refusé pour une activité de programme spécifique (c'est-à-dire, prototypage, production) plus de deux (2) fois depuis 2010-2011 ne peut plus faire l'objet d'une demande de financement pour la même activité de programme.
- c) Le FMC pourrait engager jusqu'à 50% du budget total de ce Programme pour les demandes de financement déposées à la première date limite de dépôt. Le FMC gardera la partie restante du budget pour les projets déposés à la deuxième date limite.

4. CONTRIBUTION DU FMC

La contribution maximale du FMC à un Projet admissible doit répondre aux critères suivants :

- critères d'admissibilité énoncés dans la section 4 du [MNI - Module principal](#) ; et
- tout critère spécifique applicable mentionné dans la présente section.

4.1 MONTANT DE LA CONTRIBUTION

Les Requérants dont les demandes ont été acceptées reçoivent un montant approprié aux besoins du Projet, jusqu'à concurrence de la contribution maximale de 75% des dépenses admissibles du projet ou 250 000 \$, selon le moindre de ces montants.

4.1.1 Augmentation de la contribution maximale en cas de succès antérieur

À compter de l'exercice 2025-2026, les Requérants qui atteignent un seuil d'engagement minimal dans un Projet en MNI déjà réalisé et rendu public¹ peuvent demander une contribution maximale accrue correspondant au moindre de 75 % des dépenses admissibles du Projet ou de 350 000 \$.

Pour être admissible, le Projet précédemment rendu public doit atteindre les seuils suivants :

- 500 000 \$ de revenus bruts générés OU
- 20 000 unités vendues / téléchargées (s'il s'agit d'une expérience basée sur la localisation, les utilisateurs individuels / les participants peuvent être comptabilisés).

4.2 DÉPENSES ADMISSIBLES

Les dépenses admissibles sont des dépenses directement liées au projet, y compris, sans toutefois s'y limiter :

- recherche et préparation de contenu ;
- rémunération et avantages sociaux, salaires et contrats des équipes de projet (gestion du projet, développement d'affaires, codage, conception, infrastructure du système, développement de contenu) ;
- infrastructures technologiques (matérielles et logicielles) ;
- dépenses relatives à la mise en ligne du contenu, incluant l'affranchissement des droits, la documentation, la conception et le développement, les frais de traduction ;
- déplacements et hébergement ;
- frais de vérification du projet ;
- autres dépenses techniques et administratives ;
- mise en marché et à la promotion ; et/ou
- coûts raisonnables en lien avec le projet, 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.

Les Projets doivent consacrer un minimum de 10 % et un maximum de 25 % des catégories B et C de leur budget à des dépenses admissibles de mise en marché, d'engagement de l'auditoire et de renforcement de la communauté.

¹ Pour être pris en compte, le contenu doit avoir été rendu public selon une définition standard de l'industrie. Les prototypes, les démonstrations, les contenus de test ou les game jams ne sont pas pris en compte.

5. PROCESSUS DE DÉCISION

L'évaluation du Projet admissible suivra :

- les critères énoncés dans la section 5 du [MNI - Module principal](#); et
- tout critère spécifique applicable mentionné dans la présente section.

Les Projets admissibles présentés dans le cadre de ce Programme sont soumis à un processus de sélection compétitif reposant sur la grille d'évaluation suivante.

À partir de l'exercice 2025-2026, les Projets admissibles seront évalués comme suit :

- **Première étape** : tous les Projets admissibles seront évalués sur la base de la section Originalité, créativité et avancement de la grille d'évaluation. Seuls les Projets ayant obtenu une note de 45 ou plus sur 60 dans cette section passeront à la deuxième étape.
- **Deuxième étape** : les Projets admissibles ayant obtenu une note de 45 ou plus lors de la première étape seront examinés en fonction des autres critères d'évaluation de la grille d'évaluation.

Critères d'évaluation	Pondération
<p>Équipe (13)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Antécédents et réalisations du Requérant dans le secteur des médias numériques interactifs.▪ Expérience professionnelle et réalisations des membres de l'équipe dans le secteur des médias numériques interactifs. Les membres de l'équipe comprennent des responsables de la production, de la création, de la technique et/ou des ventes et de mise en marché.▪ Expérience et antécédents de collaboration entre les membres de l'équipe.▪ Capacité de l'équipe à mener à bien et livrer le projet.▪ Qualité et degré du positionnement du Requérant et des équipes de création et de production par rapport au projet. <p>La notion de positionnement ou d'être « en position de » est décrite dans la Politique de positionnement narratif du FMC et peut être abordée dans la Déclaration sur le positionnement narratif.</p>	17
<p>Parité (2)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Le projet se qualifie en tant que Projet atteignant la parité (Personnel clé), c'est-à-dire que 40 % de l'ensemble cumulé des postes admissibles en médias numériques interactifs rémunérés au sein de l'équipe sont occupés par des personnes qui s'identifient publiquement comme femmes.² <p>Voir l'Annexe A pour les définitions des Postes admissibles en médias numériques interactifs et le Projet atteignant la parité (Personnel clé).</p>	
<p>Diversité (2)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Le projet se qualifie en tant que Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Personnel clé), c'est-à-dire que 40 % de l'ensemble cumulé des postes admissibles en médias numériques interactifs rémunérés au sein de l'équipe sont occupés par des membres d'une ou des Communautés reflétant la diversité.³ <p>Voir l'Annexe A pour les définitions des Postes admissibles en médias numériques interactifs et la Communauté reflétant la diversité (Personnel clé).</p>	

² Seuls les postes rémunérés des Canadiennes et des Canadiens seront pris en compte dans l'évaluation des postes pour recevoir des points de parité, et les informations fournies dans le budget du Projet seront prioritaires. Pour plus de clarté, les non-Canadiennes et les non-Canadiens ne seront pas pris en compte dans ces pointages.

³ Seuls les postes rémunérés des Canadiennes et des Canadiens seront pris en compte dans l'évaluation des postes pour recevoir des points de diversité, et les informations fournies dans le budget du projet seront prioritaires. Pour plus de clarté, les non-Canadiennes et les non-Canadiens ne seront pas pris en compte dans ces pointages.

<p>Communauté et durabilité</p> <p>Plan d’engagement avec la communauté (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le Requérant ainsi que les membres de l’équipe s’engagent à (i) prendre des mesures concrètes pour créer le contenu de manière responsable, réfléchi et sans préjudice, y compris des mesures d’engagement de la communauté et/ou des embauches de personnel, et (ii) à fournir un rapport écrit à l’étape des coûts finaux confirmant le travail accompli. <p>Plan de durabilité (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le Requérant ainsi que les membres de l’équipe se sont engagés à prendre des mesures relatives à des activités, des pratiques et/ou des embauches de personnel respectueuses de l’environnement dans le cadre de ce projet, et fourniront un rapport écrit à l’étape des coûts finaux confirmant le travail accompli. 	4
<p>Contenu pour enfants et jeunes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les Projets dont l’auditoire cible est le grand public - enfants ou le grand public - jeunes. Les stratégies de mise en marché soumises doivent refléter l’auditoire cible pour recevoir des points. 	2
<p>Originalité, créativité et avancement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Originalité, qualité et pertinence du contenu et de la forme ainsi que le récit/l’histoire, le cas échéant. ▪ Qualité et sophistication des éléments de conception et de la programmation. ▪ Qualité et caractère distinctif de l’expérience utilisateur et de l’interactivité. ▪ Soit : <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Innovation</i> : Développement et/ou intégration de technologies innovantes et/ou d’approches nouvelles et passionnantes du contenu ou du récit/de l’histoire ; OU ○ <i>Potentiel commercial</i> : Notoriété et valeur commerciale ou éléments distinctifs qui peuvent maximiser le potentiel de revenus et le potentiel d’atteindre l’auditoire. ○ Le cas échéant, l’évaluation du <i>potentiel commercial et innovant</i> peut inclure le potentiel du projet à amplifier la valeur culturelle, en ajoutant par exemple une plus grande représentation des voix issues des communautés diverses ou en partageant de nouvelles perspectives. 	60
<p>Viabilité financière</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pertinence du devis et risque de la structure financière. ▪ Stabilité financière du Requérant compte tenu de l’ampleur du projet. ▪ Niveau de risque assumé par le FMC et le Requérant. ▪ Pertinence du modèle de revenu. 	12
<p>Positionnement stratégique et mise en marché</p> <p>Étude de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse de l’auditoire. ▪ Analyse du marché. ▪ Positionnement et avantages concurrentiels. 	5
<p>TOTAL</p>	100