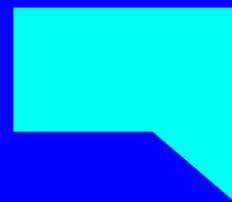
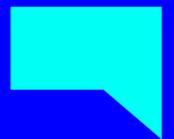
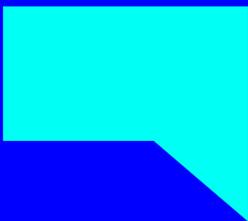


NOURRIR LA FLAMME : CE QUE NOUS AVONS ENTENDU

RÉSULTATS DES CONSULTATIONS DE L'INDUSTRIE
2021 DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

17 JUIN 2021



NOURRIR LA FLAMME : CE QUE NOUS AVONS ENTENDU



Message de Valerie Creighton, présidente et chef de la direction du Fonds des médias du Canada (FMC)

Je remercie chaleureusement tous ceux et celles (créateurs, producteurs et intervenants de l'industrie) qui ont participé aux consultations virtuelles pancanadiennes *Nourrir la flamme*, qui ont eu lieu du 11 mars au 9 avril 2021.

Nous avons lancé les consultations le 11 mars par la publication d'un document de discussion et d'une invitation à tous les groupes de l'industrie à y participer, pour éclairer nos réflexions sur l'adoption d'une stratégie de croissance du secteur des écrans et d'un nouveau modèle de programme pour le FMC.

Près de 1 000 personnes y ont pris part, ce qui en fait l'une des plus vastes consultations de l'industrie de l'histoire du FMC :

- Au total, 807 personnes représentant une vaste gamme de fonctions et d'organismes des secteurs de la télévision, du film et des médias numériques interactifs (MNI) de tout le pays ont assisté à nos tables rondes et à nos assemblées virtuelles.
- Nous avons reçu 181 mémoires et réponses écrites de créateurs de contenu et de professionnels du secteur — scénaristes, réalisateurs, producteurs, acteurs et autres artisans — et d'organismes nationaux et régionaux.

Nous nous sommes réunis le printemps dernier pour discuter de l'avenir du secteur du contenu destiné aux écrans en une époque de grands bouleversements, de réévaluation et d'incertitude. La pandémie continue d'affecter notre industrie et d'accélérer les tendances dans l'univers numérique. Le racisme et la discrimination systémiques dans tous les domaines de notre milieu ont été exposés au grand jour. La modernisation des lois et des règlements qui régissent les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications au Canada est en cours.

GROUPES AYANT CONTRIBUÉ AUX CONSULTATIONS

- Scénaristes, réalisateurs, acteurs et autres artisans, ainsi que des producteurs des secteurs de la télévision, du film et des médias numériques interactifs, établis et de la relève;
- Intervenants de l'industrie issus de communautés de Premières Nations, inuites et métisses;
- Intervenants de l'industrie issus des communautés noires et racisées de partout au Canada;
- Associations représentant l'industrie à l'échelle nationale ou provinciale et territoriale;
- Syndicats et guildes;
- Organismes de financement et de soutien de tout le pays;
- Radiodiffuseurs et distributeurs canadiens.

NOURRIR LA FLAMME : CE QUE NOUS AVONS ENTENDU



Alors que le FMC jette un regard sur les trois années à venir et établit un plan pour appuyer le rétablissement et la croissance de l'industrie, nous vous avons demandé de quelle façon vous envisagiez l'avenir. Vous nous avez fait part des occasions que vous aperceviez sur le marché et des difficultés auxquelles vous vous butiez au sein de l'industrie. Vous nous avez confié vos perspectives quant au rôle que le FMC pourrait jouer pour vous soutenir dans les prochaines années. Vous nous avez donné de nombreux exemples d'outils, de politiques et de pratiques exemplaires pour éclairer et inspirer l'orientation du futur modèle de soutien du FMC.

Je suis ravie de vous faire rapport aujourd'hui de ce que nous avons entendu.

Lorsque je songe à nos tables rondes et nos assemblées, auxquelles j'ai participé avec des membres de notre équipe de direction et de notre conseil d'administration et des représentants de Patrimoine canadien, je retiens cinq principaux points :

1. L'industrie convient qu'il est nécessaire de modifier substantiellement le modèle de financement du FMC. Pendant toutes les consultations, les participants ont exprimé leur soutien envers l'adoption par le FMC d'une démarche à la flexibilité accrue, axée sur le contenu sans égard à la plateforme qui permettra aux propriétés intellectuelles (PI), aux créateurs et au contenu d'ici de connaître du succès au pays et à l'étranger. Il s'agit d'un vote de confiance de l'industrie envers la direction où le FMC devrait, selon nous, aller.
2. Le FMC joue et doit continuer de jouer son rôle unique et fondamental au sein de l'industrie des écrans — favoriser, financer et promouvoir les PI et le contenu canadiens destinés aux écrans, créés et détenus par des Canadiennes et des Canadiens, vus et vécus par les gens d'ici —, mais il est essentiel qu'il élargisse la façon dont il s'acquitte de ce mandat pour faire écho à la nature mondiale et multiplateforme de l'industrie.
3. Dans l'ensemble, il faut accroître le financement au sein du système, et tout particulièrement au FMC, afin de soutenir la croissance, notamment dans les MNI, attirer des investissements et assurer le succès du contenu canadien et des PI (linéaires et de MNI, en français, en anglais, en langues autochtones et dans les autres langues, de même que le contenu provenant des communautés visant l'équité) dans un contexte de concurrence des productions et des plateformes étrangères de partout dans le monde.

NOURRIR LA FLAMME : CE QUE NOUS AVONS ENTENDU



4. Il est nécessaire d'accroître la flexibilité dans le soutien du FMC à l'industrie, à ses talents et à ses entreprises, ainsi qu'à la conservation et à la monétisation des PI, ce qui exige des changements importants à l'accord de contribution actuel avec Patrimoine canadien, qui devrait contenir des exigences moins contraignantes qu'à l'heure actuelle.
5. Il est urgent d'agir en raison des contrecoups de la COVID-19, de la révolution numérique, du marché mondial du divertissement, de la concurrence des intervenants étrangers, de la fuite des talents aux États-Unis, ainsi que de la croissance des services de production (contenu linéaire) et de la sous-traitance (MNI) au Canada.

Le présent rapport met en exergue 15 idées importantes qui ont émergé des consultations — des points à considérer dans la modernisation de l'architecture de programme du FMC, des points de convergence et de croisement de bon nombre des conversations que nous avons tenues au printemps. Ces points tiennent compte des perspectives des différentes régions, des diverses communautés linguistiques et des différents groupes visant l'équité ou la souveraineté, et du point de vue global d'équité et d'inclusion qui doit éclairer toutes les initiatives du FMC.

Dans les prochains mois, l'équipe du FMC continuera d'analyser les informations, les expériences et les connaissances du marché que vous nous avez communiquées (comme vous l'avez souvent mentionné au printemps dernier, le diable est dans les détails). Nous consulterons d'autres groupes, comme les personnes sourdes et en situation de handicap et les communautés LGBTQ2S+.

Nous communiquerons avec les intervenants de l'industrie de nouveau à l'automne pour poursuivre nos conversations sur des thèmes précis qui doivent être approfondis et pour réfléchir aux priorités — celles qui correspondent le mieux au rôle singulier que le FMC joue au sein de l'écosystème et qui le renforcent.

Je vous remercie encore du temps que vous avez consacré à nos consultations, ainsi que des expériences et des renseignements que vous nous avez transmis. Je suis impatiente d'interagir de nouveau avec vous à l'automne.

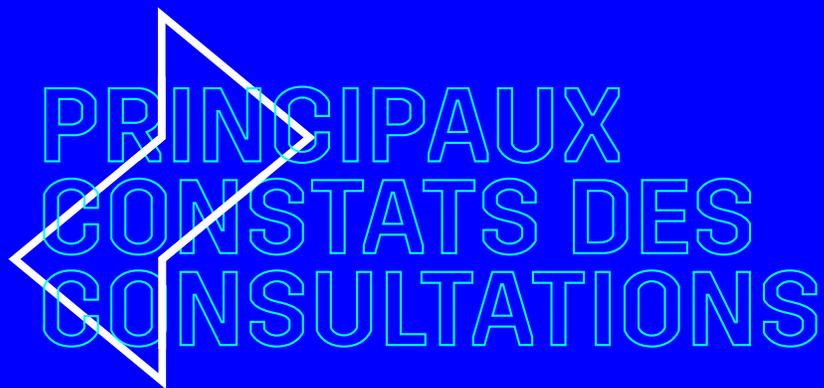
Valerie Creighton,
Présidente et chef de la direction,
Fonds des médias du Canada

GROUPES VISANT LA SOUVERAINETÉ

- Premières Nations
- Inuits
- Métis

GROUPES VISANT L'ÉQUITÉ

- Communautés racisées
- Communautés LGBTQ2S+
- Femmes
- Personnes sourdes et en situation de handicap
- Membres d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM)
- Régions



PRINCIPAUX CONSTATS DES CONSULTATIONS

- 1.** Diversifier les déclencheurs et les facteurs du marché : secteur linéaire
- 2.** Diversifier les facteurs du marché : secteur des MNI
- 3.** Augmenter l'aide à la production de contenu de MNI
- 4.** Augmenter l'aide au développement et au prototypage de PI aux premières étapes
- 5.** Explorer le soutien à d'autres genres
- 6.** Conserver, ou modifier, le critère des 10 points sur 10 sur l'échelle du BCPAC : secteur linéaire
- 7.** Simplifier les processus de demande du FMC
- 8.** Investir davantage dans les projets aux étapes de la production et de la mise en marché
- 9.** Revoir le modèle de récupération
- 10.** Mieux soutenir la conservation et la monétisation des PI canadiennes, ainsi que la juste répartition de leur valeur
- 11.** Explorer des options de soutien autres que le financement par projet
- 12.** Établir des partenariats pour la collecte et la diffusion de données et de renseignements sur le marché
- 13.** Tabler sur les partenariats pour renforcer et faire croître l'industrie
- 14.** Encourager une harmonisation accrue entre les organismes qui soutiennent l'industrie
- 15.** Réaliser des changements structurels permanents grâce à une perspective globale d'équité et d'inclusion

1. DIVERSIFIER LES DÉCLENCHEURS ET LES FACTEURS DU MARCHÉ : SECTEUR LINÉAIRE



La nécessité pour le FMC de mettre en place d'autres déclencheurs du marché en vue de soutenir et d'enrichir le portefeuille de PI linéaires canadiennes a fait l'objet de vastes discussions et d'un fort consensus. Bon nombre de créateurs, de producteurs et de distributeurs, ainsi que leurs associations respectives, nous ont dit que le modèle à déclencheur unique, axé sur les radiodiffuseurs canadiens, ne correspondait plus aux réalités du marché audiovisuel actuel, de plus en plus mondial. Les intervenants des communautés de Premières Nations, d'Inuits et de Métis, ainsi que des communautés noires et racisées ont maintes fois répété que l'unique déclencheur du radiodiffuseur dans le Volet convergent constituait un obstacle systémique à l'accès au financement.

Les participants ont exprimé leurs idées quant aux nouveaux déclencheurs potentiels. Ils ont également partagé leurs réflexions sur les mesures à prendre en considération pour maximiser les avantages pour les intervenants canadiens. Une liste est fournie dans l'encadré latéral. En ce qui concerne les premières étapes de financement (prédéveloppement et développement), bon nombre de créateurs, de producteurs, d'associations, de syndicats et de guildes ayant contribué aux consultations se sont dits favorables à une démarche sans déclencheur offrant un accès direct au financement aux scénaristes, aux réalisateurs ou aux producteurs.

EXEMPLES DE NOUVEAUX DÉCLENCHEURS SUGGÉRÉS PAR LES PARTICIPANTS

- Distributeurs canadiens
- Services canadiens de diffusion en continu non associés à un radiodiffuseur
- Agrégateurs de contenu canadiens
- Entreprises et investisseurs privés canadiens
- Secteur de l'éducation
- Partenaires étrangers (radiodiffuseurs, distributeurs, services de diffusion en continu)
- Marques
- Financement participatif
- Soutien communautaire
- Feuilles de route et réalisations antérieures

ACCÈS SANS DÉCLENCHEUR À L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT

- pour les scénaristes, les réalisateurs et les producteurs

CONDITIONS OU MESURES À ENVISAGER

- Le contenu doit être mis à la disposition des Canadiennes et des Canadiens
- Conservation et monétisation des PI
- Encourager ou obliger les déclencheurs à contribuer au développement ou à la production de contenu
- Partage des revenus
- Particularités des marchés linguistiques canadiens

1. DIVERSIFIER LES DÉCLENCHEURS ET LES FACTEURS DU MARCHÉ : SECTEUR LINÉAIRE



Les radiodiffuseurs canadiens ont exprimé leur point de vue sur le rôle qu'ils continuent de jouer à titre de partenaires dans la création et la distribution des PI canadiennes, la promotion de la culture et des talents d'ici, ainsi que l'interaction avec les auditoires du pays. Ils ont parlé des incidences de la concurrence accrue des plateformes étrangères sur leur capacité à s'associer avec des producteurs canadiens indépendants (par exemple, devis de production à la hausse, capacité concurrentielle en ce qui a trait aux droits de diffusion). Ils ont proposé de nouvelles avenues à envisager quant à la façon d'encourager les partenariats entre les producteurs et les radiodiffuseurs pour soutenir le contenu et les talents d'ici.

Les petits radiodiffuseurs qui s'adressent principalement aux communautés autochtones, racisées, LGBTQ2S+ ou de langue officielle en situation minoritaire et ceux qui sont dotés d'un mandat culturel ou éducatif ont abordé les difficultés particulières auxquelles ils se butent au sein du modèle actuel. Plusieurs ont fait remarquer le rôle important que le Programme des enveloppes de rendement du FMC joue dans le soutien à leurs émissions canadiennes et la satisfaction de leurs conditions de licence du CRTC. Plusieurs ont mentionné qu'ils avaient de la difficulté à faire augmenter leur enveloppe du FMC. En tant que radiodiffuseurs canadiens, ils constituent possiblement des « déclencheurs » admissibles, mais les facteurs de rendement utilisés dans le calcul des enveloppes ne tiennent pas adéquatement compte de leur rôle particulier.

Les créateurs, les producteurs, les distributeurs et plusieurs radiodiffuseurs sont largement d'avis que le FMC doit envisager de diversifier les facteurs du marché dans l'allocation du financement. Pour soutenir et enrichir le portefeuille de PI canadiennes et atteindre nos objectifs culturels et économiques, il est crucial de diversifier tant les déclencheurs que les facteurs du marché. À l'égard des objectifs économiques, certains participants ont suggéré qu'un accent accru sur l'appréciation de la valeur commerciale des PI aux premières étapes permettrait de mieux soutenir l'évaluation de leur potentiel sur le marché. Au chapitre des objectifs culturels, de nombreux intervenants, notamment des communautés autochtones, noires, racisées et de langue officielle en situation minoritaire, ont indiqué qu'il fallait reconnaître et récompenser d'autres dimensions du succès (par exemple, valeur et retombées sur le plan culturel et social, interaction avec les communautés et les auditoires sous-représentés, réalisations qui ne sont pas officiellement reconnues dans les génériques).

DÉMARCHES RECOMMANDÉES PAR LES RADIODIFFUSEURS POUR FAVORISER DE NOUVELLES COLLABORATIONS AVEC LES PRODUCTEURS :

- Accroître la flexibilité quant aux exigences seuil en matière de droits de diffusion;
- Encourager les partenariats en matière de coacquisition de droits de diffusion entre plusieurs radiodiffuseurs, en particulier les partenariats visant à soutenir le contenu des groupes visant l'équité ou la souveraineté;
- Favoriser les partenariats axés sur l'exportation entre des producteurs indépendants et des radiodiffuseurs;
- Encourager les partenariats entre des radiodiffuseurs canadiens et étrangers.

Les radiodiffuseurs ont également exprimé leurs perspectives sur d'autres thèmes d'importance abordés dans le présent rapport, notamment les genres soutenus (point n° 5), la répartition équitable de la valeur des PI (n° 10) et les initiatives d'équité et d'inclusion (par exemple, il faut davantage de financement pour le contenu de la diversité linguistique) (n° 15). Ces perspectives sont indiquées dans les sections qui suivent.

2. DIVERSIFIER LES FACTEURS DU MARCHÉ : SECTEUR DES MNI



Les intervenants de l'industrie des MNI ont également mentionné que le FMC devait diversifier les facteurs du marché dans l'allocation du financement. Puisqu'il n'y a pas de mécanisme de déclencheur du marché dans le Volet expérimental, ce sont les facteurs du marché qui éclairent la démarche de sélection et les processus décisionnels.

Les participants ont parlé de la variété, de la complexité et de la nature évolutive des produits, des marchés et des modèles d'affaires dans l'industrie des MNI. Certains secteurs, comme le jeu vidéo, sont plus matures que d'autres, comme les expériences immersives ou in situ, qui sont en émergence et dont les modèles de commercialisation ne sont pas encore bien définis. Les intervenants ont fourni différentes visions quant aux démarches de sélection qui devraient guider l'allocation du financement. Certains ont insisté sur l'importance de l'innovation, d'autres, sur le marché et les auditoires. Plusieurs participants, notamment des représentants d'association de l'industrie des MNI, ont fait remarquer qu'il fallait adapter les facteurs de sélection et choisir les jurys en fonction de chaque catégorie de produits. Par exemple, les MNI qui ne sont pas des jeux ne devraient pas être évalués d'un point de vue de jeu.

La nécessité de mieux reconnaître et récompenser les objectifs culturels au sein des facteurs de marché du FMC a aussi été soulevée dans les mémoires et les suggestions des intervenants du secteur des MNI. La « R et D culturelle » a été proposée comme domaine dans lequel le FMC pourrait jouer un rôle particulier et apporter la plus grande valeur ajoutée à l'écosystème canadien des MNI. L'innovation en narration (plutôt qu'en technologie) a également été mentionnée dans la liste des rôles particuliers du FMC et des domaines essentiels de soutien; elle est probablement désavantagée dans les programmes actuels. Les groupes visant l'équité ou la souveraineté ont également souligné l'importance de prendre en compte les dimensions culturelles et sociales, y compris les contributions à l'essor de la relève et des talents de la diversité.

3. AUGMENTER L'AIDE À LA PRODUCTION DE CONTENU DE MNI



Des représentants d'associations, des créateurs et des intervenants de l'industrie ont parlé de l'incroyable innovation et du potentiel de croissance de l'industrie canadienne des MNI. Les commentaires et les mémoires représentent bien la grande palette de projets de MNI sur lesquels les créateurs de contenu travaillent, dans une grande variété de médias et de formats (réalité virtuelle et augmentée, jeu vidéo, contenus hybrides, expériences in situ, etc.), et qui ciblent un vaste éventail d'auditoires et de marchés ici et à l'étranger (y compris les auditoires sous-représentés et les marchés institutionnels, comme le secteur de l'éducation). Ces commentaires et ces mémoires font aussi écho à la nécessité de soutenir à la fois le « contenu » (la narration créative interactive) et le « contenant » (la technologie habilitante) au sein de ce qui est essentiellement une « industrie techno-créative », comme l'a appelée une participante.

On nous a dit que le FMC devait soutenir davantage cette variété de projets dans l'avenir. On nous a aussi dit qu'il fallait *accroître le nombre de projets soutenus* dans les années à venir. Les participants nous ont fait part de leurs difficultés à obtenir du financement dans un secteur où les investissements élevés en R et D, le développement continu de « PI vivantes » et les niveaux élevés de risque sont souvent la norme. Ils ont également abordé le problème chronique de l'excédent de demandes dans le Volet expérimental, certains affirmant même que cette situation les décourageait de présenter une demande au FMC.

Les associations de médias interactifs provinciales et territoriales ont proposé un modèle de financement des MNI en trois volets : a) financement de l'innovation destiné aux créateurs et aux entreprises émergentes pour soutenir les premiers projets et les projets à risques élevés; b) financement d'enveloppes de projets (*slates*) destiné aux sociétés déjà actives sur le marché, pour soutenir les deuxièmes projets ou des projets subséquents; et c) financement destiné à la distribution pour soutenir la commercialisation.

LARGE EXCÉDENT DE LA DEMANDE DANS LE VOLET EXPÉRIMENTAL

Le problème de l'excédent des demandes de financement de projets de MNI s'est accru au cours des trois dernières années (dans les programmes de prototypage, d'innovation et pour les projets commerciaux), passant de 200 % en 2018-2019 à 285 % en 2020-2021.

4. AUGMENTER L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT ET AU PROTOTYPAGE DE PI AUX PREMIÈRES ÉTAPES



La nécessité d'accroître le financement aux premières étapes (idéation/conceptualisation, prédéveloppement, développement et prototypage) pour soutenir et enrichir le portefeuille de PI canadiennes linéaires et de MNI a fait consensus. Le rôle crucial du financement aux premières étapes et les difficultés auxquelles les intervenants se butent à cet égard ont été maintes fois abordés dans les 17 rencontres virtuelles et dans les mémoires et réponses écrites d'associations, de syndicats, de guildes, de créateurs et de professionnels.

La Writers Guild of Canada et la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) ont souligné que le développement de concepts et de scénarios constituait l'étape de « R et D » de la création de contenu cinématographique et télévisuel, mais qu'il s'agissait d'un travail précaire pour les scénaristes canadiens. Dans nos assemblées, les créateurs de contenu ont parlé de la nécessité d'accroître l'aide au développement aux premières étapes, dans le secteur du contenu linéaire et celui des MNI. Les créateurs de la relève et les intervenants des communautés autochtones, noires et racisées ont également signalé qu'il était crucial de renforcer le soutien aux premières étapes. Les participants ont fait remarquer que le développement était un processus à risques élevés, puisque bon nombre de projets ne passent jamais à l'étape de la production. Compte tenu de ce niveau élevé d'incertitude, certains ont mentionné que l'aide destinée à trouver des voies vers la production constitue une dimension complémentaire importante à considérer.

Si nous avons entendu que, dans l'ensemble, il était nécessaire de faire croître le financement aux premières étapes, nous avons aussi pris note des points de vue quant à la façon de considérer l'accès à ce financement et son allocation. Ces perspectives sont mentionnées dans les points n° 1 (accès sans déclencheur) et n° 11 (modes de financement fondé sur des enveloppes de projets).

5. EXPLORER LE SOUTIEN À D'AUTRES GENRES



À l'heure actuelle, le FMC finance le contenu linéaire dans quatre genres, conformément à l'entente de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien : dramatiques, documentaires, enfants et jeunes, ainsi que variétés et arts de la scène. Le FMC finance aussi une grande variété de contenus médiatiques et d'applications logicielles dans le secteur des MNI. Comme il en est question dans le point n° 3, le FMC doit poursuivre et accroître son soutien à un vaste éventail de projets de MNI dans les années à venir.

De nombreux commentaires de participants du secteur linéaire ont souligné qu'il était important de continuer de soutenir les quatre genres et de faire augmenter le financement offert à ces genres. Ce besoin a aussi été exprimé dans les opinions et les plans de production communiqués par les créateurs de contenu dans leurs réponses écrites et dans les séances virtuelles. Des créateurs autochtones ont fourni des exemples de difficultés avec lesquelles ils doivent composer pour obtenir du financement pour les documentaires et les dramatiques, par exemple. Les associations du Québec ont fait état de l'important sous-financement du contenu de langue française dans les quatre genres et d'enjeux à régler dans le secteur de l'animation de la province.

Plusieurs participants des secteurs de la production, de la distribution et de la radiodiffusion ont parlé de la possibilité de soutenir la création de PI canadiennes originales dans d'autres genres très populaires, comme les formats et les émissions dans les genres de la télé-réalité, des modes de vie (*lifestyle*) et des jeux télévisés. De nombreux participants des communautés racisées ont indiqué que la possibilité de produire des émissions factuelles ou portant sur des modes de vie ferait augmenter leurs chances d'obtenir un déclencheur de radiodiffuseur. D'autres participants ont mis en garde contre l'éventuelle réduction du soutien dans les quatre genres actuels.

6. CONSERVER, OU MODIFIER, LE CRITÈRE DES 10 POINTS SUR 10 SUR L'ÉCHELLE DU BCPAC : SECTEUR LINÉAIRE



Si la nécessité pour le FMC de continuer de se concentrer sur le contenu créé par des Canadiennes et des Canadiens faisait largement consensus, les opinions des intervenants du secteur linéaire sur le maintien ou la modification des exigences relatives aux postes créatifs clés variaient. À l'heure actuelle, seuls les projets qui obtiennent une note de 10/10 sur l'échelle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) sont admissibles au financement du FMC attribué au contenu télévisuel linéaire, moyennant certaines exceptions¹.

Les représentants des syndicats et des guildes ont fait valoir que l'exigence de la note de 10/10 était fondamentale pour assurer la santé de l'industrie et la conservation des talents canadiens. Plusieurs producteurs et radiodiffuseurs ont exprimé un point de vue similaire. D'autres ont suggéré d'envisager d'accroître la marge de manœuvre ou de prévoir des exceptions pour accroître les occasions de partenariat et de cofinancement et enrichir le portefeuille de PI canadiennes. Le modèle du Royaume-Uni en ce qui a trait au contenu britannique a été mentionné par plusieurs comme possibilité de modèle à considérer.

Des représentants des communautés racisées ont proposé d'accroître la flexibilité à l'égard de l'échelle de 10/10, en particulier en ce qui concerne les interprètes, afin qu'ils puissent travailler plus facilement avec des créateurs racisés aux États-Unis et dans d'autres pays de l'hémisphère Sud avec lesquels il n'y a pas de traité de coproduction ou pour des projets dont les devis sont trop faibles pour déclencher une coproduction.

¹Réalisateur (2 points), scénariste (2 points), premier et deuxième interprète principal (interprète ou voix) (1 point chacun), décorateur (1 point), directeur de la photographie (1 point), compositeur de la musique (1 point), monteur de l'image (1 point). Certaines exceptions s'appliquent.

Voir crtc.gc.ca/fra/cancon/c_cdn.htm
cmf-fmc.ca/fr/document/annexe-a-definITIONS-et-exigences-fondamentales/

7. SIMPLIFIER LES PROCESSUS DE DEMANDE DU FMC



Beaucoup de commentaires ont été exprimés sur la nécessité d'alléger et de simplifier les processus de demandes, et la question fait consensus. Les intervenants ont fait remarquer que les processus actuels étaient complexes et coûteux, et qu'ils en dissuadent beaucoup, en particulier les petites sociétés, les nouveaux requérants et les intervenants des groupes visant l'équité ou la souveraineté. En outre, la simplification des processus réduirait les obstacles à l'entrée et offrirait un accès équitable à un éventail accru d'une diversité de requérants.

Certains ont suggéré que le FMC fournisse aussi des services de soutien administratifs au moment de la préparation de la demande, en particulier aux nouveaux requérants, aux petites sociétés et aux requérants de groupes visant l'équité ou la souveraineté, dans le but de promouvoir l'accès équitable. D'autres ont demandé que le FMC finance l'aide aux entreprises assurée par d'autres entités (par exemple, les associations) par le truchement de l'aide au développement sectoriel.

Les participants du milieu des créateurs de contenu émergents ont suggéré que le FMC envisage de rendre admissibles les demandes de créateurs organisés selon d'autres types de structures, comme des collectifs ou des coopératives, ce qui permettrait également d'accroître l'accès.

Les participants ont en outre mentionné des possibilités d'optimisation et d'harmonisation des processus après la demande. Ces commentaires sont résumés dans le point n° 14.

TISSER DES LIENS EN AMONT POUR ENCOURAGER LES NOUVEAUX REQUÉRANTS

« Je pense au FMC en dernier. »

« Faites-vous mieux connaître. »

Dans les commentaires et les mémoires écrits, certains participants ont confié que le FMC devrait prendre davantage d'initiative pour se faire connaître aux nouveaux requérants potentiels et aux créateurs de la relève, pour les informer de l'aide dont ils pourraient bénéficier et pour « démystifier le processus ».

Le maillage en amont permettrait par ailleurs de réduire les obstacles à l'entrée et de favoriser l'accroissement du nombre et de la diversité de requérants.

8. INVESTIR DAVANTAGE DANS LES PROJETS AUX ÉTAPES DE LA PRODUCTION ET DE LA MISE EN MARCHÉ



De nombreux participants des secteurs du contenu linéaire et de MNI (créateurs, producteurs, associations, distributeurs, radiodiffuseurs) nous ont dit qu'il fallait investir davantage dans les projets individuels.

En production, les intervenants ont mentionné plusieurs facteurs qui justifient le besoin d'accroître les contributions par projet, précisant qu'il fallait à la fois corriger les déséquilibres actuels et faire augmenter la valeur des productions :

- Il faut hausser le financement de projets en production afin que d'autres catégories de fonds soient utilisées aux bonnes fins, comme les honoraires du producteur (plusieurs ont signalé devoir réinjecter leurs honoraires dans la production) et les crédits d'impôt (nécessaires au réinvestissement et à la capitalisation, abordés plus en détail dans le point n° 14).
- Outre la nécessité de remédier aux pressions sur la rémunération et la capitalisation des entreprises, il est crucial d'augmenter les investissements en production pour stimuler la valeur des productions et soutenir des PI canadiennes concurrentielles et attrayantes pour les auditoires d'ici et d'ailleurs.

Plusieurs participants ont également signalé que la hausse des contributions du FMC aux structures financières favoriserait la conservation des PI en mains canadiennes (voir à ce sujet le point n° 10).

Rapportant des difficultés propres à la production au Québec, l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) a proposé de réexaminer la répartition du financement entre les marchés de langue française (un tiers) et de langue anglaise (deux tiers) actuellement prescrite par le gouvernement. Elle suggère de faire passer le pourcentage de fonds octroyé au contenu de langue française à 40 %, en particulier dans les genres coûteux, comme les séries dramatiques.

8. INVESTIR DAVANTAGE DANS LES PROJETS AUX ÉTAPES DE LA PRODUCTION ET DE LA MISE EN MARCHÉ



En mise en marché, les intervenants des secteurs du contenu linéaire et de MNI ont parlé de la hausse de la complexité et des coûts liés à la mise en marché et à la commercialisation de leurs projets (par exemple, outils de mise en marché, études de marché, développement des auditoires et des communautés, initiatives d'autodistribution, activités de découvrabilité, déplacements d'affaire). Les commentaires entendus faisaient écho à la nécessité d'accroître l'aide à la mise en marché, ainsi que de permettre et de soutenir les initiatives de mise en marché plus tôt dans le cycle de vie d'un projet. Certains ont indiqué qu'il fallait prendre garde à ne pas augmenter les investissements en mise en marché aux dépens des dépenses de production, répétant la nécessité d'accroître le financement des projets aux deux étapes. Les producteurs de groupes racisés, en particulier, ont mentionné qu'il était important de consacrer des fonds à la fidélisation de la communauté, à la commercialisation spécialisée et aux campagnes d'impact afin de trouver leurs auditoires et d'atteindre leurs objectifs de représentation des récits provenant de leurs communautés.

En plus de la hausse des investissements en production et en mise en marché, les participants ont précisé qu'il était crucial d'accroître la flexibilité quant à l'utilisation de ce financement, selon différentes perspectives (dépenses admissibles, critères, plafonds, etc.).

En ce qui a trait à la mise en marché et à la commercialisation, les participants ont aussi souligné qu'il était essentiel d'élargir les mécanismes et les initiatives sectoriels de soutien aux entreprises et à l'industrie dans son ensemble. Ces réflexions sont précisées dans les points n° 11 et n° 13.

FAIRE CROÎTRE LES INITIATIVES DE COFINANCEMENT DE PROJETS FONDÉS SUR DES PARTENARIATS

Certains participants ont commenté les possibles partenariats de cofinancement à envisager, à l'image d'initiatives antérieures du FMC (mesures incitatives de cofinancement avec des organismes étrangers, d'autres bailleurs de fonds ou des distributeurs au Canada). Ces partenariats permettent aux bailleurs de fonds de mettre en commun leurs ressources et d'offrir des contributions plus importantes aux projets. Parmi les suggestions, mentionnons les partenariats avec des investisseurs du secteur privé pour la production de jeux vidéo et de nouvelles mesures incitatives internationales, lesquelles facilitent la coproduction.

9. REVOIR LE MODÈLE DE RÉCUPÉRATION



Bon nombre de participants et d'associations des secteurs du contenu linéaire et de MNI ont fait remarquer que le FMC devrait revoir sa méthode de récupération. Les intervenants ont expliqué que la diminution des exigences de récupération du FMC permettrait aux producteurs et aux développeurs d'obtenir un financement accru pour leurs projets de la part des investisseurs privés et d'autres sources.

Les participants ont offert des points de vue variés sur les PI et les intervenants qui pourraient bénéficier du changement de méthode. Certains ont signalé que le changement permettrait d'attirer des projets au potentiel commercial élevé. Beaucoup d'autres ont indiqué que la réduction de la récupération favoriserait les petites entreprises, les nouveaux requérants et ceux qui se butent à des obstacles structurels. Certains ont suggéré d'envisager la mise en place d'un modèle de soutien par palier (adaptation des instruments financiers et des exigences aux réalités des différents groupes de clients en fonction de leur taille, de leur maturité ou des obstacles structurels avec lesquels ils doivent composer). Dans les discussions et les mémoires, il a été souligné qu'il était nécessaire de considérer les situations où il ne devrait pas y avoir de récupération du tout.

Certains entrepreneurs du secteur des MNI ont fait une distinction entre la récupération et le partage des profits dans le cadre du Volet expérimental. Selon ces intervenants, la récupération fonctionne puisque la somme à récupérer est plafonnée. Le partage des revenus devrait, quant à lui, être éliminé, car il s'étend sur sept ans sans plafond, ce qui est considéré comme un fardeau important dans une industrie des MNI où les contextes d'affaires évoluent très rapidement.

EXEMPLE DE LA FAÇON DONT UNE NOUVELLE MÉTHODE DE RÉCUPÉRATION STIMULERAIT LES INVESTISSEMENTS PRIVÉS

Les intervenants des communautés noires et racisées ont fait remarquer qu'un financement aux conditions plus souples et une diminution du rang du FMC dans l'ordre de récupération faciliteraient les partenariats avec d'autres investisseurs, y compris dans d'autres pays comme les États-Unis, qui pourraient récupérer leurs investissements en premier.

10. MIEUX SOUTENIR LA CONSERVATION ET LA MONÉTISATION DES PI CANADIENNES, AINSI QUE LA JUSTE RÉPARTITION DE LEUR VALEUR



Dans les discussions et les réponses écrites, il a été maintes fois mentionné qu'il était indispensable que le FMC soit plus proactif dans la protection des PI canadiennes et de leur conservation en mains canadiennes.

Bien que les impacts de la révolution numérique et de l'internationalisation se manifestent différemment dans les secteurs du contenu linéaire et de MNI (par exemple, acquisition fréquente de l'ensemble des droits d'exploitation des contenus télévisuels et cinématographiques par les grandes plateformes internationales, rachat d'entreprises de MNI canadiennes par des sociétés étrangères), les perspectives des participants quant aux avantages du maintien de la PI en mains canadiennes convergent en grande partie :

- Le maintien de la PI permet aux sociétés canadiennes de constituer leur portefeuille de PI, de générer des sources de revenus, d'accroître leur capitalisation et de grandir.
- Il veille à ce que les retombées économiques retournent aux intervenants canadiens et à l'industrie d'ici.

Les participants ont fait remarquer que la conservation *de la valeur* des PI, au-delà du droit d'auteur, constituait une dimension importante à considérer dans la mise en place de mesures de protection du contrôle canadien des PI. La nécessité d'encourager la répartition juste et équitable de cette valeur a également été soulevée dans bon nombre de discussions :

- La juste répartition tout au long de la chaîne de valeur canadienne (scénaristes et créateurs, producteurs, distributeurs, radiodiffuseurs/plateformes);
- La juste répartition pour les intervenants de groupes visant l'équité ou la souveraineté. Ces derniers se butent à des obstacles systémiques et des pressions structurelles accrues les amenant souvent à devoir céder leurs droits (par exemple, à une société canadienne plus établie)².

²Des intervenants de groupes visant l'équité ont confié que les pressions les incitant à céder leurs droits étaient également présentes dans les relations de mentorat et de formation, et qu'il fallait mettre en place des mesures de protection pour veiller à ce que les mentorés conservent leurs droits sur les PI lorsqu'ils participent à des programmes de mentorat.

10. MIEUX SOUTENIR LA CONSERVATION ET LA MONÉTISATION DES PI CANADIENNES, AINSI QUE LA JUSTE RÉPARTITION DE LEUR VALEUR



Les participants ont attiré l'attention sur divers mécanismes qui pourraient contribuer à favoriser la conservation et la répartition équitable de la valeur des PI :

- Critères et exigences dans les Principes directeurs;
- Code de pratique adopté à l'échelle de l'industrie;
- Participation des distributeurs à titre de déclencheurs du financement (mise à profit de leur expertise en matière de négociation territoriale des droits et de maximisation des revenus);
- Initiatives destinées aux groupes qui se butent à des obstacles systémiques pour veiller à ce que les avantages reviennent à leurs communautés (par exemple, fonds destinés aux producteurs autochtones afin qu'ils acquièrent les droits d'adaptation de PI autochtones).

11. EXPLORER DES OPTIONS DE SOUTIEN AUTRES QUE LE FINANCEMENT PAR PROJET



Les commentaires ont fait écho à un intérêt général relativement à l'exploration d'options de soutien autres que le modèle de financement actuel par projet, dans le secteur du contenu linéaire et celui des MNI. Un grand nombre de participants ont fait mention de la flexibilité et de l'efficacité de la prestation du Fonds de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19, indiquant qu'il fallait s'inspirer de ce modèle. Ils ont toutefois cité d'importants facteurs et nuances à prendre en considération.

Les discussions ont porté sur le financement de PI (financement octroyé à plusieurs projets de PI ou financement d'enveloppes de projets) et le financement d'entreprises (dépenses non liées à des projets de PI précis, notamment l'exploitation et l'administration, le développement commercial, les affaires juridiques, etc.). Il a été dit des deux types qu'ils permettraient de soutenir le renforcement et la croissance des entreprises. En ce qui concerne le financement d'entreprises, les groupes visant l'équité ou la souveraineté, en particulier, ont mentionné que le perfectionnement de la main-d'œuvre et l'engagement communautaire constituaient deux domaines dans lesquels leurs entreprises « propulsaient » l'ensemble de l'industrie, comme l'a dit une participante, étant donné les ressources et les efforts considérables qu'elles investissaient pour faire participer et nourrir les talents, les communautés et les régions sous-représentés.

DÉMARCHES ABORDÉES PENDANT LES CONSULTATIONS

FINANCEMENT DE PI	FINANCEMENT D'ENTREPRISES
<ul style="list-style-type: none">• Par projet (<i>modèle actuel</i>)• Financement d'enveloppes de projets : premières étapes (développement/prototypage)• Financement d'enveloppes de projets : production	<ul style="list-style-type: none">• Financement octroyé pour des « projets d'entreprise » précis• Financement opérationnel

11. EXPLORER DES OPTIONS DE SOUTIEN AUTRES QUE LE FINANCEMENT PAR PROJET



Le financement d'enveloppes de PI aux premières étapes (idéation/conceptualisation, prédéveloppement, développement, prototypage) constitue la mesure la plus recommandée dans toutes les séances de consultation et toutes les réponses écrites de la part des créateurs, des producteurs, des développeurs, des associations de l'industrie, des organismes de financement et des distributeurs. Plusieurs participants ont parlé d'une initiative menée en Colombie-Britannique (le Slate Development Fund de Creative BC), qui a eu des retombées positives sur la croissance des entreprises. Certains ont précisé qu'il faudrait faire particulièrement attention à ce que ce financement soit accessible à un vaste bassin d'entreprises.

Dans les discussions et les mémoires, l'accès à des services de soutien aux entreprises et le financement de « projets d'entreprise » sont des thèmes qui sont revenus fréquemment. À ce sujet, voir l'encadré ci-dessous.

Les commentaires recueillis indiquent qu'une approche plus nuancée serait souhaitable en ce qui concerne le financement d'enveloppes de PI en production et le financement opérationnel aux entreprises. Certains ont indiqué qu'il était crucial de trouver l'équilibre approprié, ainsi que d'établir des priorités en matière de financement et de budget. L'opinion la plus partagée par tous les groupes consultés voulait que, si le FMC mettait en place du soutien opérationnel aux entreprises, la priorité soit accordée aux groupes visant l'équité ou la souveraineté, aux régions sous-représentées, aux petites entreprises et aux entreprises émergentes.

D'autres facteurs à considérer ont été mentionnés pendant les consultations (voir l'encadré latéral), ce qui montre bien la complexité de ces modes de financement.

EXEMPLES DE FACTEURS À CONSIDÉRER EN CE QUI A TRAIT AU FINANCEMENT D'ENVELOPPES DE PI ET AU FINANCEMENT D'ENTREPRISES

- Mettre en place des mesures pour éviter de susciter ou de renforcer la discrimination, les hiérarchies ou les traitements de faveur.
- Permettre et soutenir l'engagement communautaire, ainsi que le perfectionnement et la conservation de la main-d'œuvre (par exemple, le débauchage des talents des petites entreprises).
- S'assurer que les entreprises émergentes ne soient pas désavantagées par la petite taille de leurs enveloppes de projets.
- Veiller à ce que les avantages du financement d'entreprises aient des retombées sur les créateurs (ce n'était pas nécessairement le cas du Fonds de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19).
- Assurer un accès équitable dans les régions.
- Il est possible qu'il y ait un manque d'harmonisation en matière d'admissibilité avec les autres programmes ou les autres organismes de financement.
- Financement d'entreprises versé à des entreprises menant de multiples activités commerciales, y compris des activités non admissibles.
- Il est possible que ces types de financement exigent beaucoup de travail et fassent augmenter les pressions administratives.

11. EXPLORER DES OPTIONS DE SOUTIEN AUTRES QUE LE FINANCEMENT PAR PROJET



ACCÈS À DES SERVICES DE SOUTIEN AUX ENTREPRISES

Dans les discussions et les réponses écrites, il a beaucoup été question du besoin, pour les entreprises des secteurs du contenu linéaire et de MNI, d'avoir accès à de l'aide externe pour soutenir leur pérennité et leur croissance, en particulier en développement des affaires et de marchés, en mise en marché et en commercialisation, et en perfectionnement des compétences (voir la liste). Les petites entreprises et les entreprises émergentes, en particulier, ont fait remarquer qu'il était fréquent qu'elles n'aient pas les capacités à l'interne pour soutenir pleinement ces activités ni les ressources financières pour recruter un spécialiste. Les participants ont également dit qu'il fallait augmenter les fonds de déplacements à des fins de développement commercial.

Les commentaires indiquent que le FMC pourrait jouer un rôle à cet égard, soit en offrant des services de soutien aux entreprises en nature ou en réservant des fonds destinés à des « projets d'entreprise ».

Outre le soutien direct du FMC à des entreprises, les participants ont mentionné que l'aide aux entreprises pourrait être fournie par le truchement de ressources partagées ou à libre accès, des partenariats avec des organismes de l'industrie, des initiatives groupées offertes à des bassins de clients du FMC et des initiatives à l'échelle du secteur (voir les points n° 12 et n° 13).

Aide aux entreprises : exemples des besoins cités par les participants

- Financement à l'intégration à un programme d'incubateur ou d'accélérateur (par exemple, tabler sur le Programme de partenariat avec des accélérateurs du FMC).
- Financement pour assister à des événements de l'industrie ou effectuer des voyages de développement des affaires.
- Financement au mentorat et à l'amélioration des compétences (talents et personnel débutants et chevronnés).
- Recherche exploratoire sur les marchés, les auditoires et les nouvelles activités commerciales pour l'entreprise.
- Services en nature fournis à l'entreprise : mise en marché, développement des affaires (faciliter l'accès à des partenaires, des investisseurs, des éditeurs, des acheteurs, etc.)

12. ÉTABLIR DES PARTENARIATS POUR LA COLLECTE ET LA DIFFUSION DE DONNÉES ET DE RENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ



Les données et les renseignements sur le marché ont souvent été mentionnés dans les mémoires et les discussions avec des intervenants des secteurs du contenu linéaire et de MNI. Les participants ont souligné les lacunes à combler dans plusieurs domaines.

En ce qui a trait à la situation de l'industrie au Canada (par exemple, emploi, production, financement), les commentaires signalent des lacunes importantes en ce qui a trait aux données, à la recherche et aux renseignements sur les groupes visant l'équité ou la souveraineté, notamment, y compris le personnel derrière les caméras. Il est essentiel d'élargir les ensembles de données nationaux pour représenter la situation de tous les groupes de l'industrie (femmes, régions, personnes sourdes et en situation de handicap, communautés autochtones, noires, racisées, de langue officielle en situation minoritaire et LGBTQ2S+, en tenant compte de l'intersectionnalité), y compris les ensembles de données du FMC sur les projets et les intervenants de l'industrie qu'il finance et soutient.

Dans leurs contributions, les participants ont également indiqué que l'industrie devait travailler en collaboration sur des outils communs (par exemple, bases de données de talents issus de groupes visant l'équité ou la souveraineté, guide sur l'inclusion et la représentation positive de personnes en situation de handicap dans les médias).

Les participants ont mentionné qu'ils avaient besoin d'études et de renseignements sur les marchés et la demande au Canada et ailleurs ou, pour citer l'un d'eux, « de conseils au sujet de ce que le marché veut ». Ils ont cité bon nombre de domaines dans lesquels les lacunes en matière de connaissances pourraient être comblées (par exemple, panorama des acheteurs de contenu, modèles d'affaires émergents pour les nouveaux formats de MNI, modèles de distribution alternatifs, tendances relatives à la demande mondiale de contenu provenant de créateurs autochtones, noirs ou racisés). Par ailleurs, les participants ont fait état d'importantes lacunes en matière de connaissances sur la demande au Canada (notamment sur les auditoires des groupes racisés du pays).

Plusieurs participants ont de nouveau mis en évidence l'importance pour l'industrie de travailler en collaboration à l'aide d'outils communs (par exemple, un « service de données » à l'échelle de l'industrie ou un ensemble de « tableaux de bord de référence sur le marché »). Dans certains domaines, le FMC pourrait jouer un rôle de maître d'œuvre et, dans d'autres, de coordonnateur ou de partenaire de soutien.

- Les participants ont signalé que plus des trois quarts des revenus des jeux vidéo en Colombie-Britannique provenaient de l'extérieur du pays. Quelles sont les tendances de ces PI en matière de ventes ?
- Les intervenants des communautés noires et racisées ont mentionné que leurs contenus avaient des débouchés auprès des auditoires des États-Unis et des marchés africains de langue française, par exemple. Comment peuvent-ils saisir ces occasions ?

13. TABLEAU SUR LES PARTENARIATS POUR RENFORCER ET FAIRE CROÎTRE L'INDUSTRIE



Les données et les renseignements sont l'une des thématiques qui ont été abordées dans le cadre de larges discussions sur les différentes avenues à prendre pour faire croître la collaboration et les partenariats à l'appui de l'essor du secteur, y compris le rôle que le FMC peut jouer.

Les participants ont fourni de nombreux exemples d'initiatives de développement sectoriel et de modèles (voir le tableau ci-dessous pour avoir un aperçu des types d'activités qui ont fait l'objet de discussions). Ces contributions font état de trois dimensions principales des partenariats en matière de développement sectoriel :

- renforcement de l'infrastructure de l'industrie au Canada;
- relations avec le marché intérieur;
- relations avec les marchés étrangers.

Bien que les relations avec les marchés étrangers aient été le plus souvent citées comme domaine de partenariats en matière de développement sectoriel, chacune des trois dimensions a été soulevée dans les discussions et les mémoires. Il ressort notamment des commentaires que les lacunes et les besoins sont plus importants pour les groupes qui se butent à des difficultés structurelles ou à des obstacles systémiques (y compris les femmes, les régions et les intervenants des communautés autochtones, noires, racisées et de langue officielle en situation minoritaire) dans les trois dimensions. Il a été mentionné que, pour certains groupes (notamment les femmes et les communautés noires et racisées), les principaux organismes de soutien du secteur reposaient sur des bénévoles et n'avaient pas accès à du financement opérationnel, ce qui les place dans une précarité accrue. Il a été suggéré d'envisager d'offrir du financement opérationnel à ces organismes.

Toujours en ce qui concerne les partenariats en matière de développement sectoriel, les participants ont fait remarquer que les contributions devraient être attribuées en priorité à des responsables ou à des fournisseurs de service qui « font déjà le travail » (qui sont dotés de l'expertise appropriée et qui ont des liens avec les groupes d'intervenants concernés).

13. TABLER SUR LES PARTENARIATS POUR RENFORCER ET FAIRE CROÎTRE L'INDUSTRIE



EXEMPLES — PARTENARIATS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT SECTORIEL

Le tableau ci-dessous présente les domaines de partenariat, les types d'activités et des exemples de responsables ou fournisseurs de service dont les participants ont discuté.

DOMAINES DE SOUTIEN	ACTIVITÉS	RESPONSABLES ET FOURNISSEURS DE SERVICES
<p>Renforcement de l'infrastructure de l'industrie au Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfectionnement de la main-d'œuvre • Services et infrastructure communs • Mise au point de l'infrastructure d'équité, de diversité et d'inclusion (EDI) • Concertation et consultation <p>Relations avec le marché intérieur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement des affaires et établissement de partenariats • Sensibilisation du public <p>Relations avec les marchés étrangers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement des affaires et établissement de partenariats • Coproduction • Exportation • Diplomatie culturelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation, mentorat et stage • Ateliers sur l'EDI destinés à l'industrie • Salons professionnels • Ressources partagées en production pour les producteurs de MNI • Soutien opérationnel aux organismes de développement du secteur relatifs à l'EDI (femmes, intervenants noirs et racisés) • Projets et programmes d'aide à la famille • Établissement de ponts entre les secteurs de la production linéaire et de MNI • Partenariats entre des associations régionales et d'EDI ainsi que des organismes de financement nationaux (par exemple, programmes, processus de jurys) • Partenariat entre des radiodiffuseurs canadiens (par exemple, CBC-SRC et APTN) • Campagne de sensibilisation du public sur la valeur du secteur des MNI • Accès aux réseaux et aux partenaires d'affaires (coproducteurs, services de diffusion en continu, radiodiffuseurs, distributeurs, éditeurs, investisseurs) • Marchés, forums, expositions • Séances de présentations (<i>pitch</i>) • Compétitions • Accélérateur et mission à l'étranger pour les contenus des groupes visant l'équité ou la souveraineté • Regroupement de projets pour l'exportation (<i>bundling</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Associations de membres • Syndicats et guildes • Organismes communautaires • Festivals • Accélérateurs et incubateurs • Établissements d'enseignement • Bailleurs de fonds • Ministères et organismes gouvernementaux

14. ENCOURAGER UNE HARMONISATION ACCRUE ENTRE LES ORGANISMES QUI SOUTIENNENT L'INDUSTRIE



Les discussions sur le développement sectoriel ont notamment porté sur la façon dont les différents organismes de financement, y compris le FMC, pourraient s'associer et harmoniser les outils et les mécanismes de financement, afin de simplifier les processus de demande et de rapport, assurer la complémentarité des programmes de financement et améliorer l'efficacité.

Parmi les suggestions formulées, citons l'harmonisation des modèles de devis entre les organismes de financement, les rencontres de coordination régulières entre les organismes, la concertation accrue quant à la conception des programmes et les données ou indicateurs, et les partenariats d'organismes pour la prestation de programmes axés sur le marché international ou l'équité. L'importance d'adopter une perspective d'équité globale a été mentionnée, de même que la nécessité de tenir compte des différents points de vue et des besoins des régions, des communautés linguistiques et des groupes visant l'équité ou la souveraineté. Par exemple, il a été suggéré que l'accès aux organismes de financement nationaux dans l'Ouest pourrait être accru si ceux-ci ouvraient un bureau dans la région. Certains ont aussi évoqué les avantages que pourraient procurer une agence de soutien unique pour les industries de l'écran compte tenu de leur convergence (contenus développés de plus en plus fréquemment en vue d'une exploitation multiplateforme plutôt qu'en silos).

Un grand nombre de participants ont confié que deux éléments fondamentaux de l'infrastructure de financement du Canada — les crédits d'impôt et le financement intérimaire — étaient particulièrement problématiques. Reconnaisant que ni l'un ni l'autre n'était du ressort du FMC, ils ont néanmoins exhorté les bailleurs de fonds et les organismes de l'industrie à travailler de concert pour accélérer le versement des crédits d'impôt. Au sujet du financement intérimaire, les participants ont fait état de taux d'intérêt prohibitifs et d'obstacles à l'accès, en particulier pour les groupes visant l'équité ou la souveraineté. Certains ont proposé de réfléchir à une démarche de rechange au financement intérimaire (par exemple, un bailleur de fonds intérimaire public, soutenu par le gouvernement).

OPTIMISATION DES PROCESSUS QUI SATISFONT LE MIEUX AUX BESOINS DES REQUÉRANTS DU FMC

Les participants ont demandé une harmonisation accrue entre le FMC et les autres organismes de financement, mais ils ont aussi mentionné plusieurs domaines où le FMC pourrait optimiser ses propres processus. Ils ont souligné qu'il était nécessaire d'accroître la flexibilité relative à l'accès et au débours des fonds ainsi que des exigences de rapports, afin qu'ils correspondent davantage aux flux de travaux des projets. Parmi les exemples, citons l'acceptation de demandes en continu, des versements accrus plus tôt dans le processus, un calendrier de paiements plus progressif et la simplification des rapports itératifs.

15. RÉALISER DES CHANGEMENTS STRUCTURELS PERMANENTS GRÂCE À UNE PERSPECTIVE GLOBALE D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION



Des discussions approfondies ont eu lieu sur la nécessité pour le FMC de réfléchir consciencieusement à la façon dont le nouveau modèle de programme permettra de faire tomber les obstacles actuels à l'accès pour les groupes visant l'équité ou la souveraineté. Il est crucial que le nouveau modèle de programme, la démarche en matière de déclencheurs et les facteurs du marché n'empêchent pas ces communautés de développer et de produire leur contenu.

Les communautés noires, racisées et autochtones considèrent que les programmes destinés précisément à leurs communautés sont toujours nécessaires. Ces programmes offrent aux requérants un point d'accès et un pont vers les autres programmes du FMC, tout en permettant aux créateurs de conserver la propriété et le contrôle de leurs PI.

Comme il a été mentionné précédemment dans le présent rapport, ces communautés souhaitent aussi l'augmentation des investissements en développement (y compris aux premières étapes et le soutien au développement de marchés d'exportation pour obtenir du financement étranger) et en mise en marché (en particulier pour les campagnes d'impact et les activités de rayonnement), ainsi que pour soutenir le renforcement des infrastructures et les dépenses liées aux activités commerciales. En outre, les créateurs des groupes racisés ont mis en évidence le besoin d'accéder à des fonds pour produire du contenu en langues étrangères, au-delà du soutien actuellement versé par le truchement du Programme de diversité linguistique du FMC. Les créateurs autochtones ont fait état des limites du Programme autochtone actuel du FMC et des autres lacunes à combler (par exemple, soutien aux langues autochtones, difficulté particulière en production autochtone sur le marché de langue française, aide aux MNI autochtones, comme la narration immersive). Les créateurs autochtones et racisés qui travaillent au Québec et dans les régions excentrées ont mentionné qu'ils se butaient à des obstacles systémiques supplémentaires en matière de production, de financement et d'exploitation de leurs PI. Toutes les communautés ont demandé une amélioration de la représentation au sein des décideurs de l'industrie, ainsi que des hautes directions, des conseils d'administration et du personnel de toutes les institutions, y compris le FMC.

15. RÉALISER DES CHANGEMENTS STRUCTURELS PERMANENTS GRÂCE À UNE PERSPECTIVE GLOBALE D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION



Les groupes qui ont déjà accès au financement du FMC, notamment les femmes (par l'intermédiaire des initiatives de parité), ainsi que les communautés autochtones, régionales et de langue officielle en situation minoritaire, ont demandé un financement accru pour leurs créateurs et créatrices de contenu. Les participants ont également exprimé la nécessité de mener des analyses pour mieux comprendre comment soutenir l'intersectionnalité au sein de ces programmes dans l'avenir (par exemple, inclusion des créateurs racisés et des personnes non binaires ou trans).

Dans le nouveau modèle de programme et la collaboration avec le FMC, il est crucial d'envisager des mécanismes de soutien supplémentaires pour veiller à ce que les systèmes soient accessibles aux personnes sourdes et en situation de handicap (par exemple, portails de dépôt des demandes, modes de communication et d'information). Le FMC a piloté des conversations sur l'aide et les solutions à offrir aux femmes, aux groupes racisés et aux communautés autochtones. Il doit maintenant réfléchir à des mesures de soutien semblables pour les personnes sourdes et en situation de handicap au sein de l'industrie des écrans.

Les organismes qui soutiennent les groupes visant l'équité sont sous-financés et ont besoin de soutien pour poursuivre les activités de perfectionnement et de renforcement des capacités au sein de leurs communautés. Récemment, le FMC a versé des fonds à des organismes qui représentent les intervenants de groupes racisés, mais leur avenir est incertain s'ils ne reçoivent pas le financement de base pour leur permettre de traverser leurs premières années d'activité. Le FMC devrait nouer des partenariats avec ces entités et d'autres organismes pour favoriser la pérennité des changements. Enfin, le FMC doit continuer de recueillir des données pour suivre le débours des fonds et explorer des façons d'encourager d'autres parties prenantes (en particulier les radiodiffuseurs et les organismes de financement) à faire une place au contenu de ces communautés.



PROCHAINES ÉTAPES

Les commentaires, les mémoires et les réponses écrites reçus au cours de ces consultations ont fourni à l'équipe du FMC un éclairage indispensable sur la situation du secteur, les occasions à saisir, les difficultés à résoudre et le rôle que le FMC peut jouer, à titre de plus important organisme de financement du contenu du pays, pour aider l'industrie à se relever de la pandémie, à être inclusive et à croître.

Les grands constats exposés dans le présent rapport cibleront notre réflexion et nous guideront au cours des prochains mois dans l'élaboration d'un nouveau modèle de programme. Nous inviterons nos partenaires du ministère du Patrimoine canadien, qui ont participé aux séances virtuelles au printemps dernier pour entendre vos points de vue et vos recommandations, pour discuter des changements relatifs aux programmes dont l'industrie a besoin.

Nous communiquerons avec les intervenants de nouveau à l'automne pour discuter de questions précises qui doivent être étudiées davantage et pour communiquer de l'information sur la direction que notre nouveau modèle de programme prendra. Nous commencerons à apporter des changements au modèle de programme en 2022, et sa pleine mise en œuvre prendra au moins deux ans.

Comme toujours, nous sommes ouverts aux commentaires et aux idées pendant que nous façonnons l'avenir, ensemble.



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND