



CANADA
MEDIA FUND

FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

**PROGRAMME
D'INNOVATION ET
D'EXPÉRIMENTATION**
PRINCIPES DIRECTEURS
2026-2027

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
3.1.1	Admissibilité spécifique au Programme	5
3.2	PROJETS ADMISSIBLES	5
3.2.1	Innovation	5
3.2.2	Plans de distribution	6
3.2.3	Exigences diverses	6
4.	CONTRIBUTION DU FMC	7
4.1	MONTANT DE LA CONTRIBUTION	7
4.1.1	Contribution au Volet à budget réduit	7
4.1.2	Contribution au Volet principal	7
4.2	DÉPENSES ADMISSIBLES	7
5.	PROCESSUS DE DÉCISION	8
5.1	PROCESSUS D'ÉVALUATION ET DE DÉCISION	8
5.1.1	Grille d'évaluation du Volet à budget réduit	8
5.1.2	Grille d'évaluation du Volet principal	10

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 d'innovation et d'expérimentation, 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 d'innovation et d'expérimentation (le « **Programme** ») vise à financer des contenus de médias numériques interactifs canadiens à la fine pointe de l'innovation et de la technologie.

Le projet qui fait l'objet d'une demande au titre de ce Programme devrait avoir déjà terminé les étapes de conceptualisation/idéation et de prototypage et être en mesure de démontrer qu'il pourra être distribué et commercialisé. L'aide à la production devra servir à assurer la création d'une version définitive et commercialisable d'un Projet admissible, y compris la localisation du projet et les activités initiales de mise en marché ou de commercialisation.

Ce Programme comprend un volet pour les projets dont les budgets sont inférieurs ou égaux à 750 000 dollars (le « **Volet à budget réduit** »). Ce volet est destiné aux productrices et producteurs et aux créatrices et créateurs émergents, ainsi qu'aux projets dont l'objectif principal est l'impact culturel ou l'expérimentation en matière de forme, de contenu et de technologie.

Les Projets admissibles présentés dans le cadre de ce Programme sont soumis à un processus de sélection reposant sur une grille d'évaluation. Les critères d'évaluation seront différents pour les projets soumis dans le cadre du Volet à budget réduit.

2.2 DÉFINITIONS

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

- Communauté reflétant la diversité
- Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Propriété et contrôle)
- Projet atteignant la parité (Propriété et contrôle)

3. ADMISSIBILITÉ

3.1 REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Requêteur admissible au Programme doit répondre aux critères suivants :

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

Rappelons que 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 Requêteurs 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 Requêteurs ne pourront pas détenir plus de deux (2) contrats en cours de phase de production. Les Requêteurs doivent s'assurer que les documents relatifs aux coûts finaux des projets précédents (y compris un rapport de coûts) ont été remis et que le(s) dossier(s) a (ont) été clôturé(s) avant de se porter Requêteur pour un nouveau projet.

3.1.1 Admissibilité spécifique au Programme

Un Requêteur admissible à ce Programme compte au moins un actionnaire ayant une expérience professionnelle d'au moins un (1) an dans la création de contenu MNI à temps plein. Les contenus créés dans le cadre d'un programme d'études post-secondaires ne sont pas admissibles.

3.2 PROJETS ADMISSIBLES

Les Projets admissibles au Programme doivent répondre aux critères suivants :

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

Rappelons que les exigences supplémentaires suivantes s'appliquent à tous les programmes MNI (voir la section 3.2 du [MNI — Module principal](#)) :

- Les Requêteurs peuvent présenter au maximum un (1) Projet admissible par date limite de ronde de financement.

3.2.1 Innovation

Les Projets admissibles dans le cadre de ce Programme doivent être innovateurs. Cette innovation peut s'exprimer dans des contenus innovateurs ou une technologie innovatrice. Le FMC reconnaît que l'innovation peut comprendre à la fois le contenu ou les technologies révolutionnaires, innovatrices et avant-gardistes de même que la réinvention, la reformulation ou le prolongement de contenus ou de technologies existants¹. Bien que le FMC se garde de définir ou de circonscrire la notion d'innovation, les Requêteurs sont encouragés à mettre en œuvre leur propre vision de l'innovation.

¹ Par souci de clarté, précisons que les suites de produits existants et l'avancement de technologies ou de contenus antérieurs seront jugés innovateurs dans la mesure où les critères mentionnés aux présentes sont respectés.

3.2.2 Plans de distribution

Les Projets peuvent être autodistribués, à condition que le Requérant fournisse un plan clair, y compris une stratégie solide d'engagement de l'auditoire, et qu'il démontre qu'il a la capacité d'autodistribuer efficacement le Projet.

Ce plan doit comporter un aperçu de l'intérêt et de l'engagement de l'auditoire suscités par le Projet jusqu'à présent. Dans le cas des jeux vidéo, il peut s'agir, notamment, du nombre d'ajouts dans une liste de souhait, des résultats des tests de démonstrations, de prototype ou de jeu, des chiffres d'un serveur communautaire ou de tout autre moyen approprié pour déterminer l'endroit où se construit la communauté principale du projet. Pour les autres types de projets, le Requérant devrait, dans la mesure du possible, quantifier l'intérêt et la demande en fonction de sa stratégie de lancement.

Les projets peuvent également être accompagnés d'une lettre d'intention d'un éditeur ou d'un distributeur partenaire (« **éditeur** » ou « **distributeur** ») dans laquelle celui-ci s'engage à mettre en marché le projet et à le promouvoir activement. Il n'est pas nécessaire que la lettre d'intention comprenne un engagement financier en espèces dans le projet.

3.2.3 Exigences diverses

- a) La production du Projet ne peut avoir commencé de façon substantielle avant le dépôt d'une demande, et celui-ci ne peut avoir déjà été mis à la disposition du public (à moins d'indication claire qu'il s'agit d'un test de démonstration ou de prototypage dans le cadre de phases de travail antérieures).
- b) Un projet ayant été refusé à un financement dans le cadre de ce Programme deux (2) fois ou plus depuis 2010-2011 ne peut pas présenter une nouvelle demande de financement au FMC dans le cadre de ce même Programme.
- c) Un projet ayant été refusé au Programme d'innovation et d'expérimentation peut faire l'objet d'une demande de financement au Programme pour les projets commerciaux, et vice versa, s'il y est admissible. Toutefois, un projet ne peut être déposé au Programme pour les projets commerciaux et au Programme d'innovation et d'expérimentation aux mêmes périodes de dates limites de dépôt de la première ou la deuxième ronde.
- d) 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.
- e) Un projet doit être mis à la disposition du public au Canada.

4. CONTRIBUTION DU FMC

La contribution du FMC à un Projet admissible au Programme 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

4.1.1 Contribution au Volet à budget réduit

Pour les Projets dont le budget est inférieur ou égal à 750 000 dollars, les Requérants dont les demandes ont été acceptées recevront un montant approprié aux besoins du Projet, jusqu'à concurrence de la contribution maximale de 75 % des dépenses admissibles du Projet.

4.1.2 Contribution au Volet principal

Pour les Projets dont le budget est supérieur à 750 000 dollars, les Requérants dont les demandes ont été acceptées recevront un montant approprié aux besoins du Projet, jusqu'à concurrence de la contribution maximale de 75 % des dépenses admissibles du Projet ou 1,5 million de dollars, selon le moindre de ces montants.

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);
- **à compter de 2026-2027**, coûts de conception, de construction ou de présentation liés à l'exposition physique d'œuvres immersives ou expérientielles, à condition que la production de contenu numérique soit la composante principale du devis;
- déplacements et hébergement;
- frais de vérification du projet;
- autres dépenses techniques et administratives;
- activités de localisation;
- mise en marché et à la promotion; et/ou
- coûts raisonnables en lien avec les 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 Requérants doivent consacrer un minimum de 25 % et un maximum de 50 % des catégories B + C du devis de production à des dépenses admissibles de mise en marché et de promotion.

Les coûts de conception, de construction ou d'exposition liés à l'exposition physique d'œuvres immersives ou expérientielles ne peuvent représenter plus de 20 % des dépenses admissibles du Projet.

5. PROCESSUS DE DÉCISION

5.1 PROCESSUS D'ÉVALUATION ET DE DÉCISION

L'évaluation du Projet admissible au Programme 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 les grilles d'évaluation suivantes.

Le budget total du projet déterminera le volet utilisé pour évaluer le projet soumis. Les projets ne seront évalués que par rapport aux autres projets du même volet. Jusqu'à 30 % de chaque ronde de financement seront alloués à des projets du Volet à budget réduit.

5.1.1 Grille d'évaluation du Volet à budget réduit

La grille suivante sera utilisée pour les projets dont le budget est inférieur ou égal à 750 000 dollars et est destinée aux productrices et producteurs et aux créatrices et créateurs émergents, ainsi qu'aux projets dont l'objectif principal est l'impact culturel ou l'expérimentation en matière de forme, de contenu et de technologie.

Critères d'évaluation	Pondération
<p>Équipe (13)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Expérience professionnelle et réalisations du Requérant et 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 la mise en marché. Dans le cas de nouveaux Requérants et/ou de membres d'équipe émergents, le potentiel du Requérant et/ou de ses membres d'équipe à contribuer à la prospérité de l'écosystème de MNI sera évalué.▪ 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 soumise.</p> <p>Parité (2)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Projets admissibles qui satisfont à la définition de « Projet atteignant la parité (Propriété et contrôle) »², conformément à l'Annexe A. <p>Diversité (2)</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Projets admissibles qui satisfont à la définition de « Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Propriété et contrôle) »², conformément à l'Annexe A.	<p>17</p>

² Le FMC se basera sur les renseignements d'auto-identification associés au numéro individuel de PERSONA-ID des actionnaires et des administratrices ou administrateurs ou membres du conseil d'administration de la société requérante (et du co-requérant, le cas échéant) et de la ou des sociétés mères pour déterminer si les Projets sont admissibles. Pour plus de clarté, les non-Canadiennes ou non-Canadiens ne seront pas pris en compte dans ce pointage. Pour plus d'informations sur PERSONA-ID, veuillez consulter la section 1 du [MNI - Module principal](#).

<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, réfléchie et sans préjudice, y compris des mesures d'engagement de la communauté et/ou des embauches de personnel, et à (ii) 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 s'engagent à (i) 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 à (ii) fournir 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>Expérimentation, créativité et avancement</p> <ul style="list-style-type: none"> Mesure dans laquelle le projet développe ou intègre des technologies innovantes et expérimentales, et/ou propose une approche innovatrice et sophistiquée à son contenu, sa forme ou son récit/son histoire ou explore des modes d'expression ou d'exposition émergents. Possibilité pour le projet d'avoir un impact sur l'industrie et le marché — renouveler, transformer ou contribuer à un succès critique. Le cas échéant, ceci comprend le potentiel du projet à ajouter une signification culturelle, par exemple en ajoutant une plus grande représentation des voix issues des communautés diverses ou en partageant de nouvelles perspectives ou explorant des histoires, des thèmes, des sujets ou des questions importants pour les Canadiennes et les Canadiens. 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. 	58
<p>Viabilité financière</p> <ul style="list-style-type: none"> Exactitude et la pertinence du budget et risque de la structure financière (confirmation et validité des investissements). Stabilité financière du Requérant compte tenu de l'ampleur du projet. Risque lié à l'achèvement du projet. 	9
<p>Positionnement stratégique et mise en marché</p> <p>Étude de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse de l'auditoire. Analyse de l'écosystème et positionnement. <p>Stratégie de mise en marché</p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité et la pertinence de la stratégie et du plan de mise en marché et de promotion du projet. Qualité et la pertinence du plan de distribution en relation avec le contenu et l'auditoire cible 	10
TOTAL	100

5.1.2 Grille d'évaluation du Volet principal

La grille suivante sera utilisée pour les projets dont le budget est supérieur à 750 000 dollars.

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 la 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 soumise.</p> <p>Parité (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Projets admissibles qui satisfont à la définition de « Projet atteignant la parité (Propriété et contrôle) »³, conformément à l'Annexe A. <p>Diversité (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Projets admissibles qui satisfont à la définition de « Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Propriété et contrôle) »³, conformément à l'Annexe A. 	17
<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 à (ii) 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 s'engagent à (i) 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 à (ii) fournir 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 cette sélection de l'auditoire cible pour être admissibles. 	2

³ Le FMC s'appuiera sur les données d'auto-identification associées au numéro PERSONA-ID de chaque actionnaire et administrateur-trice ou membre du conseil d'administration de la société requérante (ou co-requérante, le cas échéant) et de la ou des sociétés mères pour déterminer si un projet est admissible. Pour plus de clarté, précisons que les non-Canadien-nes ne seront pas pris-es en compte dans ces pointages. Pour de plus amples renseignements sur PERSONA-ID, voir la section 1 du [MNI — Module principal](#).

Innovation, créativité et avancement <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. ▪ Mesure dans laquelle le projet développe ou intègre des technologies innovantes, et/ou propose une approche innovatrice et sophistiquée à son contenu, sa forme ou son récit/son histoire. ▪ Qualité et sophistication des éléments de conception et de la programmation. ▪ Qualité et caractère distinctif de l'expérience utilisateur et de l'interactivité. ▪ Possibilité pour le projet d'avoir un impact sur l'industrie et le marché — renouveler, transformer ou contribuer à un succès critique. Le cas échéant, ceci comprend le potentiel du projet à ajouter une signification culturelle, par exemple en ajoutant une plus grande représentation des voix issues des communautés diverses ou en partageant de nouvelles perspectives. 	58
Viabilité financière <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exactitude et la pertinence du budget et risque de la structure financière (confirmation et validité des investissements). ▪ Stabilité financière du Requérant compte tenu de l'ampleur du projet. ▪ Risque lié à l'achèvement du projet. 	9
Positionnement stratégique et mise en marché <p>Étude de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse de l'auditoire. ▪ Analyse du marché et positionnement. <p>Stratégie de mise en marché</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualité de la stratégie et du plan de mise en marché et de promotion du projet. ▪ Diversité et pertinence des modes de distribution. ▪ Pertinence des activités promotionnelles. ▪ Niveau d'intérêt démontré des éditeurs ou distributeurs tiers ou qualité du plan d'autodistribution. 	10
TOTAL	100