



CANADA
MEDIA FUND

FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

PROGRAMME POUR LES PROJETS COMMERCIAUX — VOLET PRINCIPAL

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	Potentiel de succès commercial	5
3.2.2	Plans de distribution.....	5
3.2.3	Exigences diverses	6
4.	CONTRIBUTION DU FMC	7
4.1	MONTANT DE LA CONTRIBUTION	7
4.2	DÉPENSES ADMISSIBLES	7
5.	PROCESSUS DE DÉCISION	8

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 pour les projets commerciaux, 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 (ii) à l'[Annexe A](#) et (ii) 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).

L'objectif du Programme pour les projets commerciaux (le « **Programme** ») est de financer des projets médias numériques interactifs canadiens dont les probabilités de succès commercial sont élevées.

Pour un projet déposé dans le cadre du présent programme, les étapes de conceptualisation/idéation et de prototypage doivent être terminées, et il doit être possible de démontrer qu'il pourra être exploité sur les marchés et rentabilisé. 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.

À compter de 2026-2027, le Programme financera des Projets admissibles par le truchement de deux volets :

1. Le volet principal comporte un processus de sélection reposant sur une grille d'évaluation. Les projets seront évalués en fonction de leur potentiel à atteindre leurs objectifs commerciaux, à démontrer une occasion d'affaires et à atteindre la rentabilité.
2. Le volet « Investissements de tiers », une initiative pilote offerte selon le principe du premier arrivé, premier servi, vise les Projets admissibles assortis d'un plan de financement viable et garanti, comprenant au moins 25 % d'investissements de bonne foi par des tiers au moment du dépôt de la demande. Ce volet vise à encourager les investissements externes et à reconnaître la présence de plusieurs investisseurs dans le Projet.

Les présents Principes directeurs couvrent uniquement le **volet principal (le « Volet »)**. Pour en savoir plus sur le volet « Investissements de tiers », veuillez consulter les [Principes directeurs du Programme de projets commerciaux — Volet « Investissements de tiers »](#).

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 (Propriété et contrôle)
- Projet atteignant la parité (Propriété et contrôle)

3. ADMISSIBILITÉ

3.1 REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Requêteur admissible au Volet doit répondre :

- aux critères énoncés dans la section 3.1 du [MNI — Module principal](#); et
- 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 de leurs 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

Dans le cadre de ce Volet uniquement, un Requêteur admissible ou son (ses) actionnaire(s) majoritaire(s) doit avoir déjà produit et rendu public¹ au moins un projet de nature similaire au Projet proposé (p. ex., si la demande vise un jeu, le Requêteur doit avoir déjà lancé un jeu).

3.2 PROJETS ADMISSIBLES

Le Projet admissible au Volet 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.

Rappelons que les exigences supplémentaires suivantes s'appliquent à tous les programmes MNI (voir la section 3.1.1 du [MNI — Module principal](#)) :

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

Par souci de clarté, les Requêteurs doivent déterminer le volet du Programme pour les projets commerciaux qui correspond le mieux à leur projet. Un projet soumis dans le cadre du présent volet lors de la période de dépôt des demandes du printemps ne pourra pas être présenté au volet « Investissements de tiers » au cours du même exercice financier.

3.2.1 Potentiel de succès commercial

Les Projets admissibles à ce Volet doivent avoir un potentiel de succès commercial. Le potentiel commercial touche aux occasions d'affaires et aux probabilités qu'aura le projet d'atteindre ses cibles de commercialisation, de monétisation et de rentabilité.

3.2.2 Plans de distribution

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

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 marathons de jeu [*game jams*] ne sont pas pris en compte.

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 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 pour les projets commerciaux peut déposer une demande de financement au Programme d'innovation et d'expérimentation, et vice versa, si admissible. Toutefois, un projet ne peut être déposé au Programme d'innovation et d'expérimentation et au Programme pour les projets commerciaux 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 Volet 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 dans le cadre de ce Volet doit répondre aux critères suivants :

- critères d'admissibilité énoncés dans la section 4 du [MNI — Module principal](#); et
- à 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 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 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 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 de présentation 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

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 Volet sont soumis à un processus compétitif et de sélection reposant sur la grille d'évaluation suivante.

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 d'être « en bonne position de raconter des histoires » 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.	17

² 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](#).

Communauté et durabilité Plan d'engagement avec la communauté (2) <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. Plan de durabilité (2) <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
Contenu pour enfants et jeunes <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
Potentiel de succès commercial Contenu et forme (19) <ul style="list-style-type: none"> Éléments de conception qui permettront de maximiser la portée et la rétention de l'auditoire. Éléments de contenu notoires ou éléments distinctifs. Les éléments distinctifs peuvent inclure, le cas échéant, le potentiel du projet à ajouter une signification culturelle et à se distinguer dans le paysage audiovisuel canadien actuel — par exemple, en ajoutant une plus grande représentation des voix issues des communautés diverses ou en partageant de nouvelles perspectives. Pertinence des éléments de monétisation dans l'expérience utilisateur. Viabilité financière (25) <ul style="list-style-type: none"> Pertinence et exactitude du devis et du flux de trésorerie. Risque de la structure financière (confirmation et validité des investissements). Stabilité financière du Requérant compte tenu de l'ampleur du projet. Potentiel de maximisation des ventes présenté par le modèle de revenu. Crédibilité des projections de revenus et de rentabilité. 	44
Positionnement stratégique et mise en marché Étude de marché <ul style="list-style-type: none"> Analyse de l'auditoire. Analyse du marché. Positionnement du produit et avantages concurrentiels. Stratégie de mise en marché <ul style="list-style-type: none"> Cohésion entre la stratégie de mise en marché et les projections de ventes. Qualité de la stratégie de mise en marché et de promotion du projet. <ul style="list-style-type: none"> Diversité et pertinence des modes de distribution. Pertinence des activités promotionnelles. Niveau d'intérêt démontré par des éditeurs/distributeurs partenaires et/ou par l'auditoire, le cas échéant. 	33
TOTAL	100