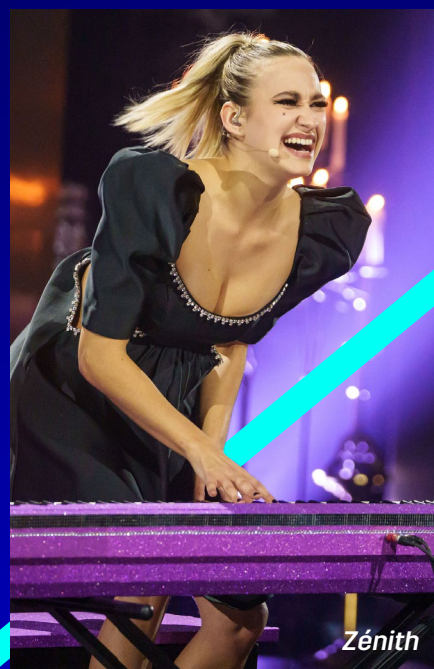


2024-2025

PLAN D'ACTIVITÉ ANNUEL



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND



TABLE DES MATIÈRES

3	Énoncé d'objet
5	Survol de l'exercice 2023-2024
14	Objectifs stratégiques 2024-2025
20	Hypothèses financières 2024-2025



ÉNONCÉ D'OBJET

L'énoncé d'objet du Fonds des médias du Canada (FMC) et les trois piliers stratégiques de son mandat ont été établis par le Conseil d'administration, comme suit :

MANDATE Favoriser, développer, financer et promouvoir la production de contenus canadiens et d'applications pour toutes les plateformes audiovisuelles.

MISSION Orienter les contenus canadiens vers un environnement numérique mondial concurrentiel en soutenant l'innovation de l'industrie, en récompensant le succès, en favorisant la diversité des voix et en encourageant l'accès à des contenus grâce à des partenariats avec l'industrie et le secteur privé.

VALEURS Innovation
Transparence
Responsabilité





ÉNONCÉ D'OBJET (suite)

VISION

**UN MONDE OÙ LE TALENT
ET LES HISTOIRES DU
CANADA TRANSCENDENT
LES PLATEFORMES ET
LES FRONTIÈRES AFIN DE
SUSCITER DES ÉMOTIONS
ET DES IDÉES, ET DE
STIMULER L'INNOVATION.**

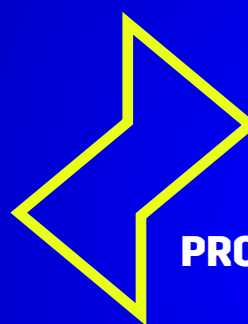
ÉCOSYSTÈME DU MANDAT



**FAVORISER ET
DÉVELOPPER**



FINANCER



PROMOUVOIR

SURVOL DE
L'EXERCICE
2023-2024





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024

L'exercice 2023-2024 a constitué une étape importante pour l'industrie audiovisuelle canadienne puisque le projet de loi C-11 a été adopté et le processus réglementaire du CRTC a commencé. Le FMC s'est engagé à la résilience pendant cette période de transition tout en préparant la croissance en 2024-2025. Notre approche stratégique pour l'exercice se fondait sur la perspective d'obtenir un engagement triennal du gouvernement fédéral relativement à la hausse des ressources financières du FMC à partir de 2024-2025. Cet engagement ne s'est toujours pas concrétisé.

Au cours de l'exercice, le FMC s'est vu accorder des pouvoirs élargis et inédits. Nous avons échangé avec les parties prenantes et facilité les discussions sur les questions qui touchent l'industrie, en vue d'établir un modèle qui soutient les créateur·ices et les histoires sur toutes les plateformes, renforce les capacités à toutes les phases de la production, encourage l'innovation et permet de donner vie aux récits autochtones et canadiens de grande qualité.

TRANSITION

A **Élaborer une approche progressive qui garantit que l'organisation est prête pour l'avenir alors que nous nous préparons à un nouveau cadre réglementaire.**

RÉSULTATS

- Fournir de nouvelles façons de soutenir le contenu canadien et l'innovation par une réorganisation des programmes du FMC et une simplification progressive du processus et de l'accessibilité.
- Élaborer une stratégie, en tenant compte du changement de formule proposé, pour soutenir le caractère distinctif des marchés de langue française et de langue anglaise, à mettre en œuvre en 2024-2025.
- Mettre en œuvre la politique sur le positionnement narratif pour les programmes centraux du FMC.
- Élargir l'importance accordée aux politiques de durabilité et soutenir les initiatives internes et externes qui font progresser les pratiques exemplaires.
- Cerner les lacunes dans le financement des activités de développement de l'industrie et élaborer un plan pour les combler dans le cadre de la prochaine phase de notre stratégie en matière d'équité et d'inclusion.
- Arrimer la structure et la fonctionnalité de l'organisation pour garantir que le personnel du FMC dispose du soutien, des outils et de l'infrastructure appropriés pour fournir les meilleurs résultats.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

Le FMC visait à livrer un modèle de programme révisé pour offrir une stabilité à l'industrie, tout en faisant progresser l'orientation stratégique du ministère du Patrimoine canadien et notre stratégie en matière d'équité et d'inclusion. L'approche adoptée pour l'année de programme 2023-2024 était axée sur la continuité tout en contenant des éléments transitoires, afin d'assurer la pertinence continue de nos programmes dans un univers en pleine évolution et de préparer le terrain pour les changements à venir.

Les éléments transitoires s'articulaient autour de la simplification de la conception générale des programmes, de l'élimination de la convergence obligatoire, de la mise en œuvre d'une politique sur le positionnement narratif et de la mise en place de politiques en matière de durabilité environnementale.

À notre création en 2010-2011, le FMC offrait 11 programmes. Une dizaine d'années plus tard, nous en offrons plus de 35. Si les nouveaux programmes nous ont permis de rejoindre davantage de groupes et de mieux servir l'industrie audiovisuelle canadienne, ils ont créé un niveau de complexité qui contribue au fardeau administratif à la fois pour les requérants et pour le FMC. En 2023-2024, le FMC a regroupé les « activités similaires » de prédéveloppement et de développement, ainsi que les mesures incitatives régionales du Volet convergent pour simplifier les Principes directeurs des programmes.

Dans le budget fédéral annoncé en mars 2023, nous avons reçu la confirmation qu'un montant supplémentaire de 40 millions de dollars serait octroyé au FMC pour soutenir le contenu de langue française et les créateur·ices issu·es de groupes sous-représentés. À la suite de consultations avec un large éventail de parties prenantes de l'industrie, le FMC a alloué la première tranche de 20 millions de dollars par l'entremise de nos programmes existants afin d'optimiser la distribution des fonds compte tenu du temps qu'il restait à l'exercice financier 2023-2024 et des dates limites des programmes. De ces fonds, 10 millions de dollars ont été consacrés au soutien du contenu de langue française et dix millions de dollars, aux créateur·ices issu·es de groupes sous-représentés, tout en tenant compte de l'intersectionnalité de ces groupes.

Toutefois, les fonds supplémentaires n'ont pas suffi à régler la question de la répartition linguistique 60:40 (anglais:français) proposée par le gouvernement. Le FMC a travaillé en étroite collaboration avec Patrimoine canadien pour élaborer une stratégie qui appuierait le caractère distinct des deux marchés et qui pourrait être mise en œuvre dans les années à venir si de nouveaux fonds sont accordés.

Au fur et à mesure que la participation de parties prenantes de groupes sous-représentés augmente au sein de l'industrie, des enjeux gagnent en importance. Ceux-ci touchent la responsabilisation dans la création de contenu relativement à la mobilisation du milieu, à l'identité, au positionnement narratif et à l'accès. C'est dans cet esprit que nous avons mis en œuvre notre Politique sur le positionnement narratif, pour viser à ce que les projets dont l'intrigue, les personnages principaux ou les thèmes sont liés à des peuples autochtones ou à des communautés en quête d'équité soient créés par des individus qui sont en position de raconter ces histoires. S'il n'appartient pas au FMC de surveiller la création de contenu, il nous incombe d'encourager une responsabilité et une transparence accrues en ce qui concerne le positionnement narratif des producteur·ices et des principaux créateur·ices des projets que nous finançons.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

Le Canada s'est engagé à réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) et à soutenir l'urgence de lutter contre les changements climatiques. En 2022-2023, le FMC a commencé à encourager les requérants à mettre en place des pratiques respectueuses de l'environnement et à recourir à des technologies propres pour réduire leur empreinte carbone dans le développement, la production et l'exploitation de leurs projets. En 2023-2024, nous sommes allés plus loin en mettant en place de nouvelles politiques de durabilité, notamment en élargissant la liste des dépenses admissibles pour y inclure les dépenses consacrées à des pratiques de durabilité environnementale et en exigeant que les émissions de tous les projets du Volet convergent tournés en prises de vues réelles au devis supérieur à un certain seuil soient calculées à l'aide d'une calculatrice de carbone.

Pour la dernière année de notre stratégie initiale en matière d'équité et d'inclusion, nous avons continué à mettre l'accent sur le renforcement des capacités (mentorat, perfectionnement professionnel, avancement de carrière ou formation) et l'accès au marché (marchés d'exportation entrants, activités interentreprises, missions d'exportation sortantes). L'équipe chargée de la croissance et de l'inclusion dévoilera notre nouvelle stratégie en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA) en 2024.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

INFLUENCE

B Continuer à établir le rôle du FMC en tant que chef de file, rassembleur et allié de l'industrie grâce à un leadership éclairé, à des partenariats et à l'innovation.

RÉSULTATS

- Faire progresser le programme de croissance et d'inclusion du FMC, y compris le renouvellement ou l'augmentation du financement consacré à l'EDI; fournir un cadre d'évaluation et une analyse des retombées culturelles et économiques.
- Continuer à faciliter les discussions au sein de l'industrie sur la redéfinition du contenu canadien.
- Définir le rôle de l'organisation dans la promotion de PERSONA-ID, de concert avec un outil national de collecte de données.
- Participer aux côtés du CRTC et des parties prenantes de l'industrie à la prochaine revue de la politique relative au projet de loi C-11, qui sera mené par le Conseil.
- Mettre en œuvre la deuxième phase de la stratégie en matière de données afin de simplifier la reddition de comptes, concevoir une feuille de route pour l'évaluation des programmes, du développement de l'industrie et des partenariats à un stade précoce, et déployer un nouveau système de mesure des médias numériques conformément au nouveau modèle logique.
- Élaborer une stratégie pour étudier la possibilité d'établir des partenariats de financement avec le secteur privé.
- Déterminer le rôle de chef de file du FMC dans la modernisation du secteur.

En septembre 2023, le FMC a réalisé une évaluation exhaustive des retombées du financement supplémentaire du gouvernement destiné à l'EDI. En janvier 2024, nous en avons publié les principales constatations dans notre rapport *Créer le changement*, qui montre que cette allocation a joué un rôle fondamental dans le soutien à l'EDI au sein du secteur audiovisuel canadien. L'évaluation visait en partie à encourager le gouvernement fédéral à renouveler son engagement de 60 millions de dollars envers le FMC. S'il n'est pas renouvelé en 2024, ce financement essentiel, qui a donné lieu à une importante croissance du secteur, prendra fin.

Grâce au financement à l'EDI du FMC, des centaines de talents créatifs issus de communautés autochtones et de groupes en quête d'équité ont pu accéder à un financement ciblé pour leurs projets, ce qui a permis de faire entendre leurs voix et de faire connaître leurs points de vue auprès d'un plus vaste public. Ces créateurices ont été nombreux à signaler que nos initiatives d'EDI avaient directement contribué à la croissance de leur entreprise et à l'amélioration de leur accès au marché.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

Par ailleurs, nous avons investi 37,5 millions de dollars sur trois ans dans le Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR). Celui-ci a soutenu 293 projets menés par des personnes afrodescendantes et racisées. Chaque dollar injecté dans le programme a permis d'attirer 5,23 \$ d'autres sources dans les devis de production. De plus, 9,7 millions de dollars sur trois ans ont été investis dans le Soutien aux activités de développement de l'industrie, programme qui a appuyé 135 projets, dont 85 % visaient les communautés autochtones et les groupes en quête d'équité. Dans d'autres programmes, nous avons observé une hausse du nombre de projets de 23 % au titre du Programme autochtone et de 34 % dans le cadre du Programme de diversité linguistique, lequel a soutenu des projets dans 15 langues. En outre, ce financement a donné lieu à l'établissement de 32 partenariats destinés aux communautés autochtones et aux groupes en quête d'équité avec des parties prenantes de l'industrie.

Au début de 2023, le FMC a lancé une consultation nationale visant à explorer les multiples facettes du contenu canadien auprès de plusieurs parties prenantes afin de recueillir leurs commentaires et de réfléchir à la redéfinition ainsi qu'à l'avenir du contenu d'ici dans le contexte de l'adoption du projet de loi C-11 et de la revue de la politique du CRTC. Nous n'avions pas pour objectif de définir ce qu'est le contenu canadien, mais souhaitions créer un espace pour enrichir les conversations sur l'avenir de la narration canadienne. À l'automne 2023, nous avons officiellement publié le rapport Nouveaux futurs : L'avenir du contenu canadien dans vos mots, lequel fait état des différents points de vue entendus de quelque 2 800 professionnelles de l'industrie et de membre du public de tout le pays. Ce rapport phare est l'aboutissement d'une initiative de recherche menée sur un an qui nous guidera dans la prochaine phase des audiences du CRTC, en 2024.

En 2022-2023, le FMC a officiellement déployé PERSONA-ID, notre système d'auto-identification qui permet de mesurer et de suivre la représentation démographique et la participation relativement à la titularité des droits de propriété et des postes clés au sein des projets que nous finançons. Les réactions initiales ayant été positives, nous avons élargi la démarche en 2023-2024 pour recueillir davantage d'informations et ainsi s'assurer que nos décisions soient fondées sur des données, en particulier en ce qui concerne les peuples autochtones et les groupes en quête d'équité. Les résultats de la collecte de données de PERSONA-ID seront publiés en mars 2024 dans le Rapport démographique, qui met en évidence la valeur de cet outil pour suivre les retombées et mesurer la représentation selon différents marqueurs démographiques parmi les bénéficiaires de nos programmes. En 2022-2023, la participation à PERSONA-ID a été particulièrement élevée en ce qui concerne les postes clés; 83 % de tous les postes clés indiqués dans les demandes étaient accompagnés d'un numéro PERSONA-ID.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

De plus, le 20 novembre 2023, des membres de la haute direction du FMC ont comparu devant le CRTC dans le contexte de la première audience publique du Conseil en vue de la mise en œuvre de la Loi sur la diffusion continue en ligne, ce qui donnera lieu à l'élaboration d'un nouveau cadre stratégique. Ceux-ci ont réitéré la position du FMC voulant que les contributions de base initiales des entreprises de diffusion en continu en ligne ne doivent pas être inférieures aux niveaux de contribution actuels des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) et que le FMC doive recevoir une part appréciable de cette somme. L'équipe de direction a également démontré que le FMC constituait le véhicule le plus efficace et le plus transparent pour assurer un équilibre entre les besoins de l'industrie et les priorités du gouvernement fédéral, ainsi que pour administrer les fonds actuels et futurs et les nouvelles contributions des entreprises en ligne.

Dans le cadre de la deuxième phase de notre stratégie en matière de données, le FMC a travaillé en étroite collaboration avec Patrimoine canadien pour achever le nouveau modèle logique et les objectifs du cadre de rendement, y compris les indicateurs de rendement clés, pour éclairer nos décisions et la conception des programmes. L'équipe a également revampé le Rapport sur les tendances, intitulé désormais Perspectives, qui porte sur les tendances de l'industrie qui touchent les principales stratégies et initiatives du FMC.

De plus, le FMC a commandé une étude à l'Université métropolitaine de Toronto pour déterminer les paramètres les plus utiles pour mesurer les retombées et le succès (sur les plans économique et culturel) des projets de médias numériques. Un nouveau mécanisme de mesure sera mis en œuvre pendant l'exercice 2025-2026.

Par l'entremise de la Head of Institutions Table (HIT) et de ses groupes de travail, nous continuons de collaborer avec les principaux organismes partenaires et le gouvernement au sujet de la modernisation du secteur audiovisuel canadien dans le but ultime : a) d'élaborer un cadre et une voie vers une approche équilibrée qui soutiendra l'accroissement des ressources et de la capacité de production, y compris de nouveaux outils et mécanismes de financement pour la croissance; b) d'atteindre et de mobiliser les auditoires, ainsi que de soutenir la production et la commercialisation du contenu canadien sur les marchés internationaux et sur toutes les plateformes; et c) d'établir des définitions du contenu autochtone et canadien qui prennent en compte les contributions culturelles du contenu lui-même, la concurrence mondiale et la flexibilité.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

FLEXIBILITÉ

C Tirer parti du succès, de l'expertise et de l'agilité du FMC pour cerner les possibilités et réagir efficacement aux changements en cours.

RÉSULTATS

- Lancer un nouveau programme pilote du Volet expérimental destiné à la prochaine génération de talents actifs sur les plateformes numériques.
- Élaborer et modéliser des modes de financement innovants qui élargissent les déclencheurs de financement et qui suppriment les obstacles pour les créateur·ices.
- Collaborer avec les entreprises de diffusion en continu et les autres plateformes (non réglementées) afin d'offrir de nouveaux débouchés pour la diffusion et le financement.
- Établir une stratégie d'accessibilité progressive dans tous les services pour améliorer la compréhension des processus et des programmes du FMC, à l'interne et à l'externe.
- Faire croître les exportations et les partenariats internationaux afin de nourrir les relations existantes et de cerner de nouvelles possibilités, en particulier pour les groupes sous-représentés.

À l'été 2023, le FMC a consulté plusieurs partenaires de l'industrie en vue de mettre sur pied un programme destiné aux talents créatifs qui produisent du contenu linéaire pour les plateformes en ligne (YouTube, TikTok, Instagram). Plus tard dans l'année, nous avons lancé le Programme pilote pour la création numérique, qui vise à soutenir la croissance de créateur·ices de contenu numérique en mi-carrière qui produisent des vidéos courtes exclusivement pour les plateformes de médias sociaux. Le FMC encourageait les demandes de requérants ayant connu un certain succès en ligne qui souhaitaient produire principalement du contenu pour les médias sociaux et qui visaient à accroître leur auditoire et leurs possibilités de monétisation. Le programme pilote, qui disposait d'un budget de 500 000 \$, a connu un succès retentissant. Parmi les 51 demandes admissibles reçues, 26 mèneront à un financement.

Après une recherche pancanadienne pour trouver des créateur·ices de contenu numérique passionné·es, la marque NOUS | MADE du FMC a recruté trois ambassadeur·ices NOUS, et trois pour MADE, afin de créer des publications originales qui présentent le contenu de divertissement canadien et célèbrent les talents de chez nous, destinées aux chaînes de médias sociaux de NOUS et de MADE. Grâce à cette nouvelle campagne, NOUS | MADE souhaite créer des ponts entre les écosystèmes médiatiques traditionnels et les médias numériques afin que les auditoires de tous les âges et de toutes les origines découvrent encore plus d'histoire d'ici.





SURVOL DE L'EXERCICE 2023-2024 (suite)

Pour l'exercice 2023-2024, dans le but d'offrir davantage de flexibilité au sein de notre modèle de programmes, nous avons prolongé la majorité des mesures d'assouplissement relatives à nos politiques et pratiques administratives mises en place en réponse à la pandémie de COVID-19. Par ailleurs, de nouvelles mesures d'assouplissement ont été établies dans les programmes sélectifs du Volet convergent. En plus des télédiffuseurs étrangers présentant une grille de programmation à heure fixe, les distributeurs canadiens sont maintenant admissibles. Cette modification visait à assouplir la démarche relative à la création de contenu et à récompenser les projets visant l'exportation de contenu canadien à l'extérieur du pays.

D'autres mesures qui ne s'appliquaient qu'au Programme pour les documentaires d'auteur ont été élargies au Programme autochtone, au Programme de diversité linguistique et au Programme pilote destiné aux communautés racisées. Cette flexibilité a offert de nouvelles options aux peuples autochtones et aux communautés en quête d'équité qui se butent à des obstacles historiques pour accéder aux télédiffuseurs existants et a permis à ces groupes de travailler avec de nouveaux partenaires pour créer du contenu et répondre aux besoins des auditoires canadiens.

Enfin, le FMC s'est associé à l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran pour offrir une aide financière aux requérants s'identifiant comme une personne en situation de handicap. Ce soutien a pour but d'aider à surmonter les obstacles potentiels au cours du processus de demande au titre de nos programmes. En outre, une formation interne est en préparation afin d'améliorer l'accessibilité au sein de l'industrie canadienne de l'écran.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025



Raymarine

EVERY
CHILD
MATTERS

C04960NS

Gespe'gewa'gi: The Last Land



OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025

PRÉAMBULE

Ces dernières années ont été marquées par des changements importants dans l'industrie audiovisuelle canadienne. Nous avons constaté l'impact des entreprises internationales de diffusion en continu sur nos diffuseurs et dans l'évolution rapide des tendances en matière de commandes de projets, ainsi que dans l'écart croissant entre les volumes de production nationale et de service. Cette évolution se fait parallèlement à la modernisation des institutions audiovisuelles et des organismes de financement au Canada, ainsi qu'à l'actualisation du cadre réglementaire du CRTC. Le secteur des médias numériques interactifs a également connu des changements et des défis : licenciements massifs à l'échelle mondiale, pressions accrues sur les producteurs pour endosser les coûts de production, difficultés à trouver et à maintenir des auditoires, fermeture des studios interactifs de l'Office national du film, etc. Le Fonds des médias du Canada (FMC) continue d'identifier et de s'adapter à ces changements, et de chercher de nouvelles occasions de promouvoir les histoires autochtones et canadiennes sur les écrans du pays et du monde entier.

L'orientation stratégique du FMC pour l'exercice 2024-2025 sera influencée par trois changements majeurs :

- Les travaux de modernisation des outils et des institutions à l'appui du secteur audiovisuel menés par Patrimoine canadien;
- Les consultations du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en vue de mettre en œuvre la Loi sur la radiodiffusion par la modernisation de la réglementation touchant la radiodiffusion;
- Une diminution record du budget global du FMC.

Le FMC reconnaît qu'il faut de nouveaux outils pour répondre aux besoins d'une industrie dynamique et en pleine croissance et pour fournir le soutien constant dont le secteur a besoin. Nous collaborons de façon continue avec Patrimoine canadien pour mettre en œuvre les nouvelles mesures d'assouplissement que le ministère a prévues dans le mandat du FMC, ce qui nous permettra de moderniser les programmes et de mieux servir l'industrie. Ce nouveau modèle offrira aux créateur-ices davantage de moyens d'accéder aux fonds du FMC afin de pouvoir continuer à créer du contenu autochtone et canadien de grande qualité sur toutes les plateformes, à l'intention des publics d'ici et d'ailleurs.





OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025 (suite)

L'essor des services de diffusion en continu a eu des effets considérables sur les contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) au FMC, ce qui a entraîné une baisse constante de notre financement. En 2017, devant cette situation, le gouvernement fédéral a mis en œuvre une initiative de stabilisation pour y remédier. Nous avons cependant dépassé le plafond prévu de ce financement de stabilisation. En outre, l'investissement du gouvernement fédéral de 20 millions de dollars par année pendant trois ans en vue d'accroître les investissements dans des projets réalisés par des groupes en quête d'équité se terminera à la fin de l'exercice 2023-2024, ce qui accentuera ce déclin. Le renouvellement de ce financement n'a pas encore été confirmé pour 2024-2025 *. En raison de ces multiples facteurs convergents, au cours du prochain exercice 2024-2025, le budget des programmes connaîtra la plus forte baisse d'une année à l'autre de l'histoire du FMC.

Dans le contexte des possibilités et des difficultés qui se profilent à l'horizon, nous demeurons déterminé-es à soutenir l'équité et l'inclusion, conformément aux priorités du gouvernement fédéral, en nous appuyant sur la force de nos programmes destinés aux peuples autochtones et aux groupes en quête d'équité. Parmi les nouvelles flexibilités accordées par Patrimoine canadien, mentionnons l'expansion du programme de Soutien aux activités de développement de l'industrie et l'élaboration d'un plan triennal en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA).

Le plan d'activité 2024-2025 repose sur trois piliers : la modernisation, la contribution et l'innovation.

*Au moment de la publication, le renouvellement n'avait pas été confirmé. Grâce à l'annonce, dans le budget fédéral d'avril, du renouvellement du financement EDIA de 40 M\$ par le MPC sur les deux prochaines années, nous pourrons en toute confiance développer notre programme de développement de l'industrie et élaborer un plan triennal d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA).





OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025 (suite)

MODERNISATION

A **Piloter de manière responsable la période de transition jusqu'à la mise en œuvre d'un nouveau cadre réglementaire et de nouvelles exigences de contribution. Dans l'intervalle, Patrimoine canadien a assoupli le mandat du FMC, ce qui nous permettra de prendre des mesures importantes pour mettre en œuvre notre vision élargie.**

INITIATIVES STRATÉGIQUES

- Mettre en œuvre un modèle de programme axé sur le contenu sans égard à la plateforme qui soutient la création de récits à toutes les étapes, dans le cadre des nouveaux volets idée, création et industrie.
- Alléger et simplifier les principes directeurs et les formats de tous les programmes centraux du FMC.
- Collaborer avec les organismes de financement et le gouvernement fédéral pour déterminer le rôle de chef de file du FMC dans la modernisation du secteur audiovisuel.
- Participer activement aux travaux de modernisation des définitions de « contenu canadien », soutenir les activités du Bureau de l'écran autochtone (BEA) dans l'élaboration de la définition de « contenu autochtone » et introduire les nouvelles définitions dans nos programmes.
- Explorer et créer des outils de financement innovateurs et des modes de financement flexibles.
- Mettre en place de nouveaux critères de programme qui font tomber des obstacles à l'accès tout en élargissant l'évaluation de l'intérêt du marché et les déclencheurs relativement au contenu linéaire.
- S'adapter aux changements dans la disponibilité du financement.
- Arrimer la structure et la fonctionnalité du FMC pour garantir que notre personnel dispose du soutien, des outils et de l'infrastructure appropriés.
- Établir une stratégie d'accessibilité dans tous les services pour améliorer la compréhension des processus et des programmes du FMC, à l'interne et à l'externe.





OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025 (suite)

CONTRIBUTION

B Définir les lacunes dans le soutien aux activités de développement de l'industrie et les combler dans le cadre de la prochaine phase de notre stratégie en matière de croissance et d'inclusion, en accordant une priorité de financement aux projets qui représentent les voix, les perspectives et les expériences des peuples autochtones et des groupes en quête d'équité.

INITIATIVES STRATÉGIQUES

- Mettre en œuvre la nouvelle stratégie triennale en matière d'EDIA, en intégrant ces principes dans l'ensemble de nos programmes, initiatives et communications.
- Maintenir l'attachement à la croissance et à l'inclusion, ainsi que leur financement, en mettant l'accent sur le développement de contenu et l'essor de l'industrie.
- Reconnaître et soutenir la spécificité des marchés autochtone, de langue française et de langue anglaise.
- Inclure le Soutien au développement de l'industrie et élargir les données sur la propriété dans PERSONA-ID; organiser de nouvelles consultations avec les utilisateur·ices et les autres agences pour discuter de l'uniformisation des méthodes permettant de mesurer les retombées, définir les priorités de façon éclairée et orienter la prise de décision dans l'ensemble de l'industrie.
- Mettre en œuvre la troisième année de la stratégie en matière de données afin d'officialiser l'évaluation continue des programmes et de simplifier les rapports conformément au modèle logique du FMC et aux exigences de Patrimoine canadien.
- Affiner les systèmes d'architecture de données pour combler les lacunes et favoriser une mise à disposition rapide des informations nécessaires à l'élaboration des programmes et aux activités de rayonnement et de communication.





OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2024-2025 (suite)

INNOVATION



Mettre en place des mesures pour renforcer la résilience, la pérennité et la croissance de l'ensemble de l'industrie de la production du pays dans toutes les formes de contenu.

INITIATIVES STRATÉGIQUES

- Étudier, évaluer et concevoir de nouvelles initiatives innovantes pour résoudre les difficultés liées à certains genres (émissions pour enfants et jeunes et documentaires uniques), tout en explorant les possibilités de nouveaux partenariats.
- Établir un partenariat avec le BEA pour assurer la transition de l'administration du Programme autochtone et fournir un soutien continu à la croissance du marché et du secteur.
- Hausser les investissements dans l'innovation, les médias numériques immersifs et la nouvelle génération de talents créatifs.
- Investir dans l'adoption par le secteur audiovisuel de pratiques de production respectueuses de l'environnement.
- Soutenir davantage les entreprises outre le financement par projet.
- Investir dans des programmes de perfectionnement des talents, de mentorat et de formation afin de soutenir les créateurices de la relève et de leur offrir des perspectives de carrière.
- Renforcer la stratégie internationale pour permettre aux producteur·ices autochtones et canadien·nes d'accéder aux marchés et faciliter les collaborations internationales, les coproductions et les débouchés de distribution.
- Collaborer avec des organisations d'ici et de l'étranger pour préparer le système du FMC pour l'avenir.



HYPOTHÈSES FINANCIÈRES 2024-2025





HYPOTHÈSES FINANCIÈRES 2024-2025

APERÇU

Le budget annuel 2024-2025 du FMC se fonde sur des produits totaux de 372,2 millions de dollars et des charges totales de 389,3 millions. Le manque à gagner de 17,1 millions de dollars sera comblé par les réserves.

PRODUITS

Les produits totaux de 372,2 millions de dollars représentent une diminution de 26,8 millions (6,7 %) par rapport aux prévisions de 2023-2024 (de ce montant, une baisse de 20 millions est attribuable à la fin du financement de 60 millions de dollars sur trois ans versé par Patrimoine canadien pour soutenir l'EDI).

PATRIMOINE CANADIEN

Il est attendu que la contribution du gouvernement s'élève à 196,6 millions de dollars (montant net des dépenses administratives de Patrimoine canadien), soit une contribution de 134,1 millions de dollars, des fonds de stabilisation maximums de 42,5 millions de dollars et un montant de 20 millions de dollars pour soutenir le contenu audiovisuel de langue française et les voix sous-représentées prévu dans le budget fédéral de 2023.

ENTREPRISES DE DISTRIBUTION DE RADIODIFFUSION (EDR)

Il est présumé que les contributions des EDR s'élèveront à 147,6 millions de dollars, soit une baisse de 11,0 millions (7,0 %) par rapport aux prévisions de 2023-2024.

INTÉRÊTS CRÉDITEURS ET RÉCUPÉRATION

Il est attendu que les intérêts créditeurs s'élèvent à quelque 9 millions de dollars, soit une baisse de 500 000 dollars (5,3 %) par rapport aux prévisions de 2023-2024 en raison d'une baisse attendue des taux d'intérêt. Les produits issus de la récupération, y compris le remboursement des avances de développement et la récupération des participations en capital, sont estimés à 12,0 millions de dollars, ce qui correspond aux prévisions de 2023-2024.

AVANTAGES TANGIBLES

Les avantages tangibles totaux devraient atteindre 6,9 millions de dollars, soit une diminution de 5,1 millions par rapport aux prévisions de 2023-2024.

CHARGES

Les charges totales de 389,3 millions de dollars représentent une baisse de 20,2 millions de dollars (4,9 %) par rapport aux prévisions de 2023-2024.





HYPOTHÈSES FINANCIÈRES 2024-2025 (suite)

ENGAGEMENTS DE PROGRAMMES

Le budget total des programmes pour 2024-2025 s'établit à 357,0 millions de dollars, soit une diminution de 26,7 millions (7,0 %) par rapport à 2023-2024. Cette somme comprend les engagements en matière de programmes au titre de la stratégie en matière de croissance et d'inclusion.

PARTENARIATS AVEC L'INDUSTRIE

Le FMC a établi différents partenariats avec l'industrie, dont le total est évalué à 2,0 millions, ce qui correspond aux prévisions de 2023-2024.

FRAIS ADMINISTRATIFS DU FMC

En 2024-2025, le budget des frais administratifs du FMC s'élève à 10,1 millions de dollars, ce qui correspond aux prévisions de 2023-2024.

CHARGES D'ADMINISTRATION DES PROGRAMMES

Ce poste comprend les frais de service de Téléfilm Canada (11,2 millions de dollars, y compris les taxes afférentes non récupérables) et les honoraires des jurés, les lecteur-trices et les examinateur-trices externes (0,5 million). Les charges d'administration des programmes totales représentent une baisse de 0,2 million de dollars (1,8 %) par rapport aux prévisions de 2023-2024.

ACTIVITÉS DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Les charges liées à la stratégie en matière de croissance et d'inclusion s'établissent à 6,6 millions de dollars pour l'année, tandis que les charges de soutien à la campagne NOUS | MADE et à d'autres activités de développement de l'industrie constituent le solde de cette catégorie. Le total de 8,2 millions de dollars représente une hausse de 0,3 million de dollars (3,5 %) par rapport aux prévisions de 7,9 millions de dollars de 2023-2024.

AUTRES CHARGES DU FMC

Cette catégorie comprend l'amortissement ainsi que la TVH, la TPS et la TVQ non récupérables qui ne sont pas liées aux frais de service de Téléfilm. Le budget de 2024-2025 de 240 000 dollars correspond aux prévisions de 2023-2024.

RATIO DES CHARGES ADMINISTRATIVES

Les charges administratives totales représentent environ 5,93 % des produits totaux, ce qui est inférieur au plafond des charges administratives de 6,0 % prévu dans l'accord de contribution. Les frais administratifs du FMC, les charges d'administration des programmes et les autres charges du FMC font partie de cette catégorie.

BUDGET D'IMMOBILISATION

Ce budget de 118 000 dollars comprend le remplacement d'ordinateurs et d'équipement.





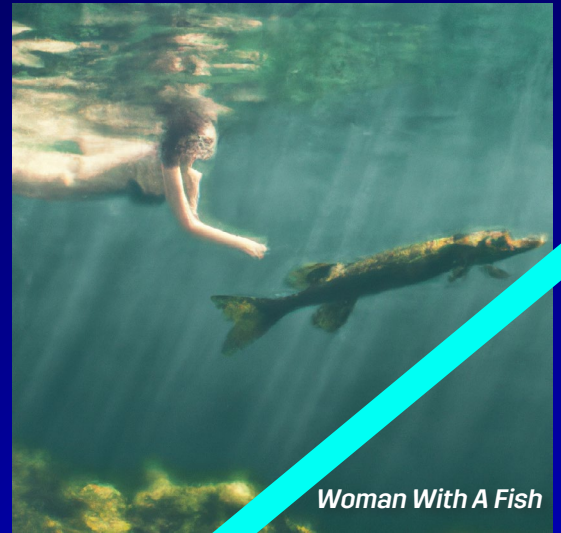
Kun'tewiktuk - A Mi'kmaw Adventure



De Pierre en fille



Twice Colonized



Woman With A Fish



Rooster



Téodore pas de H



Katak, le brave béluga



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND