



CANADA
MEDIA FUND

FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

**PROGRAMME
D'INNOVATION ET
D'EXPÉRIMENTATION**
PRINCIPES DIRECTEURS
2024-2025

TABLE DES MATIÈRES

1.	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	3
2.	PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – APERÇU	4
2.1	INTRODUCTION	4
2.2	DÉFINITIONS.....	4
3.	PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – ADMISSIBILITÉ.....	5
3.1	REQUÉRANTS ADMISSIBLES	5
3.2	PROJETS ADMISSIBLES	5
3.2.1	Innovation.....	5
3.2.2	Éditeur/Distributeur tierce partie	5
3.2.3	Exigences diverses.....	5
4.	PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – CONTRIBUTION DU FMC.....	7
4.1	MONTANT DE LA CONTRIBUTION	7
4.2	DÉPENSES ADMISSIBLES	7
5.	PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – PROCESSUS DE DÉCISION.....	8

1. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

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

2. PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – 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 [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.

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

2.2 DÉFINITIONS

Vous trouverez 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 (Personnel clé)
- Postes admissibles en médias numériques interactifs
- Projet atteignant la parité (Personnel clé)
- Partie apparentée

3. PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – ADMISSIBILITÉ

3.1 REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Requérant admissible au doit répondre aux critères énoncés dans la section 3.1 du [MNI - Module principal](#).

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](#) ; et
- à tout critère d'admissibilité spécifique applicable mentionné dans la présente section.

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 existants.¹ Bien que le FMC se garde de définir ou de circonscrire la notion d'innovation, les Requérants sont encouragés à mettre en œuvre leur propre vision de l'innovation.

3.2.2 Éditeur/Distributeur tierce partie

Pour être admissibles, les projets doivent 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.

Un éditeur ou distributeur doit être un tiers – il ne peut s'agir du Requérant ou d'une Partie apparentée (définie à [l'Annexe A](#)) au Requérant.

Le FMC peut renoncer à l'exigence relative à l'éditeur ou au distributeur s'il existe des dispositions de remplacement claires et acceptables en vue de mettre en marché le projet ou si le Requérant fait la preuve de sa capacité à assurer la distribution efficace du projet.

3.2.3 Exigences diverses

- a) Un Projet admissible doit également se conformer à toutes les lois et réglementations applicables en matière de protection de la vie privée.
- b) Un projet ayant été refusé au Programme d'innovation et d'expérimentation peut déposer une demande de financement au Programme pour les projets commerciaux, et vice versa. 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.

¹Par 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.

- c) Un projet dont le financement a été refusé pour une activité spécifique (c'est-à-dire, prototypage ou production) deux (2) fois ou plus depuis 2010-2011 ne peut plus faire l'objet d'une demande de financement du FMC pour cette activité.
- 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. PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – CONTRIBUTION DU FMC

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

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

4.1 MONTANT DE LA CONTRIBUTION

Les Requérants dont les demandes ont été acceptées reçoivent un montant approprié aux besoins du Projet, jusqu'à concurrence de la contribution maximale de 75 % des dépenses admissibles du Projet ou 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) ;
- 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.

5. PROGRAMME D'INNOVATION ET D'EXPÉRIMENTATION – PROCESSUS DE DÉCISION

L'évaluation du Projet admissible suivra :

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

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

Critères d'évaluation	Pondération
<p>Équipe (13)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Antécédents et réalisations du studio 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"> ▪ Le projet se qualifie en tant que Projet atteignant la parité (Personnel clé), c'est-à-dire que 40 % de l'ensemble cumulé des Postes admissibles rémunérés au sein de l'équipe sont occupés par des personnes qui s'identifient publiquement comme femmes. <p>Voir l'Annexe A pour les définitions des Postes admissibles en médias numériques interactifs et le Projet atteignant la parité (Personnel clé).</p> <p>Diversité (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le projet se qualifie en tant que Projet issu d'une Communauté reflétant la diversité (Personnel clé), c'est-à-dire que 40 % de l'ensemble cumulé des postes admissibles en médias numériques interactifs rémunérés au sein de l'équipe sont occupés par des membres d'une ou des Communautés reflétant la diversité. <p>Voir l'Annexe A pour les définitions des Postes admissibles en médias numériques interactifs et la Communauté reflétant la diversité (Personnel clé).</p>	<p>17</p>
<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 	<p>4</p>

<p>un rapport écrit à l'étape des coûts finaux confirmant le travail accompli.</p> <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. 	
<p>Innovation, créativité et avancement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Originalité, qualité et pertinence du contenu et de la forme ainsi que le récit/l'histoire, le cas échéant. ▪ 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. 	60
<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 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 tierce partie ou qualité du plan d'autodistribution. 	10
TOTAL	100