

175 Bloor Street East
South Tower, Suite 501,
Toronto, Ontario M4W 3R8
Telephone (416) 314-6858
Fax (416) 314-6876

175 rue Bloor est
Édifice sud, bureau 501,
Toronto, Ontario M4W 3R8
Téléphone (416) 314-6858
Télécopieur (416) 314-6876



Le 4 septembre 2009

Via courriel : ctf@ctf-fct.ca

Fonds canadien de télévision
50, rue Wellington est, 4^e étage
Toronto (Ontario)
M5E 1C8

Objet : Fonds des médias du Canada – Consultation du secteur

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) a le plaisir de soumettre les observations ci-annexées dans le cadre de la consultation du Fonds canadien de télévision (FCT) concernant le Fonds des médias du Canada.

La SODIMO est un organisme relevant du ministère de la Culture de l'Ontario qui facilite les opportunités de développement économique pour le secteur des médias culturels de l'Ontario. Principal catalyseur du groupe des médias culturels de la province, la SODIMO promeut, favorise et stimule les investissements ainsi que la création d'emplois et d'œuvres originales par le biais de diverses initiatives.

Nous aimerions remercier le FCT pour cette opportunité et attendons avec impatience de participer à toutes les phases de la consultation.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Karen Thorne-Stone".

Karen Thorne-Stone
Présidente-directrice générale
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

Résumé

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), un organisme relevant du ministère de la Culture, apporte son soutien aux producteurs de contenu pour écran dans la province de l'Ontario. En nous appuyant sur nos expériences en matière de programmes et dans l'esprit de notre collaboration avec le Fonds canadien de télévision (FCT) et avec nos intervenants en tant que partenaires de la création et de la promotion de contenu canadien à l'intention des publics situés sur notre territoire et à l'étranger, nous formulons les commentaires suivants sur les questions de politique entourant l'élaboration de principes directeurs pour le Fonds des médias du Canada (FMC).

Comme principe général, nous encourageons le FMC à élaborer des principes directeurs qui trouvent un juste milieu entre la nécessité de maintenir le soutien existant en faveur de la production télévisuelle et celle d'appuyer la croissance continue dans le secteur des produits multimédias interactifs numériques.

Il convient d'appliquer ce principe directeur à la question **des Allocations de fonds aux volets convergent et expérimental** en allouant au Volet expérimental au moins le montant « provenant du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) » qui s'élève à 14,3 millions de dollars. Pour l'heure, nous ne jugeons pas approprié qu'un pourcentage spécifique du Volet convergent soit consacré aux plateformes non télévisuelles.

Afin de définir **Contenu convergent**, le FMC doit adopter des définitions qui soient aussi neutres du point de vue technologique que possible et qui se concentrent sur la nature du contenu à développer. Contenu « original, à valeur ajoutée » doit être défini comme un contenu qui n'a pas été adapté à partir d'un autre médium et qui convient à la plateforme pour laquelle il a été créé.

La SODIMO estime par ailleurs qu'il faut que les détenteurs d'enveloppes qui soutiennent les produits convergents concluent des engagements financiers minimaux et que des licences distinctes soient émises pour chaque produit développé en vue d'une plateforme spécifique. Des budgets minimaux, convenant à la plateforme, doivent également être établis pour chaque projet. Dans le cas où de nouveaux projets de plateforme ne se voient pas accorder de financement d'une enveloppe du FMC, il faut alors demander aux producteurs de prouver que le projet sera mis à la disposition d'un auditoire.

Les Services de vidéo sur demande (VSD) doivent être reconnus comme des services de distribution admissibles et peuvent être inclus dans le système d'enveloppe pour le FMC, si tant est qu'ils acceptent de satisfaire aux mêmes critères que les autres acteurs du système.

Il importe que les mesures actuelles du **Succès auprès de l'auditoire** du FCT pour la télévision soient maintenues et que des mesures comparables soient introduites concernant les plateformes autres que de télédiffusion. Toute mesure de **Rendement du capital investi** qui est adoptée doit être aussi large que possible et doit prendre en compte la totalité du cycle de vie d'une production.

La SODIMO ne croit pas qu'il faille que le FMC modifie sa formule de financement de sorte qu'une part plus importante de ses contributions soit versée sous forme de participations au capital investi.

La SODIMO n'est pas non plus en faveur de la création d'un programme distinct visant à soutenir la **Mise en marché et la promotion** à partir des fonds du FMC existants.

S'agissant du **Contenu télévisuel dans le volet convergent - Allocations selon le genre**, la SODIMO estime que les allocations actuelles sont appropriées et que le système offre à présent suffisamment de souplesse aux détenteurs d'enveloppes.

La SODIMO est favorable à l'inclusion de la **Production documentaire comme** genre admissible dans le FMC, mais s'en remet à nos intervenants et aux associations corporatives qui travaillent dans ce genre lorsqu'il s'agit d'apporter des réponses spécifiques aux questions soulevées par le FCT.

Les exigences des **Éléments canadiens des projets du FMC** doivent être les mêmes pour tous les projets, indépendamment du volet ou de la plateforme. Ces exigences doivent avoir pour priorité que le contrôle financier et créatif des projets soutenus soit entre les mains de Canadiens et que l'essentiel du travail sur le projet soit mené par des Canadiens.

Comme la **Production en langues tierces** est en passe de devenir une pièce plus importante du système de radiodiffusion, le FMC peut vouloir envisager l'introduction d'un programme pilote pour soutenir la production dans ce domaine.

Les producteurs indépendants font partie intégrante du système de radiodiffusion canadien et doivent être la priorité du soutien du FMC. Par conséquent, les niveaux de subventions allouées à **la Production d'entités affiliées aux télédiffuseurs et productions internes des télédiffuseurs** doivent être aussi faibles que possible. En outre, il convient de maintenir les principes directeurs du FCT qui cherchent à garantir une compensation adéquate des producteurs.

Comme les projets multiplateforme vont être une exigence du FMC, la SODIMO considère que les **Enveloppes de rendement - entités admissibles** doivent finalement inclure toutes les entités contrôlées et détenues par des Canadiens qui produisent du contenu admissible au titre du FMC disponible auprès d'auditoires canadiens. Nous sommes toutefois conscients que, pour l'heure, il est difficile d'établir quelles pourraient être ces entités. Aussi le FMC doit-il élaborer des principes directeurs pour l'admissibilité à l'enveloppe qui soient aussi inclusifs que possible mais, à présent et dans un avenir immédiat, il lui faut envisager une enveloppe générale à laquelle diverses entités de distribution non télévisuelle peuvent avoir accès. Hormis la production régionale, les facteurs de rendement de l'enveloppe actuelle et leurs pondérations relatives demeurent pertinents.

La SODIMO estime qu'il faut continuer à employer le système actuel du FCT pour la mesure du **Succès auprès de l'auditoire**. La **Programmation originale** ne doit s'appliquer qu'à la première fenêtre de diffusion et doit recevoir une prime dans les mesures du succès auprès de l'auditoire. Les **Émissions en première diffusion** doivent désigner toutes les fenêtres de diffusion chez les télédiffuseurs dont les droits de diffusion entrent dans la structure de financement initiale du programme. **L'heure de grande écoute** doit être définie comme suit : de 20 h à 23 h, du lundi au dimanche.

La SODIMO n'est pas favorable aux incitatifs de **Production régionale de langue anglaise** qui désavantagent les créateurs de contenu de l'Ontario.

Passons désormais au fond même de notre soumission.

Introduction

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) a le plaisir de formuler les commentaires suivants dans le cadre de la procédure de consultation du Fonds canadien de télévision (FCT) concernant le Fonds des médias du Canada (FMC). La SODIMO est un organisme relevant du ministère de la Culture de l'Ontario voué à renforcer la capacité et la compétitivité des secteurs des médias culturels de l'Ontario. Par le biais des crédits d'impôts, des programmes et services à l'intention des secteurs du cinéma et de la télévision, de la publication de livres et de revues, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques, la SODIMO développe des opportunités de croissance et d'innovation en Ontario et à l'étranger.

Les crédits d'impôts aux médias du gouvernement de l'Ontario, administrés par la SODIMO, sont une source importante de financement pour toutes sortes de création de contenu. Au cours de l'exercice financier 2008-2009, la SODIMO a émis plus de 1 400 certificats d'impôts, soit plus de 207 millions de dollars pour soutenir la création de contenu dans les secteurs des médias culturels de la province. La SODIMO a également investi directement dans du contenu national télévisuel en 2008-2009 par l'entremise du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique et de l'Initiative d'aide à la production de contenu pour écran. Quatre-vingt-neuf projets ont reçu un soutien en termes de production ou de développement par le biais de ces programmes.

En tant qu'organisme provincial, la SODIMO est consciente que l'organisme et les producteurs que nous appuyons ne sont qu'une partie du système de télédiffusion global du Canada. Au même titre, le FCT a été une composante importante de ce système et nous sommes convaincus que le FMC continuera à jouer ce rôle important. Bien que les entités de financement individuelles soient bien entendu des organismes indépendants avec des objectifs uniques en matière de politique, ce sont également des partenaires réunis par le soutien qu'ils apportent au contenu culturel national et ils servent au final les mêmes intervenants – les producteurs de contenu et les auditoires canadiens. Aussi la SODIMO formule-t-elle les commentaires suivants dans l'esprit du travail en coopération mené avec le FCT et avec nos intervenants pour promouvoir la création de contenu canadien. Dans la présente soumission, nous avons limité nos réponses aux questions avec lesquelles nous sommes le plus familiers du fait de notre expérience en tant qu'administrateurs de programmes.

La SODIMO aimerait féliciter le FCT qui a œuvré dans des délais très courts au développement et à la mise en œuvre du FMC. Dans certains cas, des décisions de politique concernant le Fonds devront être prises avant la réalisation d'autres procédures publiques importantes, telles que la procédure consolidée d'attribution de licences actuelle du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). La SODIMO suggère avec respect que le ministère du Patrimoine canadien (PC) envisage le report de la mise en œuvre de certains des nouveaux éléments du Fonds, notamment l'inclusion de production interne des télédiffuseurs, tant que l'environnement de télédiffusion global n'a pas été clarifié. Afin de maintenir un environnement opérationnel aussi stable que possible tant pour les télédiffuseurs que pour la communauté de production indépendante, PC peut vouloir envisager une mise en œuvre plus progressive de certains des autres changements apportés au Fonds.

Un problème crucial dans l'élaboration de principes directeurs relatifs au FMC consistera à trouver un équilibre entre les secteurs de la télévision indépendante et des produits multimédias interactifs numériques et leurs potentiel et besoins respectifs. Certes, nous reconnaissons la difficulté à laquelle le FMC sera confronté pour équilibrer le soutien apporté à ces deux secteurs par le biais du nouveau Fonds. Nous encourageons toutefois vivement un style de soutien qui, comme principe de base, permette au secteur des produits multimédias interactifs numériques de poursuivre sa croissance, tout en maintenant, dans le même temps, le soutien existant au secteur de la télévision et, en particulier, au secteur de la production indépendante.

Note d'information n°1 : Allocations de fonds aux programmes – Volets convergent et expérimental

Allocation de fonds entre les Volets convergent et expérimental

La SODIMO sait pertinemment qu'équilibrer les besoins divergents de différents secteurs est l'un des défis majeurs qui se pose lorsqu'il s'agit d'apporter un soutien public, notamment dans un milieu où la technologie, les modèles de gestion et les goûts des auditoires demeurent en constante évolution.

Nous avons constaté avec plaisir que le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) est reconduit dans le dernier Budget fédéral et que l'allocation annuelle de 14,3 millions de dollars versée par le FMNC va continuer à être accordée au FMC sur une base permanente comme « montant provenant du FMNC ». La SODIMO suggère que cela soit le montant minimal accordé au Volet expérimental. Toutefois, nous savons également que les intervenants du secteur des nouveaux médias cherchent depuis longtemps à ce que la taille du FMNC augmente afin de soutenir la croissance rapide et continue de leur secteur. Nous comprenons cette demande et y sommes favorables, mais ne pensons pas qu'une hausse de l'appui apporté à un secteur doive se faire au détriment d'un autre secteur. Par conséquent, nous continuerons à travailler avec les intervenants du secteur ainsi que les partenaires fédéraux et provinciaux en faveur du développement d'une stratégie numérique nationale qui inclut un éventail complet de programmes visant à appuyer la création et la promotion de contenu numérique. Une telle stratégie pourrait inclure une hausse des fonds alloués au FMC pour le Volet expérimental ainsi que pour les projets convergents, mais également d'autres initiatives en dehors du mandat du FMC, telles que des incitatifs pour la publicité sur les plateformes de nouveaux médias canadiens et/ou un crédit d'impôt sur les produits multimédias numériques nationaux.

Pourcentages minimaux d'appui dans le Volet convergent

À l'heure actuelle, la SODIMO ne juge pas les informations disponibles suffisantes pour déterminer quel pourcentage minimal des fonds du Volet convergent au sein du FMC doit être consacré aux plateformes non télévisuelles. Nous souhaiterions observer que même si, dans le cadre de la nouvelle structure du FMC, le montant global des fonds disponibles pour les producteurs de télévision indépendants est réduit, leur rôle dans le système de télédiffusion demeure essentiel et leur accès au financement ne doit pas être indûment restreint du fait de la mise en place de pourcentages arbitraires. Par ailleurs, la demande à venir en matière de contenu de divertissement sur des plateformes non télévisuelles n'est pas claire, et il nous semble que, pour l'heure, les auditoires canadiens et les secteurs de création de contenu pour écran sont mieux servis par une approche souple du versement de l'allocation de fonds.

Même si nous ne recommandons pas qu'un pourcentage explicite soit alloué aux plateformes non télévisuelles dans le Volet convergent, il existe d'autres mécanismes garantissant que les fonds aillent à de tels projets. Le premier est bien évidemment le fait que les projets non télévisuels sont un critère d'admissibilité au FMC. Parmi les autres mécanismes dont certains sont discutés ultérieurement dans la présente soumission, citons des critères de budget minimal pour les projets non télévisuels et la mise à disposition d'enveloppes à des entités autres que les télédiffuseurs.

Nous encourageons le FMC à revisiter la question des allocations de fonds sur une base régulière afin que les objectifs du Fonds continuent à être atteints.

Note d'information n°2 : Contenu convergent

Contenu original à valeur ajoutée – Définition et critères

Au vu de l'expérience de la SODIMO en matière d'appui au contenu des produits multimédias interactifs numériques dans la province de l'Ontario, il nous a semblé que des définitions transparentes et neutres du point de vue de la plateforme apportent la plus grande souplesse aux producteurs de contenu dans un environnement technologique et commercial qui est en constante évolution.

Comme principe général, la SODIMO recommande que la définition de contenu admissible soit suffisamment large et souple pour englober tous les projets et les plateformes. Là où des critères spécifiques sont requis, au nombre des dispositions doit toujours figurer une souplesse fondée sur la nature du contenu (documentaire, enfants/ jeunesse) et la plateforme utilisée (Web, iTV, mobile, etc.).

Le FMC peut vouloir envisager certaines des définitions utilisées par le crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN) :

- Un « Produit multimédia interactif numérique » est défini par le règlement comme une combinaison d'un ou plusieurs fichiers d'application et d'un ou plusieurs fichiers de données, tous à un format numérique, qui sont intégrés et sont censés être exploités ensemble.
- Les produits admissibles sont des produits multimédias interactifs numériques dont le principal objectif est d'instruire, d'informer ou de distraire, et qui atteignent cet objectif principal en utilisant au moins deux des trois éléments suivants : du texte, du son et des images. Ils doivent être conçus pour un usage par des particuliers. Le produit doit être interactif; c'est-à-dire que l'utilisateur peut choisir quels renseignements présenter et l'ordre et la forme selon lesquels les présenter.
- Ces produits peuvent inclure, sans toutefois s'y limiter : des sites Web, des CD-ROMS, DVD-ROMS et des kiosques. Les logiciels de système d'exploitation et les logiciels tels que les traitements de texte, les tableurs et les bases de données peuvent ne pas constituer un produit admissible.¹

Alors que le FMC n'a pas nécessairement d'exigence d'interactivité, la définition d'un produit multimédia interactif numérique est instructive pour l'élaboration des critères du FMC parce qu'elle est neutre du point de vue de la plateforme et est axée sur la nature du contenu à élaborer. Le contenu développé pour des plateformes non télévisuelles tend à donner à l'utilisateur davantage de contrôle sur la manière dont le contenu est visualisé que ne le fait la plateforme linéaire traditionnelle, et cela doit être pris en compte lors de l'élaboration des définitions.

Afin de s'assurer que le contenu ayant reçu l'appui du FMC sur des plateformes non télévisuelles est fondé et capable d'attirer les auditoires, la SODIMO préconise qu'« original » désigne un contenu unique qui n'a pas été adapté à partir d'un autre médium comme une émission de télévision, et que « à valeur ajoutée » signifie un contenu dynamique ou interactif qui convient à la plateforme de diffusion numérique pour laquelle le matériel a été créé. Afin de maintenir la souplesse pour les producteurs, nous suggérons que le projet admissible au FMC pour une plateforme non télévisuelle soit (a) entièrement original, ou (b) essentiellement à valeur ajoutée.

¹ Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques, Article 906 du Règlement 183 de l'Ontario pris en application de la *Loi sur l'imposition des sociétés* (Ontario), Paragraphes (2) et (3).

À titre d'exemple, pour remplir les conditions requises par les définitions que nous préconisons, une série de courts mobisodes téléchargeables qui ne sont pas interactifs par nature devrait être constituée de matériel entièrement nouveau plutôt que de contenu adapté à partir d'émissions de télévision. Ou bien, un site Web pour enfants utilisant d'importantes quantités de matériel adapté à partir d'une série télévisée associée devrait intégrer au site Web une part significative de contenu interactif. Idéalement, la composante autre que de télédiffusion comporterait à la fois un contenu original et de la valeur ajoutée afin de différencier le produit de la composante de télédiffusion.

Nous considérons que cette approche de la définition de « contenu original à valeur ajoutée » formulera les attentes minimales appropriées concernant ce qui doit figurer dans le contenu sur des plateformes non télévisuelles, sans limiter la souplesse d'innovation sur les futurs réseaux de distribution ou plateformes.

Droits de diffusion minimums

La SODIMO estime qu'établir un engagement financier minimum, tels des droits de diffusion pour la composante nouvelle plateforme du volet convergent, permettra de garantir que les fonds disponibles sont suffisants pour que le producteur puisse développer un projet nouvelle plateforme d'une qualité comparable à celui développé pour les émissions de télévision traditionnelle. Dans le même temps, nous reconnaissons que les structures de financement sur des plateformes non télévisuelles sont différentes des structures de financement destinées aux productions télévisées. Il nous semble donc qu'il faille faire des ajustements en conséquence.

Nous suggérons que, dans les premiers temps du FMC, si un détenteur d'enveloppe² souhaite affecter une portion de son enveloppe à un produit convergent, les droits de diffusion (ou engagement financier tierce-partie comparable) pour ce produit représentent le même pourcentage du budget du produit que celui représenté par les droits de diffusion des télédiffuseurs par rapport au budget d'un projet télévisé. Par exemple, si la composante télévision de la production dispose d'un budget total de 400 000 dollars avec des droits de diffusion de 100 000 dollars, alors la composante nouvelle plateforme devra bénéficier de droits de diffusion comparables d'au moins 25 %. Par conséquent, si le budget de la composante nouvelle plateforme est de 40 000 dollars, alors l'engagement financier tiers devrait s'élever au moins à 10 000 dollars. Il faudra veiller à apporter des ajustements aux principes directeurs car les modèles de gestion continuent à évoluer et les normes de l'industrie deviennent plus établies pour les plateformes non télévisuelles.

Droits de diffusion distincts

Les droits de diffusion pour les plateformes non télévisuelles doivent être distincts des droits de diffusion de la télévision. Avec des droits de diffusion combinés, il serait difficile de déterminer quelle est la valeur réelle de la composante plateforme non télévisuelle distincte de la composante télédiffusion. Conformément à l'exigence du FMC selon laquelle un produit original distinct doit être mis à disposition sur une seconde plateforme de distribution, il faut que chaque composante soit autorisée comme un produit autonome.

Budgets minimums

La SODIMO est d'avis que des budgets minimums soient envisagés pour chaque composante d'un projet convergent. Cela garantira, nous semble-t-il, que des ressources suffisantes soient allouées à chacune des

² Voir ci-après la discussion sur les entités admissibles aux enveloppes.

composantes de la plateforme et que les deux composantes soient des produits autonomes et robustes – pas simplement un additif que le producteur doit créer afin de satisfaire à des exigences d’admissibilité au programme. Nous préconisons que le budget minimum soit établi comme pourcentage de la composante plateforme qui bénéficie du budget le plus important, mais que cela soit également un montant adapté au type de produit développé pour la seconde plateforme. Par exemple, si la première fenêtre pour un projet est une série dramatique télévisée et que la seconde plateforme est une série de mobisodes, alors le budget minimum octroyé aux mobisodes doit être établi sous forme de pourcentage adéquat du budget consacré à la télévision. Si la seconde plateforme consiste en une application de jeu ou d’iPhone, il convient d’établir le pourcentage à un niveau différent. Ainsi, un montant suffisant de ressources sera disponible pour développer du contenu original, à valeur ajoutée sur une seconde plateforme, et sera facilement adaptable en fonction de la taille des projets individuels.

Intérêt du marché

Comme l’expérience de la SODIMO l’a prouvé, il est difficile de garantir un intérêt du marché prouvé dans le marché numérique émergent. Nous recommandons par conséquent que le FMC n’exige pas d’engagements financiers de tierces parties afin que les composantes nouvelle plateforme des projets convergents soient admissibles au titre du financement du FMC. À la place, les producteurs devront fournir une documentation prouvant que le produit est mis à la disposition d’un auditoire. Comme indiqué précédemment, toutefois, si le détenteur d’une enveloppe souhaite utiliser les fonds du FMC pour exploiter sous licence un projet, des droits de diffusion minimaux s’appliqueront alors.

Le CIOPMIN fournit un exemple du type d’exigences souples qui peuvent être utilisées pour prouver l’intérêt du marché. Le crédit demande au candidat de fournir un plan de commercialisation et de distribution comprenant une description du marché/de l’auditoire cible et (le cas échéant) un modèle de recettes. Les candidats incluent des lettres ou des accords qui confirment l’intérêt et les conditions proposées par les distributeurs tiers (ou équivalents). Le Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques a des exigences similaires.³

Note d’information n°3 : Vidéo sur demande

La SODIMO ne voit aucune objection à autoriser les services de Vidéo sur demande (VSD) en tant que plateformes de distribution admissibles au titre FMC, pas plus qu’à autoriser l’accès par les services de VSD aux enveloppes de rendement dans la mesure où ils sont assujettis aux mêmes critères que tout un chacun. Si les services VSD font preuve d’un intérêt pour investir dans la production canadienne, et en particulier, pour satisfaire aux mêmes exigences-seuils en matière de droits de diffusion requises que pour les télédiffuseurs linéaires, il n’y a alors aucune raison pour leur refuser l’accès au Fonds.

Note d’information n°4 : Succès auprès de l’auditoire et Rendement du capital investi

Mesures du succès auprès de l’auditoire et du rendement du capital investi

La SODIMO estime que le FMC doit continuer à utiliser la mesure du nombre total d’heures d’écoute afin de déterminer le succès auprès de l’auditoire pour les télédiffuseurs et ajouter une mesure comparable, telle que les pages consultées sur un site Web ou le nombre de téléchargements sur un périphérique mobile, pour les plateformes autres que de télédiffusion. Bien entendu, la SODIMO reconnaît la difficulté

³ Pour une description complète des programmes et des lignes directrice de la SODIMO, veuillez consulter le site web de la SODIMO à l’adresse suivante : www.omdc.on.ca.

d'établir une mesure dans le secteur de produits multimédias numériques émergents et s'attend à ce que ces mesures soient élaborées suivant l'évolution et l'arrivée à maturité des plateformes.

Pour les besoins du FMC, la SODIMO recommande vivement que le rendement du capital investi ait une définition plus large que juste l'argent rendu au Fonds par les producteurs de contenu. En effet, il existe d'autres avantages significatifs sur la vie d'une production qu'il conviendrait d'inclure. Entre autres exemples, citons l'accueil favorable de la critique, la distribution internationale et les ventes, le nombre d'emplois créés et la totalité de la longue traîne de la production (laquelle pourrait inclure une deuxième et troisième fenêtre de diffusion, les ventes de DVD et la rediffusion sur des canaux de distribution non traditionnels comme iTunes). Bien que le rendement financier des premières fenêtres de diffusion soit une mesure simple à évaluer pour le FMC, il ne révèle pas tous les tenants et les aboutissants parce qu'un projet peut avoir des rendements immédiats modestes, puis connaître une longue durée de vie. Il est important de reconnaître que le modèle de gestion de la production télévisuelle évolue pour englober un nombre croissant de canaux de distribution. Les séries télévisées comme le succès international *Les Tudor* reposent sur les ventes de DVD dans le monde entier autant que sur les recettes des droits de diffusion territoriale. Dans ce modèle de distribution fragmenté, les plateformes numériques deviendront de plus en plus importantes et le rendement du capital investi doit être une mesure aussi large et inclusive que possible lorsqu'il s'agit d'évaluer le succès auprès du marché d'une production individuelle.

Une définition si large et si inclusive du rendement du capital investi peut s'appliquer au-delà des genres et des marchés des langues. Cependant, il faut que les mesures du succès auprès de l'auditoire continuent à être adaptées aux besoins spécifiques du marché des langues pertinentes.

Participations au capital

La SODIMO ne considère pas qu'il faille que le FMC modifie sa formule de financement de sorte qu'une part plus importante de ses contributions soit faite sous la forme de participations au capital. Tout d'abord, cela aurait un impact négatif sur les crédits d'impôt disponibles pour la production alors que la participation publique effrite le crédit d'impôt fédéral (c'est-à-dire réduit son montant). Ensuite, le niveau existant de participation appliqué au projet convient pour mesurer le succès financier s'il s'agit d'une mesure que le FMC choisit d'adopter. Et, finalement, plus les producteurs sont forcés de renoncer aux participations dans leur structures de financement initiales, moins ils peuvent en partager les profits rapportés par une production. Remplacer les suppléments de droits de diffusion par des apports de capital servirait à réduire les recettes disponibles pour la récupération par les producteurs indépendants et autres participants au financement et les laisserait, au bout du compte, avec moins de capital à réinvestir dans leurs sociétés. La SODIMO estime par conséquent que les formules de financement existantes doivent être maintenues.

Note d'information n°5 : Mise en marché et promotion

Vu le réservoir limité de fonds disponibles, la SODIMO ne conseille pas que des fonds actuellement alloués à la production soient détournés au profit d'un programme distinct afin de soutenir la mise en marché et la promotion. Les télédiffuseurs sont actuellement en charge de la promotion de leurs émissions de télévision et cette activité doit rester de leur responsabilité. Nous estimons que puisque le succès auprès de l'auditoire doit demeurer un facteur de pondération dans le calcul des enveloppes de rendement, il sera dans le meilleur intérêt du télédiffuseur (ou autre détenteur de l'enveloppe) de veiller à ce qu'une attention suffisante soit prêtée aux activités de mise en marché et de promotion.

Cela dit, là où les coûts de mise en marché et de promotion sont actuellement autorisés en tant que Dépenses admissibles conformément aux principes directeurs du FCT et/ou du FMNC existants, ils doivent continuer à être autorisés et doivent comprendre les coûts nationaux et internationaux.

Note d'information n°6 : Contenu télévisuel dans le Volet convergent – Allocations selon le genre

Le FCT alloue actuellement comme suit des fonds dans le volet Enveloppes de rendement des télédiffuseurs (ERT) selon le genre :

- Émissions dramatiques – 60 %
- Documentaire – 18 %
- Enfants et jeunesse – 20 %
- Variétés et arts de la scène – 2 %

Le ministre du Patrimoine canadien a confirmé que ceux-ci allaient continuer à être des genres admissibles dans le FMC et la SODIMO reconnaît que ces genres doivent être une priorité pour le financement public.

Divers intervenants ont demandé des hausses des montants alloués aux documentaires et émissions pour les enfants et les jeunes. Le réservoir de fonds disponibles étant limité, toute hausse de ce type provoquerait nécessairement une baisse des fonds alloués à d'autres genres.

Les statistiques sur cinq ans fournies par le FCT indiquent que depuis 2004-2005, les ventilations de fonds dans la télévision de langue anglaise ont été assez proches des allocations actuelles des ERT, les niveaux pour les émissions dramatiques étant légèrement inférieurs à 60 % et les niveaux pour Enfants et jeunes étant légèrement supérieurs à 20 %. Cela prouve que les allocations actuelles du FCT selon le genre sont des cibles assez réalistes et, bien qu'elles ne soient pas parfaites, constituent un moyen raisonnable de garantir que le financement est alloué aux types de programmation répondant aux priorités les plus hautes. La SODIMO ne pense pas par conséquent qu'il faille apporter de changement significatif aux allocations selon le genre. Nous encourageons le FMC à continuer à examiner régulièrement les allocations de fonds de sorte que les objectifs du fonds puissent être satisfaits.

Les principes directeurs actuels du FCT comprennent également des mécanismes de souplesse de la part des télédiffuseurs, notamment une marge de manœuvre suffisante qui peut être appliquée à n'importe quel genre, la possibilité de transférer des allocations au sein d'un groupe de sociétés et la possibilité d'échanger des allocations avec les télédiffuseurs qui ne sont pas dans leur groupe de sociétés. Nous considérons que ces dispositions sont raisonnables et doivent être maintenues mais que davantage de souplesse n'est pas requise.

Note d'information n°7 : Production documentaire

La SODIMO n'a pas de commentaires spécifiques à formuler concernant les enjeux et questions soulevés dans la note d'information relative à la Production documentaire et nous avons le plaisir de nous en remettre aux intervenants et organisations corporatives qui travaillent dans ce domaine. Nous aimerions réitérer notre appui au maintien du Documentaire comme genre admissible au titre du FMC. Dans certains cas, la souplesse en matière de principes directeurs peut s'avérer nécessaire pour appuyer les exigences spécifiques de la production documentaire. Nous avons essayé d'en prendre note tout au long de notre soumission.

Note d'information n°8 : Éléments canadiens des projets du FMC

Règles universelles pour l'ensemble des plateformes et des volets

La SODIMO est d'avis que tous les produits admissibles au titre du FMC doivent être traités de la même manière eu égard aux exigences en matière d'éléments canadiens, indépendamment du volet ou de la plateforme. En d'autres termes, il importe que les productions télévisuelles, les produits multimédias interactifs numériques postulant par le biais du Volet convergent et les produits postulant par le biais du Volet expérimental partagent les mêmes exigences en matière de contenu canadien. Cela garantira des règles du jeu équitables à tous les producteurs de contenu qui font une demande de financement auprès du FMC.

La SODIMO reconnaît que les exigences actuelles ont été élaborées pour un environnement de télédiffusion et qu'elles peuvent ne pas être adaptées aux autres plateformes. Même si nous n'avons pas de recommandations détaillées sur la manière de concilier ces différences, il nous semble important que certains principes minimums soient satisfaits.

Caractéristiques à prendre en compte

Lors de l'évaluation de critères appropriés relatifs aux éléments canadiens dans les produits admissibles au FMC, la SODIMO estime que le FMC doit se concentrer sur les créateurs de contenu. Ainsi le FMC peut garantir que les produits admissibles sont créés au Canada et que le contrôle créatif et financier demeure entre les mains de Canadiens. C'est en outre un moyen de veiller à ce que les producteurs de contenu aient suffisamment de liberté créative et de maîtrise du sujet pour optimiser les possibilités d'innovation et accroître le potentiel de succès auprès de l'auditoire et de rendement du capital investi.

Un certain nombre de programmes de financement canadiens (notamment le FMNC, le Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques et le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell, ainsi que des programmes de financement de la télévision traditionnelle) ont instauré des exigences en matière de contenu canadien qui pourraient s'appliquer sur des plateformes multiples. La SODIMO recommande que le FMC veille aux principes directeurs existants sur ces programmes lors de la définition de ses propres critères concernant les éléments canadiens. Tous ces programmes comprennent des exigences en matière de détention du droit d'auteur et des stipulations concernant le contrôle financier et créatif canadien, la plupart contenant également des exigences en matière de dépenses canadiennes.

Sur la base de ces thèmes communs, la SODIMO conseille au FMC de se concentrer sur les trois éléments suivants pour déterminer les exigences en matière de contenu canadien pour les produits admissibles :

1. Les droits sous-jacents doivent être détenus et développés de façon significative par des sociétés canadiennes ou détenues et contrôlées par des Canadiens.
2. Le contrôle créatif et financier doit rester entre les mains de sociétés canadiennes ou détenues ou contrôlées par des Canadiens.
3. Les produits admissibles doivent être produits au Canada avec un pourcentage important de dépenses engagées au Canada.

L'adhésion à ces exigences sera une garantie que les fonds du FMC sont dirigés vers les productions qui font un usage maximum des ressources canadiennes. Des dérogations à ces exigences concerneront les coproductions sous l'égide d'un traité international pour la télévision et les partenariats internationaux équivalents pour les autres plateformes et les productions documentaires qui nécessitent le recours à des extérieurs situés en dehors du Canada.

Dans tous les cas, ces exigences doivent être neutres du point de vue technologique afin d'éviter l'exclusion par inadvertance de contenu ou de plateformes qui doivent encore être mis en œuvre à grande échelle ou même inventés. Ainsi les exigences seront-elles facilement adaptables au changement et à l'innovation scientifique et technologique.

Note d'information n°9 : Production en langues tierces

La SODIMO est favorable aux principes de diversité qui sont inscrits dans la *Loi sur la radiodiffusion* canadienne et reconnaît l'importance croissante de la production en langues tierces pour attirer les auditoires canadiens. Nous suggérons par conséquent que le FMC envisage l'introduction d'un programme pilote, financé par le biais du volet d'initiatives spéciales, afin d'appuyer la programmation en langues tierces. Le financement de ce programme doit être déduit du montant total des fonds disponibles, c'est-à-dire, avant que les montants fractionnés selon la langue anglaise/française 67/33 ne soient définis.

Note d'information n°10 : Productions d'entités affiliées aux télédiffuseurs et productions internes des télédiffuseurs

Le rôle des producteurs indépendants dans le système de télédiffusion

Les producteurs indépendants font partie intégrante du système de télédiffusion canadien. Ce sont eux qui tirent parti des ressources créatives, technologiques et financières pour développer, financer et promouvoir le contenu des produits multimédias interactifs numériques, télévisuels et des films, souvent à un échelon mondial. Originaires de milieux linguistiques, multiculturels et régionaux extrêmement divers et forts d'une expérience qui vient enrichir leur travail, ils apportent également une diversité de voix au système.

En outre, les producteurs indépendants profitent aux télédiffuseurs canadiens en leur permettant d'acquérir une programmation de qualité pour des coûts relativement bas. Les droits de diffusion des télédiffuseurs ne représentaient que 37 % du total du financement de la production télévisuelle en 2007-2008.⁴ Les autres sources de financement proposées par les producteurs indépendants ont permis la réalisation de ces programmes.

Les producteurs indépendants se voient donc réserver une place spéciale bien méritée dans la *Loi sur la radiodiffusion* canadienne. La *Loi* stipule, à l'article 3(i) (v) que « la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants ».

La SODIMO reconnaît que la responsabilité de mise en application de la *Loi sur la radiodiffusion* n'incombe pas au FCT, mais plutôt au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Les attentes et conditions d'attribution de licence par le CRTC contiennent l'obligation pour les télédiffuseurs d'obtenir des volumes spécifiques d'émissions prioritaires de la part des producteurs indépendants. La SODIMO a toujours appuyé ces exigences et continuera à le faire.

Cependant, le CRTC examine actuellement un certain nombre d'enjeux en matière de diffusion, notamment l'enjeu des exigences de production indépendante pour les télédiffuseurs. La décision prise

⁴ Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT), *Profil 2009 - Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, p. 46.

dans cette procédure aura un impact sur tout le système de télédiffusion et peut-être même un impact négatif sur les niveaux de production indépendants.

Niveaux de productions d'entités affiliées aux télédiffuseurs et productions internes des télédiffuseurs

D'après les chiffres actuels fournis par le FCT, le montant des fonds du FCT qui est consacré aux productions affiliées aux télédiffuseurs représente moins de 1 % du financement accordé par le FCT. En outre, les émissions produites en interne par les télédiffuseurs se cantonnent généralement au sport, aux actualités, aux affaires courantes, etc., et n'entrent pas par conséquent dans les genres admissibles au FCT.

Finalement, alors que la production d'entités affiliées aux télédiffuseurs est admissible à certains des programmes de financement qui existent actuellement, la production interne des télédiffuseurs ne l'est pas. Il n'y a par conséquent actuellement aucune motivation financière importante ni capacité régulatrice pour que les télédiffuseurs abandonnent la production indépendante en faveur d'une production affiliée ou en interne.

Puisque les milieux de la réglementation et des affaires sont en constante mutation, veiller toutefois à ce que les producteurs indépendants continuent à avoir un accès notable à la majorité des fonds du FCT va demeurer crucial. Par conséquent, nous suggérons que les niveaux des télédiffuseurs affiliés et en interne soient définis aussi bas que possible et que le FMC continue à contrôler le milieu de la réglementation et du financement de sorte que les producteurs indépendants puissent continuer à être les principaux bénéficiaires du financement du FMC. Dans le cadre de ce contrôle, la SODIMO suggère que les montants des dépenses des productions d'entités affiliées aux télédiffuseurs et des productions internes des télédiffuseurs soient accessibles au public.

Mécanismes de contrôle/Ententes commerciales

La SODIMO continue à soutenir l'avis selon lequel les ententes commerciales entre les télédiffuseurs et la communauté de production indépendante sont nécessaires pour garantir que les producteurs disposent d'un accès juste et équitable au système de télédiffusion. Nous sommes par conséquent favorables aux principes directeurs actuels du FCT qui régissent différents aspects du financement de productions télévisuelles admissibles. Nous encourageons le FMC à continuer à appuyer la possibilité pour les producteurs de contenu indépendants de protéger leur droit de propriété et les ressources de l'entreprise. En particulier, la SODIMO est en faveur du maintien de l'exigence-seuil en matière de droits de diffusion, de la politique sur les Honoraires du producteur et les frais d'administration (HP/FA) et de la politique sur le traitement des crédits d'impôt. Il convient d'étendre correctement ces politiques aux plateformes autres que de télédiffusion et de continuer à veiller à ce que tous les producteurs de contenu soient compensés de manière appropriée pour le rôle qu'ils jouent dans la création de contenu national de grande qualité.

Note d'information n°11 : Enveloppes de rendement – Entités admissibles

Critères d'admissibilité à l'enveloppe

Puisque les projets multiplateforme doivent être une exigence du Volet convergent du FMC, la SODIMO estime que les enveloppes de rendement doivent finalement être mises à la disposition de toutes les entités de distribution, quelle que soit la plateforme qui met le contenu admissible au FMC à disposition des auditoires canadiens. Nous sommes par conséquent favorables au principe d'élargissement des exigences d'admissibilité à l'enveloppe afin d'inclure des entités autres que des télédiffuseurs, dans la mesure où il s'agit d'entités détenues et contrôlées par des Canadiens qui distribuent des produits admissibles au FMC à des auditoires canadiens. Comme il a été discuté précédemment dans la présente soumission, il faut également que les entités admissibles apportent des contributions financières, sous la forme de droits de diffusion ou d'autres moyens adéquats.

La SODIMO encourage par conséquent la FMC à créer des principes directeurs sur l'admissibilité à l'enveloppe de rendement qui soient aussi inclusifs que possible. Ces exigences doivent être écrites avec suffisamment de souplesse pour prendre en compte une large variété de modèles de gestion de la distribution. Il est également important que les exigences laissent la place à l'innovation et au développement technologique. Dès que possible, il faut que des critères soient applicables aux modèles de distribution existants ainsi qu'à ceux qui restent à inventer. Ce sera une garantie que les principes directeurs sont adaptables en tant que technologie et que le marché continue à évoluer.

Cela étant dit, la SODIMO reconnaît qu'il est extrêmement difficile actuellement d'identifier des entités de distribution autres que des télédiffuseurs admissibles. Nous estimons également qu'il est important de préparer maintenant le terrain de sorte qu'à l'avenir, un éventail plus large d'entités soit admissible aux enveloppes de rendement. Aussi recommandons-nous que le FMC envisage la création d'une enveloppe de rendement générale à laquelle diverses entités de distribution non télévisuelle pourraient avoir accès. De la sorte, des entités de distribution autres que des télédiffuseurs auront accès immédiatement au fonds. Comme une seule entité de distribution ne pourrait contrôler cette enveloppe, il faudrait qu'elle soit gérée par le FMC, qui déterminerait quelles entités de distribution peuvent accéder à quel montant pour l'octroi de licences à du contenu admissible au FMC. L'enveloppe générale peut être retirée progressivement dès qu'un nombre raisonnable d'entités de distribution non télévisuelle ont été identifiées et se sont vu octroyer leurs propres enveloppes.

Facteurs de rendement

La SODIMO estime que les facteurs de rendement de l'enveloppe actuels (excepté la production régionale; voir nos commentaires ci-dessous) et leurs pondérations relatives demeurent appropriés. Si le FMC choisit de mettre en œuvre la nouvelle enveloppe destinée aux entités autres que de télédiffusion, les acteurs plus récents pourront établir un niveau de référence pour eux-mêmes comme tremplin vers l'admissibilité à leurs propres enveloppes. Bien qu'en général les facteurs de rendement demeurent pertinents pour les nouvelles plateformes, comme il a été indiqué précédemment, la mesure du succès auprès de l'auditoire devra être modifiée à partir du total d'heures d'écoute afin de satisfaire aux exigences de la plateforme (par exemple nombre de consultations de pages, nombre de téléchargements, etc.).

Note d'information n°12 : Succès auprès de l'auditoire et FMC – Accent sur les émissions originales en première diffusion

Le FCT a déjà mis en place un processus de mesure du succès auprès de l'auditoire qui reposait sur les critères de transparence, de simplicité et d'intégrité des données. Ce processus, fondé sur une combinaison d'autovérification des télédiffuseurs et d'un système de vérifications et de contrôles qualité par le FCT, constitue un moyen efficace de déterminer le succès auprès de l'auditoire pour les productions de télévision traditionnelle.

Dans la note fournie par le FCT sur cet enjeu, aucune question n'a été soulevée concernant la manière dont les émissions originales en première diffusion doivent être définies sur les plateformes autres que de télévision. Par conséquent, les commentaires ci-après ne se réfèrent qu'à la plateforme de télévision.

« Original » et « en première diffusion »

Alors qu'il existe une corrélation étroite entre ces deux termes, il ne faut pas les considérer comme synonymes comme c'est suggéré dans la note d'information.

Il est important de soutenir la création d'émissions originales qui sont diffusées sur les ondes à un moment où les Canadiens regardent la télévision. Par conséquent, « originale » ne doit désigner que la diffusion initiale de chaque nouvel épisode d'une émission sur le premier télédiffuseur. Les mécanismes du succès auprès de l'auditoire doivent inclure un certain type de prime pour mettre en ondes des émissions originales, car il s'agit des émissions les plus risquées pour les télédiffuseurs qui n'ont pas de garantie qu'une nouvelle émission attirera des auditoires.

Puisque les structures de financement se complexifient, elles nécessitent souvent la participation de plus d'un télédiffuseur pour lancer une émission. Les télédiffuseurs ayant contribué aux droits de diffusion d'un projet, c'est-à-dire ayant versé des droits de diffusion qui entrent dans la structure financière du projet, prennent également un risque sur un projet. La deuxième fenêtre et les suivantes participent également au succès des émissions car elles permettent d'attirer des auditoires qui auraient peut-être manqué la mise en ondes originale. Par conséquent, « en première diffusion » doit désigner la première diffusion de chaque nouvel épisode d'une émission par un télédiffuseur qui a contribué aux droits de diffusion d'une émission en vue d'une mise en ondes dans la deuxième fenêtre ou la suivante, dans le cadre de la structure de financement initial du projet. Elle doit être incluse dans les mesures du succès auprès de l'auditoire. Elle ne doit pas toutefois inclure d'épisodes diffusés par un télédiffuseur qui acquiert par la suite l'émission par le biais des droits de diffusion qui sont en dehors de la structure financière du projet.

Heures de grande écoute

Il est important que le contenu canadien soit accessible aux auditoires et soit diffusé lorsqu'ils ont le plus de chances de regarder la télévision. Les heures de grande écoute doivent par conséquent être définies, pour les besoins du FMC, comme la période allant du lundi au dimanche de 20 h à 23 h, en fonction du lieu d'où provient le signal de diffusion. Il faut prévoir des exceptions dans les catégories enfants et jeunes afin de prendre en compte les réalités démographiques de ces auditoires.

Mécanismes du succès auprès de l'auditoire

La SODIMO n'a pas de commentaires spécifiques à faire sur la conception de mécanismes du succès auprès de l'auditoire, hormis la suggestion d'une prime pour les émissions originales, comme il a été observé précédemment.

Note d'information n°13 : Productions régionales de langue anglaise

Alors que la SODIMO reconnaît le mandat fédéral du FMC, nous ne pouvons pas appuyer les politiques ou critères de financement qui désavantagent les créateurs de contenu de l'Ontario en faveur des incitatifs régionaux.

Il revient aux programmes fédéraux qui soutiennent la création de contenu de veiller à la diversité dans le système de télédiffusion et sur les plateformes de nouveaux médias. Les créateurs de contenu indépendants apportent une diversité de voix et de récits aux écrans canadiens. Cette diversité existe dans toutes les parties du pays, notamment dans les centres urbains comme Toronto, ainsi que les autres régions de l'Ontario. Depuis longtemps, les créateurs de contenu de l'Ontario apportent une diversité de voix et de récits au système de télédiffusion canadien et continuent à le faire dans le milieu des nouveaux médias. L'Ontario est un centre d'excellence reconnu et les politiques qui favorisent la région située en dehors des centres d'excellence risquent d'éroder les atouts centraux et la masse critique que représente l'Ontario.

Les créateurs de contenu font face à des défis au niveau de leur activité où qu'ils soient situés dans le pays. Or, les politiques qui créent des difficultés supplémentaires pour les créateurs de contenu des communautés spécifiques rendent plus complexe pour eux la tâche consistant à générer des recettes, capitaliser sur leur propriété intellectuelle et réinvestir dans leur société. Par conséquent, nous ne sommes pas favorables à la poursuite des incitatifs pour les productions régionales du FCT ni à l'expansion de ces incitatifs aux nouvelles plateformes dans le cadre du FMC.

Conclusion

La SODIMO aimerait remercier le FCT qui lui a permis de s'exprimer sur les enjeux politiques considérés au cours de l'élaboration des principes directeurs du FMC. Les commentaires figurant dans la présente soumission sont le reflet de notre expérience en tant qu'administrateurs de programmes pour les secteurs de la création de contenu pour écran. Nous sommes vivement intéressés à l'idée de participer à toutes les phases du processus de consultation alors que l'élaboration des principes directeurs du FMC se précise.