

Sommaire de l'évaluation du programme du Fonds des médias du Canada

(De 2014-2015 à 2018-2019)

APERÇU

Cette évaluation examine les contributions de Patrimoine canadien (PCH) au **Fonds des médias du Canada (FMC)** qui appuie le développement, la production, la distribution et la consommation de contenu canadien et d'applications pertinentes sur toutes les plateformes de médias audiovisuels.

Gouvernance

Le **Programme du Fonds des médias du Canada**, qui fait partie de la Direction générale de la Radiodiffusion, du droit d'auteur et du marché créatif à PCH, gère la contribution fédérale au FMC.

La **Société du Fonds des médias du Canada**, organisme indépendant à but non lucratif, administre le FMC.

Téléfilm Canada exécute la prestation quotidienne des programmes.

CONSTATATIONS

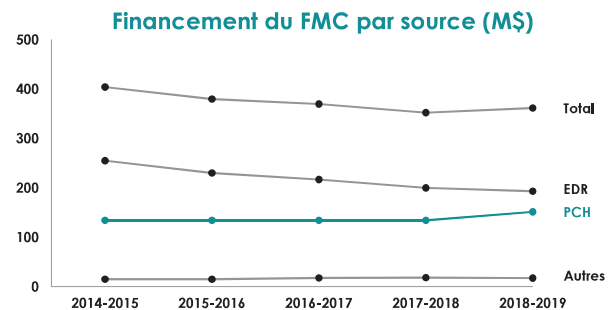
Environnement et contexte



Compte tenu de la diminution des recettes des entreprises de distribution de radiodiffusion provenant de la consommation de télévision, **PCH fournit une source de financement fiable** au budget annuel du FMC.

Le FMC reçoit des recettes d'un certain nombre de sources, y compris celles-ci :

- ◆ Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)
- ◆ Le Programme du Fonds des médias du Canada de PCH
- ◆ Les recettes générées par les intérêts, les recettes et les recouvrements sur les investissements dans la production
- ◆ Les contributions des engagements réglementaires



Le FMC a réagi aux changements survenus dans l'industrie des médias et dans l'écosystème de financement.



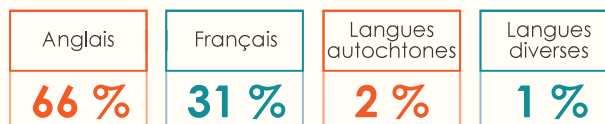
- ◆ Le FMC a appuyé des programmes culturels fédéraux plus vastes tel que la Stratégie d'exportation créative.
- ◆ Le Programme et la Société ont mis à jour les accords de contribution annuellement pour s'adapter aux besoins changeants de l'industrie.
- ◆ La Société a élaboré des initiatives pour améliorer la découvrabilité du contenu canadien en ligne.
- ◆ Le FMC a encouragé la représentation de divers groupes en quête d'équité, notamment pour :
 - ◆ la production autochtone
 - ◆ l'égalité des sexes dans les postes créatifs clés
 - ◆ les communautés de langue officielle en situation minoritaire
 - ◆ la production régionale

- ◆ La capacité de suivre le rythme des changements dans l'industrie fut ralenti par un environnement législatif et réglementaire complexe et interconnecté où les changements importants demandent un examen approfondi des implications sur diverses parties du système.

CONSTATATIONS

Raison d'être

Le FMC a contribué à des productions en plusieurs langues, à commencer par les langues officielles du Canada.



CONSTATATIONS

Raison d'être (suite)

Le FMC a joué un rôle essentiel dans le financement du contenu audiovisuel canadien.

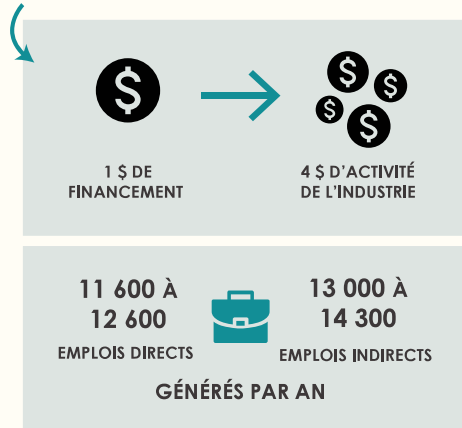
- Le FMC a contribué à plus de **3 000 projets**, principalement dans le cadre de 2 volets de programmes :

+2 500
PROJETS
CONVERGENTS

contenu qui apparaît sur au moins deux plateformes, dont l'une doit être la télévision.

+500
PROJETS
EXPÉRIMENTAUX

contenu numérique interactif de pointe, applications logicielles et séries Web.



Projets financés par le FMC (M\$)

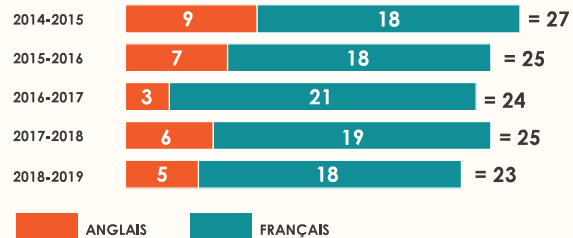
Année de financement	Demandes reçues	Volet convergent		Volet expérimental	
		Projets financés	Financement	Projets financés	Financement
2014-2015	1 981	505	311,3 \$	108	38,6 \$
2015-2016	2 070	541	314,9 \$	104	40,5 \$
2016-2017	1 976	530	306,0 \$	96	40,4 \$
2017-2018	2 010	497	284,6 \$	103	40,0 \$
2018-2019	1 810	493	285,3 \$	116	42,0 \$
Total*	9 847	2 566	1 502,1 \$	527	201,5 \$

*Ce tableau n'inclut pas l'allocation de l'enveloppe de rendement aux radiodiffuseurs.

- De nombreux projets ont été financés par le FMC et :

- ont reçu **plus de 1 000 prix** au Canada et à l'étranger
- ont atteint l'objectif de **14 millions de visites annuelles** pour les projets numériques convergents
- environ **25 émissions par année ont attiré plus d'un million de téléspectateurs**, en particulier pour les projets de langue française
- le contenu a été consulté en moyenne **3,4 heures par semaine (français)** et **1,4 heure par semaine (anglais)**

Programmes financés par le FMC avec des publics de plus de 1 million de téléspectateurs au Canada



CONSTATATIONS

Perspectives d'avenir

Le Programme et le gouvernement fédéral devront s'adapter davantage afin de répondre aux :

TENDANCES ET DÉFIS

Diminution de la télévision traditionnelle

→ **Modèle de financement existant sous pression**

Popularité croissante des services de programmation par contournement à l'échelle mondiale

→ **Les systèmes réglementaires nationaux sont mis au défi**

Augmentation de la consommation multiplateforme et en ligne

→ **Problèmes de partage de données, de propriété, de sécurité et d'analyse**

POSSIBILITÉS POUR LES CRÉATEURS

Avancées technologiques peuvent offrir des moyens de **production de contenu à coûts minimes**

Nouvelle narration instantanée avec les médias sociaux, l'intelligence artificielle et les technologies immersives

RECOMMANDATIONS

L'évaluation recommande que la sous-ministre adjointe principale des Affaires culturelles :

1 Examine et améliore davantage la politique et les cadres de rendement du FMC afin de refléter les changements dans l'industrie vers la consommation de médias multiplateformes et en ligne et de s'assurer que les données recueillies sont pertinentes et utiles pour mesurer la consommation, la promotion et le succès des projets financés par le FMC à l'ère numérique.

2 Recherche d'autres occasions de promouvoir les initiatives de diversité et d'inclusion par l'intermédiaire du FMC en élargissant ces efforts à d'autres groupes clés, comme les communautés autochtones, racisées et LGBTQ2S.