
Direction des services d'évaluation
20 janvier, 2023

This publication is also available in English.

Cette publication est disponible aux formats PDF et HTML à l'adresse Internet suivante :
Canada.ca/fr/patrimoine-canadien

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre du Patrimoine canadien, 2023
No de catalogue : CH7-69/1-2023F-PDF
ISBN : 978-0-660-47789-3

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Liste des tableaux | ii |
| Liste des figures | ii |
| Liste des acronymes et abréviations | iii |
| Sommaire | iv |
| 1. Introduction..... | 1 |
| 2. Profil de la Stratégie d'exportation créative | 1 |
| 2.1. Résultats et activités attendus du Fonds pour l'exportation créative | 2 |
| 2.2. Gouvernance et gestion du Programme | 6 |
| 2.3. Ressources du programme | 6 |
| 3. Approche et méthodologie | 7 |
| 3.1. Portée, calendrier et contrôle de la qualité | 7 |
| 3.2. Calibrage | 8 |
| 3.3. Questions d'évaluation | 9 |
| 3.4. Méthodes de collecte de données | 9 |
| 3.5. Limites et stratégies d'atténuation | 11 |
| 4. Constatations..... | 13 |
| 4.1. Pertinence | 13 |
| 4.2. Efficacité..... | 20 |
| 4.3. Efficience : démonstration de l'efficience..... | 31 |
| 5. Conclusions..... | 37 |
| 6. Recommandations, réponse de la direction et plan d'action | 39 |
| Annexe A : Résultats attendus, indicateurs de rendement et cibles du FEC | 45 |
| Annexe B : Cadre d'évaluation..... | 48 |
| Annexe C : Secteurs et sous-secteurs créatifs | 58 |
| Annexe D : Bibliographie..... | 61 |

Liste des tableaux

| | |
|--|----|
| Tableau 1 : Activités de la Stratégie d'exportation créative et dépenses prévues sur 5 ans par pilier | 2 |
| Tableau 2 : Résultats attendus du Fonds pour l'exportation créative..... | 3 |
| Tableau 3: Dépenses du Fonds pour l'exportation créative, 2018-19 à 2020-2021 (en dollars réels)..... | 7 |
| Tableau 4: Questions d'évaluation par enjeu principal | 9 |
| Tableau 5: Limites de l'évaluation et stratégies d'atténuation | 12 |
| Tableau 6: Représentation des secteurs créatifs parmi les bénéficiaires d'ECC et les participants aux MC, de 2018-2019 à 2020-2021 | 15 |
| Tableau 7: Représentation des secteurs créatifs parmi les bénéficiaires financés par ECC, de 2018-2019 à 2020-2021 | 15 |
| Tableau 8 : Ratio des coûts-bénéfices réels et prévus des projets financés par ECC, de 2018-2019 à 2020-21 | 24 |
| Tableau 9 : Valeur financière des rencontres B2B au cours de 3 missions commerciales, à l'exclusion de la MC en Chine..... | 25 |
| Tableau 10 : Ententes commerciales potentielles découlant d'un échantillon d'événements d'amplification internationaux | 27 |
| Tableau 11 : Ententes commerciales potentielles découlant d'un échantillon d'événements d'amplification nationaux | 27 |
| Tableau 12 : Dépenses prévues du FEC (en millions de dollars), de 2018-2019 à 2020-2021 | 31 |
| Tableau 13 : Dépenses réelles du FEC (en millions de dollars), de 2018-2019 à 2020-2021..... | 32 |
| Tableau 14 : Satisfaction de l'échantillon d'événements d'amplification des OCI pour les événements d'amplification internationaux | 35 |
| Tableau 15 : Satisfaction de l'échantillon d'événements d'amplification des OCI pour des événements d'amplification nationaux | 36 |
| Tableau 16 : Recommandation 1 – Plan d'action | 40 |
| Tableau 17 : Recommandation 2 – Plan d'action | 43 |

Liste des figures

| | |
|--|----|
| Figure 1 : Ratio de levier du financement engagé par les bénéficiaires du financement d'ECC, 2018-19 à 2021-2021 | 22 |
| Figure 2 : Revenus réels par rapport aux revenus cibles d'exportation des projets financés par ECC, de 2018-19 à 2020-2021 | 22 |
| Figure 3 : Analyse des revenus d'exportation réels des projets financés par ECC, de 2018-2019 à 2020-2021 | 23 |

Liste des acronymes et abréviations

| | |
|---------------|--|
| AMC | Affaires mondiales Canada |
| B2B | Interentreprises |
| CI | Commerce international |
| DC | Délégués commerciaux |
| DSE | Direction des services d'évaluation |
| ECC | Exportation créative Canada |
| EDSC | Emploi et Développement social Canada |
| FEC | Fonds pour l'exportation créative |
| F et E | Fonctionnement et entretien |
| F/P/T | Fédéral, provincial et territorial |
| GFK | Growth from Knowledge |
| HUB | Services de gestion des ressources (appelé à l'interne le HUB) |
| MC | Mission commerciale |
| OCI | Opérations commerciales internationales |
| PCH | Patrimoine canadien |
| PIR | Profil d'information sur le rendement |
| ROI | Retour sur investissements |
| RPAS | Régime de prestations et d'avantages sociaux |
| SDC | Service des délégués commerciaux |
| SEC | Stratégie d'exportation créative |
| S et C | Subventions et contributions |
| SGISC | Système de gestion de l'information sur les subventions et contributions |
| SPAC | Services publics et Approvisionnement Canada |

Sommaire

Description du programme

L'évaluation a porté sur le programme Exportation créative Canada (ECC) et les activités des Opérations commerciales internationales (OCI), qui sont des composantes du Fonds pour l'exportation créative (FEC), lequel fait partie de la Stratégie d'exportation créative (SEC). L'objectif d'ECC est de financer un nombre limité de projets entrepris par des organismes à but lucratif et sans but lucratif du secteur créatif, qui ont la possibilité de générer d'importantes recettes d'exportation. Les activités du programme des OCI visent à faciliter les transactions commerciales et à générer des recettes d'exportation pour le secteur créatif canadien en organisant des missions commerciales (MC), des événements d'amplification, des séminaires sur l'exportation et des partenariats avec d'autres homologues gouvernementaux.

Approche et méthodologie de l'évaluation

L'évaluation a utilisé une approche à méthodes mixtes, y compris un examen des documents et des données administratives, une revue de la littérature, des entrevues et des études de cas. 31 entrevues ont été menées auprès de représentants du ministère du Patrimoine canadien (PCH) et de demandeurs financés et non financés par le programme ECC. Les 2 MC qui ont été sélectionnées pour les études de cas sont la MC en Amérique latine (2019) qui s'est déroulée en personne et la MC en Allemagne (2021) qui s'est déroulée en mode virtuel. Dans le cadre des études de cas, des entrevues ont été menées auprès de 3 délégués commerciaux (DC) d'Affaires mondiales Canada (AMC) et de 10 participants aux MC.

Constatations

Pertinence

Il y a un besoin continu pour le FEC. L'évaluation constate que le FEC est pertinent parce que les exportations sont essentielles à la croissance continue du secteur créatif. Le soutien du gouvernement est nécessaire pour aider le secteur à accroître ses activités d'exportation en raison des difficultés d'accès aux marchés internationaux et du manque de ressources pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de commercialisation des exportations. Bien que la pandémie de COVID-19 ait entraîné des répercussions négatives importantes sur le secteur créatif, le FEC a réagi en adaptant sa prestation aux besoins changeants, y compris ceux liés à la pandémie.

Le FEC s'harmonise avec les priorités fédérales et ministérielles, particulièrement en ce qui concerne la promotion du commerce international (CI) et la promotion du secteur créatif. Même si le FEC tient compte des engagements du gouvernement fédéral à l'égard des communautés d'équité, l'évaluation révèle qu'il est possible d'améliorer les données liées à ces communautés pour mieux soutenir la prise de décisions et la reddition de comptes.

Bien qu'il existe une variété d'autres programmes fédéraux, provinciaux et territoriaux qui répondent à des besoins semblables, des efforts ont été déployés pour éviter le chevauchement et s'assurer que le programme ECC et les activités des OCI répondent à des besoins distincts.

Efficacité

Le FEC a réalisé des progrès dans l'atteinte des résultats à court terme prévus visant à accroître les activités d'exportation.

Le programme ECC a versé 22,2 millions de dollars à 48 organismes à but lucratif et sans but lucratif pour entreprendre des projets d'exportation. Les activités des OCI ont accru la promotion du secteur à l'échelle internationale grâce à une variété d'activités et d'engagements, notamment 4 MC, 3 MC exploratoires, 36 événements d'amplification, 9 séminaires sur l'exportation créative et l'établissement d'un partenariat officiel.

Le FEC a réalisé des progrès considérables dans l'atteinte des résultats attendus à moyen terme en ce qui concerne l'augmentation des recettes d'exportation, mais il existe des possibilités d'amélioration. Les recettes d'exportation générées à ce jour par les demandeurs financés par le programme ECC s'élèvent à 83,2 millions de dollars, ce qui est plus élevé que prévu. Toutefois, la plupart des recettes d'exportation sont attribuables à 3 projets seulement, et les recettes d'exportation sont inférieures aux coûts pour deux tiers des projets financés par le programme, ce qui suggère qu'il serait possible de mieux harmoniser le processus de décision de financement avec les objectifs et les priorités de la SEC pour accroître davantage les revenus d'exportation. Les 4 MC des OCI ont contribué à 88 contrats commerciaux potentiels. Il y a eu 54 accords commerciaux signés ou en négociations avancées à partir d'un échantillon de 7 événements d'amplification. Le programme ECC a atteint son objectif de ratio de financement global avec un ratio de 1 \$: 1,6 \$.

Le Canada s'est classé au cinquième rang pour l'indice des marques volet exportations du *Growth from Knowledge* (GFK) Nation Brands Index en 2021, soit le même rang qu'en 2018. Pour ce qui est de l'indice des marques volet culture du GFK Nation Brands Index, le Canada s'est classé au 10e rang en 2021, ce qui est supérieur au 12e rang en 2018.

Mesure du rendement

L'évaluation révèle que l'information sur la mesure du rendement est, dans une certaine mesure, utile à la prise de décisions. Une stratégie de rendement est en place et des données sur les résultats sont recueillies. Un certain nombre de lacunes ont été identifiées, notamment :

- les courts délais pour la collecte des données ne permettent pas d'atteindre tous les résultats immédiats et à moyen terme, d'autant plus que les recettes d'exportation prennent plus de temps à réaliser;
- les données de rendement ne sont pas recueillies, compilées et rapportées de manière constante, y compris les données relatives aux communautés d'équité; et

-
- les définitions ainsi que les limites des mesures du rendement ne sont pas toujours claires pour les intervenants.

Efficiences

Bien qu'il existe des preuves de bonnes pratiques de gestion dans la réalisation du programme ECC et des activités des OCI, l'évaluation note certains défis. Il est possible d'améliorer la prestation du programme ECC en réduisant le temps nécessaire pour prendre les décisions de financement, puisque la norme de service de 26 semaines de PCH n'a été atteinte que dans 34 % des cas, et en clarifiant les priorités de financement et les critères d'admissibilité.

Recommandations

Recommandation 1 : L'évaluation recommande que le sous-ministre adjoint principal, Affaires culturelles, examine et mette à jour le modèle logique et les indicateurs de mesure du rendement du FEC, afin d'appuyer une collecte de données et une reddition de compte constantes, ainsi que de mieux saisir les impacts économiques à moyen et à long terme et d'améliorer les données sur les communautés d'équité.

Recommandation 2 : L'évaluation recommande que le sous-ministre adjoint principal, Affaires culturelles, mette en œuvre des mesures visant à simplifier et à améliorer le processus décisionnel du programme ECC en matière de financement.

1. Introduction

Le présent rapport présente les conclusions de l'évaluation de la Stratégie d'exportation créative (SEC) de PCH. L'évaluation a été effectuée conformément au Plan d'évaluation de 2018-2019 à 2022-2023 du ministère du Patrimoine canadien (PCH) et conformément à la Politique sur les résultats du Conseil du Trésor (2016), à la Directive sur les résultats (2016) et à la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

L'évaluation de la SEC porte sur une période de 3 ans allant du 1er avril 2018 au 31 mars 2021. Elle traite des questions liées à la pertinence, à l'efficacité et à l'efficacités. Elle est axée sur le Fonds pour l'exportation créative (FEC), qui est le troisième pilier de la SEC¹.

2. Profil de la Stratégie d'exportation créative

Dans son budget de 2016, le Canada s'est engagé à verser 35 millions de dollars sur 2 ans pour soutenir les artistes canadiens et le secteur créatif dans l'expansion de leurs marchés à l'échelle internationale. De 2016-2017 à 2017-2018, PCH, Affaires mondiales Canada (AMC) et Téléfilm Canada² ont utilisé ce financement pour soutenir des activités qui ont fait la promotion des artistes canadiens et du secteur créatif à l'étranger et aidé les missions canadiennes à promouvoir la culture et la créativité canadiennes sur la scène mondiale. Une partie du financement a servi à élaborer, à lancer et à mettre en œuvre la SEC.

La SEC a été lancée en juin 2018 avec un investissement de 125 millions de dollars sur 5 ans (de 2018-2019 à 2022-2023). L'objectif de la SEC est de fournir aux entreprises et aux entrepreneurs du secteur créatif³ les ressources nécessaires pour se développer sur les marchés étrangers et maximiser leur potentiel d'exportation. Comme le montre le tableau 1, la SEC a 3 piliers d'activités. Le FEC constitue le troisième pilier de la SEC et est appuyé par un financement de 70 millions de dollars sur une période de 5 ans.

¹ Cette évaluation ne comprend pas la Foire du livre de Francfort, qui fait partie du FEC.

² Téléfilm Canada est un organisme de portefeuille de Patrimoine canadien.

³ Un tableau présentant la classification des secteurs créatifs et des sous-secteurs est disponible à l'annexe C.

Tableau 1 : Activités de la Stratégie d'exportation créative et dépenses prévues sur 5 ans par pilier

| Pilier | Dépenses prévues | Activités |
|-----------------|------------------|---|
| 1er pilier | 25 M\$ | Augmenter le financement, axé sur l'exportation, dans les programmes existants de PCH (Fonds du Canada pour la présentation des arts, Fonds du livre du Canada, Fonds de la musique du Canada, Fonds du Canada pour les périodiques) et de Téléfilm Canada afin de positionner le secteur créatif pour l'exportation à l'étranger. |
| 2e pilier | 30 M\$ | Accroître et consolider la présence du secteur créatif canadien à l'étranger grâce aux investissements d'AMC. |
| 3e pilier – FEC | 70 M\$ | Développer le secteur créatif en : <ul style="list-style-type: none"> • Fournissant un financement à des projets prêts à l'exportation, entrepris par des organismes à but lucratif et sans but lucratif, dans le cadre du programme de financement Exportation créative Canada (ECC). • Planifiant, coordonnant et réalisant des MC du secteur créatif canadien et des séminaires (activités de sensibilisation), finançant des rencontres interentreprises (B2B) dans le cadre d'événements commerciaux internationaux du secteur créatif au Canada ou à l'étranger et établissant des partenariats internationaux afin d'établir des relations et de faciliter les transactions commerciales. • Dirigeant les préparatifs en vue de la présence virtuelle du Canada à titre d'invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort en 2020 et d'une présence hybride en 2021, et favorisant des débouchés commerciaux pour le secteur créatif. |

Source : Documentation originale de la SEC

2.1. Résultats et activités attendus du Fonds pour l'exportation créative

2.1.1. Résultats attendus

Le tableau 2 ci-dessous décrit les résultats à court, à moyen et à long terme du FEC⁴. De plus amples renseignements sur les indicateurs et les cibles pour chaque résultat attendu se trouvent à l'annexe A.

⁴ Veuillez noter que dans le présent rapport, le FEC fait référence aux activités de ECC et des OCI.

Tableau 2 : Résultats attendus du Fonds pour l'exportation créative

| Calendrier | Résultats attendus |
|---------------|---|
| À court terme | <ul style="list-style-type: none"> • Soutien accru aux activités de promotion internationale du secteur créatif et de participation à une gamme d'événements internationaux • Augmentation des activités liées à l'exportation créative grâce à un soutien direct au secteur créatif canadien |
| À moyen terme | <ul style="list-style-type: none"> • La SEC favorise la croissance des exportations du secteur créatif canadien • La SEC génère un retour sur investissements (ROI) dans le secteur créatif canadien • Le secteur créatif canadien obtient une reconnaissance internationale |
| À long terme | <ul style="list-style-type: none"> • Le secteur créatif a du succès sur les marchés mondiaux, ce qui accroît la prospérité économique du Canada |

Source : documentation originale de la SEC

2.1.2. Activités

Exportation créative Canada

ECC est un programme de subventions et de contributions (S et C) qui vise à faire croître le secteur créatif par l'exportation. Il s'articule autour de 3 principes clés :

1. **Rendement** : Le programme finance des projets qui ont un fort potentiel de ROI.
2. **Flexibilité** : Le programme se veut neutre, c'est-à-dire qu'il ne fait aucune discrimination à l'égard d'un secteur créatif, qu'il n'a pas d'enveloppes de financement allouées à un secteur particulier et qu'il est ouvert à toutes les entreprises œuvrant dans le secteur créatif canadien.
3. **Complémentarité** : Étant donné les nombreux programmes qui soutiennent les activités d'exportation canadiennes, le programme consulte les programmes existants pour garantir qu'il n'y a pas de chevauchement de financement.

Afin d'atteindre le meilleur ROI possible, ECC est conçu pour financer un nombre limité de projets à fort potentiel (environ 20 projets par année). Pour être admissibles au financement d'ECC, les demandeurs doivent : être un organisme à but lucratif ou à but non lucratif; avoir un revenu annuel maximal de 500 millions de dollars; avoir au moins un employé à temps plein; être détenu et contrôlé par des Canadiens.

Pour la période couverte par la présente évaluation, les projets admissibles devaient :

- s'attendre à générer de nouveaux revenus d'exportation;
- avoir un coût total minimal de 300 000 \$⁵;
- être prêt à l'exportation, c'est-à-dire que le contenu est prêt à être commercialisé et que la recherche ou le plan d'exportation est entièrement élaboré;

⁵ En 2021-2022, le montant a été réduit à 150 000 \$ pour faciliter l'accès au financement.

-
- détenir des droits de propriété intellectuelle sur le contenu; et
 - avoir une incidence directe sur au moins un des secteurs créatifs suivants : audiovisuel et médias interactifs, enregistrement sonore, arts de la scène, édition (livres et périodiques), ainsi que les arts visuels et appliqués (exposition, mode, produit, art public et urbain).

ECC est délivré dans le cadre d'un processus de financement concurrentiel. Deux appels de propositions ont été lancés en 2018-2019 et un par exercice financier a été lancé au cours des années suivantes. Les demandeurs doivent remplir un formulaire de demande qui comprend une description des résultats attendus et de l'impact du projet sur le secteur créatif canadien. ECC utilise une grille de notation pour déterminer si un projet sera recommandé pour le financement. ECC consulte également des partenaires internes et externes, y compris AMC, d'autres programmes de financement de PCH et Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC), afin de déterminer, par exemple, la faisabilité d'un projet, les problèmes potentiels et la capacité d'offrir un soutien à l'étranger.

Un financement maximal de 2 ans est offert pour soutenir des projets de plus grande envergure ou pluriannuels.

Opérations commerciales internationales

Les OCI sont responsables des 4 activités suivantes : les MC, les événements d'amplification, les séminaires sur l'exportation et les partenariats avec des homologues gouvernementaux à l'international. Ces activités sont financées par les dépenses de fonctionnement et d'entretien (F et E). Les OCI comptent sur les partenariats et la collaboration avec le Service des délégués commerciaux (SDC) d'AMC pour aider à la planification et/ou à la prestation d'activités internationales comme les MC et les événements d'amplification internationaux.

Missions commerciales

Les OCI sont responsables de la planification, de la coordination et de l'exécution de MC multisectorielles pour le secteur créatif canadien. Les MC se composent de 2 parties : la première partie est un programme gouvernemental où des réunions bilatérales sont organisées avec des homologues gouvernementaux du pays où la MC est en cours; et la deuxième partie est un programme commercial où des réunions bilatérales sont organisées avec une délégation d'entreprises canadiennes du secteur créatif afin de rencontrer des acheteurs potentiels du pays où la MC a lieu.

La réalisation des réunions bilatérales avec les homologues gouvernementaux fait progresser la partie « partenariats » du mandat des OCI, en plus de permettre la discussion et l'avancement de dossiers prioritaires pour PCH à l'échelle internationale, ainsi que la discussion sur les défis et les risques auxquels le secteur créatif canadien peut faire face dans divers marchés.

En ce qui concerne le programme commercial, une fois qu'une MC est identifiée, un appel de candidatures est lancé environ 4 à 5 mois avant la mission. Les participants éventuels de la MC doivent présenter une demande dans le cadre d'un processus concurrentiel. La demande est évaluée en fonction d'une grille d'évaluation basée avant tout sur son statut prêt à l'exportation. Si le demandeur

satisfait à cette exigence, des facteurs de diversité et d'inclusion sont également pris en compte dans le processus d'évaluation (p. ex., les entreprises dirigées par des autochtones ou axées sur les autochtones, les entreprises axées sur la diversité et l'équité ou les entreprises dirigées par des femmes ou axées sur les femmes). Les coûts de la MC couverts par les OCI comprennent les frais liés à toutes les composantes du programme opérationnel⁶, le cas échéant. Les participants à la MC sont responsables de leurs frais de déplacement et de leurs dépenses. Aucun frais de participation n'est exigé.

Événements d'amplification

Les activités d'amplification comprennent des rencontres B2B ainsi que des possibilités de réseautage à l'occasion d'événements internationaux ou nationaux propres à un secteur, de conférences, de salons professionnels et de foires axées sur le commerce international⁷. Le rôle des OCI en ce qui concerne les événements d'amplification varie d'un événement à l'autre et peut comprendre ce qui suit:

- fournir du financement aux organisateurs d'événements, aux consultants ou aux DC pour couvrir les coûts liés à l'organisation de rencontres B2B entre les participants canadiens et les acheteurs ou partenaires internationaux potentiels;
- participer à la planification des éléments du programme, y compris prodiguer des conseils sur le type d'activités à mener, demander un rapport postérieur à l'événement sur les résultats et veiller à la réalisation d'un sondage post-participation;
- participer et/ou fournir un soutien en personne pendant les rencontres B2B; et
- coordonner le recrutement de participants canadiens qui bénéficieront du programme d'affaires lors des événements internationaux sélectionnés.

Séminaires sur l'exportation

Les OCI planifient et organisent des séminaires sur l'exportation pour les entreprises du secteur créatif dans tout le Canada afin de promouvoir les programmes et les activités de la SEC et de renforcer la capacité et l'état de préparation à l'exportation en invitant et en présentant les activités et les programmes de financement d'autres ministères fédéraux, provinciaux ou territoriaux (F/P/T) et d'organisations non gouvernementales.

Partenariats

Les OCI sont responsables d'établir des partenariats avec des homologues gouvernementaux à l'international afin de faciliter et d'améliorer le commerce bilatéral et la collaboration dans le secteur créatif. Cela comprend des échanges de gouvernement à gouvernement avec des homologues d'autres pays et la participation à des discussions bilatérales de haut niveau sur le commerce dans le secteur créatif.

⁶ Le programme commercial de la MC comprend des séances d'information sur les marchés et l'environnement d'affaires, des rencontres B2B/jumelage, des réceptions de réseautage, le transport local, des visites sur place, la traduction et l'interprétation.

⁷ Les activités d'amplification financées par les OCI peuvent comprendre, par exemple, des rencontres B2B, des séances de présentation, des activités de réseautage et des séances d'information sur les marchés.

Initiative de la Foire du livre de Francfort

Cette initiative était chargée de diriger la préparation de la présence du Canada à titre d'invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort qui a eu lieu virtuellement en 2020 et en personne en 2021. Elle était axée sur ce qui suit :

- assurer une forte présence du Canada en tant qu'invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort;
- créer des opportunités commerciales pour le secteur créatif; et
- établir un réseau d'échanges culturels entre le Canada et les pays germanophones en mettant en valeur et en faisant connaître l'expertise canadienne dans plusieurs sous-secteurs créatifs.

2.2. Gouvernance et gestion du Programme

La Direction générale du CI, au sein du secteur des affaires culturelles de PCH, est responsable de l'exécution du FEC. La Direction générale du CI se consacre à promouvoir les intérêts du secteur créatif du Canada à l'échelle internationale par l'entremise des activités d'ECC et des OCI. Les responsabilités de la Direction générale du CI comprennent :

- la coordination et la cohésion globales des politiques de la SEC;
- l'étude de marché et l'analyse des données pour assurer la mise en œuvre efficace du FEC;
- la coordination des MC, des événements d'amplification et des partenariats internationaux;
- l'administration du programme de contributions ECC; et
- la collecte des données existantes et la production des rapports sur les résultats atteints par les initiatives de la SEC en travaillant avec AMC, d'autres programmes de PCH et Téléfilm Canada.

Un comité des directeurs généraux PCH-AMC est chargé d'échanger des renseignements sur les résultats, discuter des documents de planification et harmoniser les activités de financement. Les réunions du comité ont lieu au moins une fois par année.

2.3. Ressources du programme

Comme l'indique le tableau 3, les dépenses réelles pour le FEC étaient d'environ 40,6 millions de dollars, y compris les salaires, les coûts du régime de prestations et d'avantages sociaux (RPAS), les dépenses de F et E et les dépenses en S et C de 2018-2019 à 2020-2021. Au cours de cette période de 3 ans, les dépenses en S et C ont totalisé 22,5 millions de dollars, soit 55 % des dépenses totales.

Tableau 3: Dépenses du Fonds pour l'exportation créative, 2018-19 à 2020-2021 (en dollars réels)⁸

| Dépenses (\$) | 2018-2019 | 2019-2020 | 2020-2021 | Total |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Salaires | 2,189,865 | 2,637,856 | 2,861,516 | 7,689,237 |
| Régime de prestations et d'avantages sociaux (RPAS) | 437,973 | 712,221 | 772,609 | 1,922,803 |
| Fonctionnement et entretien (F et E) | 2,196,977 | 3,595,579 | 2,691,785 | 8,484,341 |
| Subventions et contributions (S et C) | 7,788,750 | 7,170,955 | 7,500,000 | 22,459,705 |
| Total | 12,613,565 | 14,116,611 | 13,825,910 | 40,556,086 |

Source : Direction générale de la gestion financière de PCH

3. Approche et méthodologie

L'évaluation a été menée par la Direction des services d'évaluation (DSE) de PCH, avec l'appui de consultants. Cette section décrit l'approche et la méthodologie de l'évaluation, notamment la portée, les délais, le calibrage, les questions d'évaluation, les méthodes de collecte de données, les limites et les stratégies d'atténuation.

3.1. Portée, calendrier et contrôle de la qualité

Étant donné que l'actuelle SEC prend fin en mars 2023 et qu'elle est en cours de renouvellement, l'évaluation s'est concentrée sur les activités du FEC au cours de la période de 3 ans allant du 1er avril 2018 au 31 mars 2021, comme il est établi dans la documentation originale de la SEC, en accordant une attention particulière à ECC, aux OCI et aux activités politiques du CI liées aux données sur le rendement de la SEC. L'évaluation ne comprend pas les activités du FEC liées à la préparation de la présence virtuelle du Canada à titre d'invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort ni les activités du Pilier 1 ou 2 de la SEC⁹.

La portée et les questions de la présente évaluation ont été déterminées en tenant compte des exigences politiques et des besoins de la haute direction. Les entrevues préliminaires tenues à l'étape de la planification avec les représentants du programme ont permis de cerner les besoins d'information suivants :

- les réussites du FEC et les domaines d'amélioration;

⁸ Les dépenses du tableau 3 comprennent toutes les composantes de la FEC, y compris les activités de la Foire du livre de Francfort qui ne sont pas visées par l'évaluation.

⁹ Deux facteurs principaux ont contribué à l'exclusion de la Foire du livre de Francfort de cette évaluation : la Foire venait de prendre fin, et les résultats n'étaient pas disponibles pour l'évaluation pendant la phase de collecte des données; et un audit de la Foire du livre par PCH était en cours. Pour ce qui est des piliers 1 et 2, la documentation originale de la SEC indiquait que les résultats du pilier 1 devaient être évalués au cours de chaque évaluation de programme régulière et que les activités du pilier 2 devaient être évaluées par AMC.

-
- le besoin continu du FEC;
 - l'harmonisation avec les priorités du gouvernement fédéral et les objectifs de PCH;
 - l'efficacité et l'utilité des données sur le rendement; et
 - les améliorations possibles du programme.

En plus de ces domaines d'intérêt du programme et comme il est indiqué dans son Plan d'évaluation quinquennal, 2021-2022 à 2025-2026, PCH s'est également engagé à examiner les questions horizontales liées aux groupes dignes d'équité (ci-après appelés les communautés d'équité), ainsi que celles liées à l'incidence de la pandémie de la COVID-19 sur la mise en œuvre du programme.

La DSE a mené le travail de façon neutre et avec intégrité dans ses relations avec les intervenants. Les mesures d'assurance de la qualité suivantes ont été prises au cours de l'évaluation :

- Une combinaison de méthodes qualitatives et quantitatives de collecte de données a été utilisée pour mieux comprendre les résultats du FEC.
- De multiples sources de données primaires et secondaires ont été utilisées pour s'assurer que les résultats sont fiables.
- Une séance de triangulation a été tenue pour valider les constats au travers de différentes méthodes de collecte de données et par questions d'évaluation. Les résultats de la triangulation ont guidé les conclusions et les recommandations de l'évaluation.

3.2. Calibrage

Compte tenu du renouvellement de la SEC, cette évaluation a été entreprise selon un processus accéléré pour fournir de l'information utile au renouvellement. Par conséquent, le calibrage a été envisagé dans les domaines suivants :

- La collecte de données a été réalisée dans un court délai.
- Un nombre réduit de questions d'évaluation ont été utilisées, et les efforts ont été axés sur les besoins clés identifiés par la haute gestion du programme.
- Dans la mesure du possible, l'équipe d'évaluation a tiré parti des sources de données existantes, comme les données et les documents sur le rendement du programme et la littérature.
- Un échantillon de documentation a été examiné et rapporté pour les événements d'amplification, car les données globales sur le rendement n'ont pas été compilées par exercice financier.
- Une collecte ciblée de données a été entreprise pour combler les principales lacunes en matière d'information. Les sources de données ont été choisies pour cibler des domaines d'enquête précis, pour recouper les questions et pour valider les constats lors de la triangulation.
- Le format du rapport a été simplifié.

3.3. Questions d'évaluation

Les questions d'évaluation sont présentées au tableau 4. Ces questions ont guidé l'évaluation, y compris l'élaboration d'instruments de collecte de données, et les analyses. De plus amples renseignements sur les indicateurs, les sources de données et les méthodes de collecte de données sont présentés dans le Cadre d'évaluation (annexe B).

Tableau 4: Questions d'évaluation par enjeu principal

| Enjeu principal | Questions d'évaluation |
|-------------------|---|
| Pertinence | 1. Besoin continu du programme 2. Harmonisation avec les priorités du gouvernement et de PCH 3. Chevauchement ou complémentarité avec d'autres programmes |
| Efficacité | 4. Atteinte des résultats attendus à court terme 5. Atteinte des résultats attendus à moyen terme 6. Mesure dans laquelle les mesures du rendement sont utilisées pour guider la prise de décisions |
| Efficiace | 7. Démonstration de l'efficiace |

3.4. Méthodes de collecte de données

La collecte de données de l'évaluation a eu lieu d'octobre 2021 à juillet 2022. La méthodologie a été fondée sur une approche mixte et s'est appuyée sur des sources d'information primaires et secondaires. La collecte de données comprenait une revue des documents et des données administratives, une revue de la littérature, des entrevues et des études de cas. Les sous-sections suivantes décrivent chacune des méthodes de collecte de données de façon plus détaillée.

3.4.1. Revue des documents et des données administratives

La DSE a examiné plus de 400 documents, notamment : la documentation de PCH et du gouvernement fédéral; la documentation de la SEC, les documents de présentation, les recherches et les analyses menées par l'équipe des politiques du CI; la documentation du FEC, y compris les consultations avec le secteur créatif; la documentation d'ECC, y compris les lignes directrices, les formulaires de demande, les tableaux de bord et les documents de présentation; et la documentation des OCI, y compris les résultats des sondages post-participation, les dossiers et les rapports sur les MC, l'échantillonnage des événements d'amplification et les séminaires sur l'exportation créative.

La revue des données administratives consistait en un examen des dossiers administratifs et des renseignements financiers fournis par le programme et par la Direction générale de la gestion financière de PCH pour répondre aux questions et aux indicateurs d'évaluation connexes. Cela comprenait un examen des données du Système de gestion de l'information sur les subventions et contributions (SGISC) pour obtenir de l'information sur les demandes reçues et les projets financés par ECC.

3.4.2. Revue de la littérature

La revue de la littérature a porté sur des publications universitaires et de la littérature grise, des médias d'information, des rapports et le contenu des sites web gouvernementaux et de diverses organisations liées aux enjeux actuels du secteur créatif et des exportations. Une recherche ciblée a été menée pour répondre à chaque question d'évaluation et indicateur pertinent.

3.4.3. Entrevues avec les représentants du programme et les demandeurs d'ECC

Trente et une entrevues virtuelles ont été menées avec des représentants de PCH et des demandeurs financés et non financés par ECC.

- 9 représentants du FEC de PCH interrogés représentaient ECC, les OCI, les politiques du CI et la haute direction.
- 4 représentants de PCH interrogés provenaient des programmes du premier pilier suivants : Fonds du Canada pour la présentation des arts, Fonds du livre du Canada, Fonds de la musique du Canada et Fonds du Canada pour les périodiques.
- 18 demandeurs d'ECC ont été interrogés, dont 10 demandeurs financés, 5 demandeurs non financés et 3 demandeurs qui ont reçu du financement pour au moins une demande et qui se sont vu refuser du financement pour d'autres demandes. Différents critères ont été pris en compte lors de la sélection des candidats à ECC, notamment : l'exercice financier de la demande, le secteur créatif, les demandes de financement d'un an et pluriannuelles et le montant de financement demandé.

3.4.4. Études de cas

Des études de cas ont été menées pour analyser les activités et les résultats de 2 MC du secteur créatif : la MC en Amérique latine en personne (10 au 19 février 2019) et la MC virtuelle en Allemagne (23 au 25 mars 2021).

Dans le cadre des études de cas, des entrevues virtuelles ont été menées avec 3 DC d'AMC en raison du rôle important qu'ils ont joué dans la planification et l'exécution des missions et 10 participants d'organisations canadiennes qui ont participé à ces MC. Les participants aux MC provenaient de divers secteurs. Dans le cadre des études de cas, les documents ont également été examinés, notamment :

- les présentations et les rapports sommaires sur les événements;
- les listes de délégués et les renseignements sur les candidats;
- les documents d'aperçu de la mission, les mémoires et les documents de planification; et
- les données et les résultats des sondages post-participation des MC.

3.4.5. Échelle de déclaration

La légende suivante a été utilisée tout au long du rapport pour indiquer la proportion de personnes interrogées ou de répondants au sondage qui ont répondu de la même façon :

-
- Peu nombreux : les constatations représentent moins de 25 % des observations.
 - Quelques/plusieurs : les constatations reflètent au moins 25 %, mais moins de 50 % des observations.
 - Moitié : les constatations reflètent 50 % des observations.
 - Majorité : les constatations représentent plus de 50 % et moins de 75 % des observations.
 - Plus : les résultats reflètent 75 %, mais moins de 90 % des observations.
 - Tous/presque tous : les constatations reflètent 90 % ou plus des observations.

3.5. Limites et stratégies d'atténuation

Les principales limites de l'évaluation ainsi que les stratégies d'atténuation correspondantes utilisées par l'équipe d'évaluation sont décrites au tableau 5.

Tableau 5: Limites de l'évaluation et stratégies d'atténuation

| Limites | Stratégies d'atténuation |
|---|--|
| Les demandeurs d'ECC interrogés ne représentaient pas tous les secteurs et sous-secteurs créatifs, car les entrevues ont été acceptées sur une base volontaire. Une proportion élevée de répondants qui ont accepté de participer aux entrevues provenaient du sous-secteur des arts de la scène. | Les autres sources de données, y compris les entrevues avec les représentants du programme ainsi que la revue documentaire et administrative, englobaient tous les secteurs et sous-secteurs créatifs. |
| En raison du court délai de l'évaluation, l'équipe d'évaluation n'a pas interviewé d'organismes du secteur créatif ayant participé aux événements d'amplification et n'a examiné qu'un échantillon de documents sur les événements d'amplification nationaux et internationaux. | D'autres sources de données, y compris des entrevues avec des représentants de PCH et d'AMC ayant participé aux événements d'amplification, une revue documentaire et de données, ainsi qu'une revue de la littérature, ont été utilisées pour adresser cette contrainte. |
| Des difficultés ont été rencontrées avec les données des sondages post-participation aux MC des OCI, notamment un taux de réponse faible ou incohérent et des changements apportés aux questions du questionnaire d'une année à l'autre. | Dans la mesure du possible, les constats pertinents des sondages ont été résumés, y compris les spécifications des changements dans les questions au fil du temps. Les résultats de ces sondages ont été validés à l'aide d'autres sources de données, y compris les entrevues. |
| Certains programmes des gouvernements F/P/T ou des administrations municipales ayant des objectifs liés à l'exportation créative n'ont peut-être pas été inclus dans l'évaluation de la complémentarité et du chevauchement, si l'information n'était pas accessible au public. | La revue de la littérature a été très large et de multiples méthodes de recherche ont été utilisées pour identifier les programmes connexes. Le nombre de programmes comparables trouvés a été jugé suffisant pour évaluer la complémentarité et le chevauchement, et les constats de l'évaluation concernant ce sujet ont été élaborés en tenant compte d'autres sources de données, y compris des entrevues avec les représentants des programmes et les demandeurs d'ECC. |
| Étant donné que le FEC a été créé en 2018-2019, l'évaluation avait un accès limité aux mesures d'impact associées aux résultats économiques à long terme. | L'évaluation a porté sur les résultats à court et moyen terme du FEC. |

4. Constatations

4.1. Pertinence

Cette section présente un résumé des constats concernant les questions d'évaluation liées à la pertinence.

4.1.1. Pertinence : besoin continu pour le programme

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC a-t-il répondu aux besoins continus et changeants?

Principales constatations

- Les activités du FEC sont toujours nécessaires.
- Le secteur créatif est un moteur économique de plus en plus important et les exportations sont essentielles à la poursuite de cette croissance. Le soutien du gouvernement est nécessaire pour aider le secteur à accroître ses exportations. La demande pour les activités du FEC l'emporte sur les soutiens disponibles. Il y a une variation de la mesure dans laquelle les demandeurs d'ECC et les participants aux MC représentent différentes régions, secteurs créatifs et types d'organisations.
- La pandémie de la COVID-19 a eu un impact négatif important sur le secteur créatif. Néanmoins, le FEC a démontré sa capacité à adapter la prestation de ses services à l'évolution des besoins, y compris ceux liés à la pandémie.

Le secteur créatif est un moteur économique de plus en plus important et il existe un besoin pour les activités du FEC

Entre 2010 et 2020, le secteur créatif canadien a connu une croissance annuelle moyenne d'environ 2 %. En 2020, elle avait généré un produit intérieur brut (PIB) direct de 55,5 milliards de dollars, soit 2,7 % du PIB total du Canada¹⁰.

L'aide gouvernementale à l'exportation est importante pour soutenir la croissance du secteur

Le secteur créatif canadien doit exporter pour croître. Les demandeurs d'ECC et les participants à l'étude de cas sur les MC ont déclaré qu'il est essentiel que le secteur créatif canadien entreprenne des activités d'exportation pour croître en raison de la petite taille du marché canadien par rapport aux marchés mondiaux. De plus, les demandeurs d'ECC et les participants à l'étude de cas sur les MC ont déclaré que le besoin de soutien du FEC augmentera à l'avenir en raison de l'importance de la mondialisation et d'une dépendance accrue à l'égard des partenariats mondiaux et des publics internationaux.

Presque tous les demandeurs d'ECC et les participants à l'étude de cas sur les MC interrogés ont indiqué que le soutien gouvernemental à l'exportation était nécessaire « dans une très grande mesure » ou

¹⁰ Statistique Canada. [Tableau 36-10-0452-01 Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit \(x 1 000\)](#)

« dans une grande mesure ». Les raisons les plus fréquemment mentionnées pour justifier le soutien du gouvernement sont les suivantes :

- Le manque de ressources ou de capacité (financière et humaine) pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de commercialisation des exportations.
- La difficulté à accéder aux marchés internationaux.
- Le soutien du gouvernement apporte une certaine crédibilité aux entreprises canadiennes sur les marchés internationaux et nationaux.
- Le besoin de renseignements sur les marchés et de savoir les naviguer.

La revue de la littérature a révélé qu'il existe un besoin pour 2 principaux types d'aide gouvernementale pour réaliser des opportunités de croissance des exportations et éliminer les obstacles rencontrés par les organisations créatives canadiennes : les initiatives de financement, comme les S et C ou les prêts; et les activités visant à faciliter le réseautage avec des acheteurs internationaux et à accroître la visibilité^{11, 12, 13, 14}.

Il y a une forte demande pour les activités du FEC

Le FEC n'est pas en mesure de répondre à toutes les demandes. ECC a reçu 435 demandes au cours de la période d'évaluation, parmi lesquelles seuls 48 projets d'exportation (12 %) ont été financés et, les MC ont reçu 458 demandes, dont 148 ont été acceptées (32 %).

Le soutien du FEC est réparti entre les régions, les secteurs créatifs et les types d'organisations

Les demandeurs financés par ECC et les participants aux MC sont principalement concentrés dans 3 régions : Québec (52 % ECC, 27 % MC), Ontario (31 % ECC, 38 % MC) et Colombie-Britannique (8 % ECC, 16 % MC). Certaines publications^{15,16} laissent entendre que les collectivités et les régions rurales peuvent être confrontées à des besoins de soutien accrus en raison de facteurs comme l'accès limité aux marchés et à la main-d'œuvre qualifiée. Comme l'indique le tableau 6, certains secteurs créatifs sont plus représentés parmi les demandeurs financés par ECC et les participants aux MC. Les arts de la scène, l'audiovisuel et médias interactifs et le multisectoriel pour ECC sont les secteurs les plus fréquemment représentés, tandis que les arts visuels et appliqués, l'enregistrement sonore et les œuvres écrites et publiées sont les secteurs les moins souvent représentés¹⁷.

¹¹ Thangavel Palanivel. United Nations Development Program. Jan. 2019. How cultural and creative industries can power human development in the 21st Century. <https://hdr.undp.org/en/content/how-cultural-and-creative-industries-can-power-human-development-21st-century>

¹² UNESCO. 2021. The creative economy: moving in from the sidelines. <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-creative-economy-moving-sidelines>

¹³ Oum, S., Narjoko, D., & Harvie, C. 2014. Constraints, determinants of SME innovation, and the role of government support. *ERIA Discussion Paper Series*

¹⁴ EU Working Group. 2014. Good Practice Report on the Cultural and Creative Sectors' Export and Internationalisation Support Strategies. https://www.on-the-move.org/files/EAC-OMC_CCS%20Report_EN-1%20-%20copie.pdf

¹⁵ Yukon. 2020. What We Heard: Creative and Cultural Industries Strategy. <https://yukon.ca/sites/yukon.ca/files/tc/tc-ccis-what-we-heard-report-february-2020.pdf>

¹⁶ L'Agence fédérale de développement économique pour le Sud de l'Ontario. 2020. Final Evaluation of the Southern Ontario Prosperity Program. [https://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/vwapi/h_02636_en.pdf/\\$FILE/h_02636_en.pdf](https://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/vwapi/h_02636_en.pdf/$FILE/h_02636_en.pdf)

¹⁷ L'annexe C fournit une liste exhaustive du secteur et des sous-secteurs créatifs.

Tableau 6: Représentation des secteurs créatifs parmi les bénéficiaires d’ECC et les participants à la MC, de 2018-2019 à 2020-2021

| Secteur créatif | % des bénéficiaires financés par ECC | % des participants aux MC |
|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| Arts de la scène | 33 % | 29 % |
| Audiovisuel et médias interactifs | 19 % | 27 % |
| Arts visuels et appliqués | 8 % | 6 % |
| Enregistrement sonore | 6 % | 8 % |
| Œuvres écrites et publiées | 6 % | 12 % |
| Multisectoriel | 28 % | - |
| Autres ¹⁸ | - | 18 % |
| Total | 100 % | 100 % |

Sources : Données administratives (compilation des programmes), liste de compilation de la DSE-OCI et données dans TABLEAU (base de données utilisée par le FEC)

Comme l’indique le tableau 7, la représentation de certains secteurs créatifs parmi les demandeurs financés par ECC a changé au cours des 3 années évaluées. Le secteur de l’audiovisuel et médias interactifs a connu la plus forte croissance, les projets multisectoriels ont augmenté au fil du temps, tandis que le financement accordé aux secteurs des arts de la scène et de l’enregistrement sonore a diminué. Les tendances de la demande au programme au fil du temps ont probablement été influencées par la pandémie, comme nous le verrons plus loin dans cette section.

Tableau 7: Représentation des secteurs créatifs parmi les bénéficiaires financés par ECC, de 2018-2019 à 2020-2021

| Secteur créatif | 2018-2019 | 2019-2020 | 2020-2021 | Total |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Arts de la scène ¹⁹ | 45 % | 59 % | 0 % | 33 % |
| Audiovisuel et médias interactifs | 10 % | 17 % | 31 % | 19 % |
| Arts visuels et appliqués | 5 % | 8 % | 13 % | 8 % |
| Enregistrement sonore | 10 % | 8 % | 0 % | 6 % |
| Œuvres écrites et publiées | 10 % | 0 % | 6 % | 6 % |
| Multisectoriel | 20 % | 8 % | 50 % | 28 % |
| Total | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

Source : Données administratives (compilation du programme)

Certains demandeurs d’ECC interrogés ont déclaré que le besoin de soutien financier est moindre pour certains secteurs (p. ex., audiovisuel et médias interactifs comme les multimédias, les jeux vidéo, les effets spéciaux, le cinéma, les entreprises de télévision) parce qu’ils sont subventionnés, alors qu’un plus

¹⁸ La catégorie Autre du tableau ci-dessus comprend le patrimoine et les bibliothèques (5,4 %), l’éducation et la formation (1,3 %) et la gouvernance, le financement et le soutien professionnel (11,4 %).

¹⁹ Les affectations du Fonds de relance en 2021-2022 (1,5 M\$) et en 2022-2023 (6 M\$) ont accordé la priorité aux arts de la scène.

grand besoin de soutien existe parmi les secteurs comme les arts de la scène et les arts visuels et appliqués qui ont moins accès à du financement ou du soutien.

La plupart des demandeurs financés par ECC étaient des organismes à but lucratif, tandis que les autres étaient des organismes à but non lucratif ou de bienfaisance. L'octroi de la plus grande partie du financement aux organismes à but lucratif reflète le mandat limité et le manque de capacité de la plupart des organismes à but non lucratif à obtenir du financement et le manque de bénéfices non répartis pour participer à des projets prêts à l'exportation.

La pandémie de la COVID-19 a eu un impact négatif important sur le secteur créatif

La pandémie a entraîné le retard ou la modification de nombreux projets financés par ECC. La plupart des demandeurs financés ont signalé des interruptions dans leurs opérations et leur flux de travail en raison de l'évolution des besoins en personnel et du passage à la prestation et à la distribution numériques. Près de la moitié des demandeurs d'ECC ont indiqué qu'ils avaient réduit leurs activités d'exportation parce qu'il y avait moins d'occasions de rencontrer des acheteurs internationaux en personne. L'annulation d'événements en personne a entraîné un passage à la prestation numérique et à un ajustement des modèles de revenus, en particulier pour les secteurs et sous-secteurs axés sur les spectacles et les performances sur scène, tandis que les sous-secteurs de l'audiovisuel et médias interactifs ont bénéficié des restrictions liées à la pandémie.

Le FEC a déployé des stratégies afin de répondre aux réalités et aux besoins changeants en raison de la pandémie de la COVID-19

La plupart des représentants de PCH interviewés estimaient que le FEC a répondu aux besoins changeants liés à la pandémie de la COVID-19. Le programme a fait cela en permettant une certaine flexibilité et en transférant ses activités vers des environnements virtuels. Les candidats à ECC ont notamment eu l'occasion de réviser leur demande pour tenir compte de l'évolution de la pandémie, et 60 % d'entre eux ont soumis de nouveau leur demande. Les activités des OCI (comme les MC et les séminaires) ont été transférées vers une prestation virtuelle. Presque toutes les personnes interrogées après leur participation à une MC virtuelle ont estimé que la prestation virtuelle était une alternative intéressante aux événements en personne.

La demande accrue pour du contenu numérique, comme les services de diffusion en continu, est la tendance émergente, accélérée par la pandémie de la COVID-19, la plus souvent mentionnée par les demandeurs d'ECC. Quelques répondants ont déclaré que certaines organisations, en particulier celles du secteur des arts de la scène, éprouvaient des difficultés à s'adapter à la tendance vers la production numérique. Parmi les autres tendances notées, mentionnons les coûts plus élevés liés aux chaînes d'approvisionnement, à l'expédition et aux voyages, aux défis en matière de ressources humaines et à la diminution de la demande de tournées en raison de sensibilités liées aux changements climatiques.

4.1.2. Pertinence : harmonisation avec les priorités du gouvernement et les responsabilités fondamentales de PCH

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC s'harmonise-t-il avec les priorités, les rôles et responsabilités du gouvernement fédéral et de PCH?

Principales constatations

- Dans l'ensemble, le FEC s'harmonise avec les priorités fédérales et ministérielles, particulièrement en ce qui concerne la promotion du commerce international et la promotion du secteur créatif.
- Dans une certaine mesure, le FEC tient compte des engagements du gouvernement fédéral en ce qui concerne les communautés d'équité. Il y a des lacunes dans les données relatives aux communautés d'équité qui pourraient être utilisées pour mieux soutenir la prise de décisions et la reddition de comptes.

Le FEC s'harmonise avec les priorités fédérales et ministérielles

Les plans ministériels de PCH pour 2018-2019, 2019-2020 et 2020-2021 indiquent que le FEC contribue à la responsabilité fondamentale n° 1 de PCH : la créativité, les arts et la culture, en veillant à ce que le secteur créatif réussisse sur les marchés mondiaux, ce qui entraîne une augmentation de la valeur des exportations créatives. De plus, la lettre de mandat du premier ministre du Canada adressée à la ministre du Patrimoine canadien le 28 août 2018 renforce cette priorité. Elle précise que « Notre secteur culturel est une force immense pour l'économie canadienne. Je m'attends à ce que vous travailliez avec vos collègues et dans le respect des lois, règlements et processus du Cabinet établis pour mener à bien vos grandes priorités, comme diriger la mise en œuvre de la Stratégie d'exportation créative, avec le soutien de la ministre de la Petite Entreprise et de la Promotion des exportations. »

Dans une certaine mesure, le FEC tient compte des engagements du gouvernement fédéral en ce qui concerne les communautés d'équité

En reconnaissance des priorités gouvernementales, le FEC a pris des mesures visant à assurer le soutien des communautés d'équité par le biais de ses processus d'examen des demandes. Par exemple, depuis 2020-2021, des points additionnels sont accordés aux projets pour lesquels des considérations en matière de diversité et d'inclusion sont identifiées dans les demandes à ECC et aux OCI. Cela pourrait inclure les demandes à ECC provenant d'organismes qui sont dirigés ou axés sur les Autochtones ou les femmes. Auparavant, pour les projets ayant le même score, les projets ayant des considérations liées aux communautés d'équité avaient plus de chances d'être approuvés. Cette justification est également utilisée pour évaluer les candidatures aux MC.

Toutefois, certains représentants de PCH ont indiqué que même si des efforts ont été déployés pour répondre aux besoins des communautés d'équité, les progrès ont été limités. Par exemple, le FEC ne recueille pas systématiquement de données sur la participation des communautés d'équité, ce qui limite la capacité de planification stratégique et de reddition de comptes. L'évaluation note que des efforts plus récents, en dehors de la portée de la présente évaluation, ont été déployés pour offrir un meilleur

accès aux communautés d'équité. Par exemple, le financement des OCI pour l'événement d'amplification à Hot Docs²⁰ en 2022 a soutenu la participation de cinéastes et de producteurs sous-représentés en couvrant le coût de 10 laissez-passer, éliminant ainsi les obstacles financiers pour ces nouveaux cinéastes et producteurs.

4.1.3. Pertinence : duplication ou complémentarité avec d'autres programmes

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC a-t-il dupliqué ou complété d'autres programmes offerts par PCH, d'autres ministères (F/P/T), des organisations non gouvernementales ou le secteur privé?

Principales constatations

- Le FEC complète d'autres programmes gouvernementaux.
- Bien qu'il existe une variété d'autres programmes F/P/T qui répondent à des besoins semblables, des efforts ont été déployés pour éviter le chevauchement et s'assurer que le programme ECC et les activités des OCI répondent à des besoins distincts.

Des efforts ont été déployés pour éviter la duplication

Un examen du paysage du FEC a permis de constater que plus de 40 programmes offerts par les gouvernements F/P/T, ainsi que par d'autres organismes, répondent à des besoins quelque peu semblables. Ces autres programmes varient en portée et en admissibilité et diffèrent selon les provinces, les territoires et les secteurs créatifs. Les extrants les plus courants sont les suivants : aide financière, services d'orientation et de conseil, et soutien au réseautage et à la promotion.

Le chevauchement avec d'autres programmes n'était pas évident, principalement en raison d'une collaboration et d'une communication solides. La plupart des demandeurs d'ECC et des représentants de PCH ont déclaré que le programme d'ECC est complémentaire à d'autres programmes, y compris ceux offerts par d'autres gouvernements F/P/T et administrations municipales. La revue de la littérature a révélé que les autres programmes qui offrent un soutien à la promotion internationale, au réseautage et à l'établissement de relations sont principalement offerts par le gouvernement fédéral, plus précisément par AMC, PCH et Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE). Certains représentants de PCH ont indiqué que le FEC collabore avec AMC et d'autres programmes de PCH, et consulte des experts afin de comprendre le paysage du FEC et de réduire au minimum le chevauchement.

ECC répond à des besoins distincts

ECC diffère des autres programmes de plusieurs façons. La plupart des demandeurs d'ECC interrogés ont déclaré que, comparativement à d'autres programmes, ECC fournit une plus grande quantité de financement sous forme de contribution par projet pour les organisations prêtes à exporter, plutôt que

²⁰ Fondé en 1993, le Festival international canadien du documentaire Hot Docs est le plus important festival de documentaires en Amérique du Nord. L'événement a lieu chaque année à Toronto et son mandat consiste à mettre en valeur et à soutenir le travail des documentaristes canadiens et internationaux et à promouvoir l'excellence en production documentaire.

de petits montants de subventions et de prêts. Ils ont également déclaré qu'ECC avait des critères d'admissibilité plus larges. Ces facteurs se traduisent par un impact plus important en termes de visibilité sur les marchés internationaux, d'obtention de ventes et d'accès à de nouveaux réseaux. Comparativement à d'autres programmes de PCH évalués pour la complémentarité ou le chevauchement, le programme d'ECC permet à PCH de joindre de nouveaux clients de sous-secteurs qui auparavant, n'étaient pas admissibles à faire une demande de financement à d'autres programmes de PCH, comme la mode et les médias interactifs. Selon la revue de la littérature, les programmes de PCH et ceux de l'Ontario²¹ ont tendance à tenir compte davantage des communautés d'équité comparativement aux autres programmes.

Les OCI répondent également à des besoins distincts

L'approche multisectorielle employée par les MC est perçue comme unique et a donné lieu à des synergies entre les secteurs créatifs. Par exemple, avec des participants de MC multisectoriels, certains projets chevauchant plusieurs secteurs pourraient être entrepris, comme l'adaptation de livres à des séries télévisées ou à des films, et la musique à des films. La plupart des participants des MC et des représentants du gouvernement ont indiqué que l'approche gouvernementale à l'égard des MC dirigées par PCH légitimise et renforce la crédibilité des organisations participantes. De plus, la plupart des participants aux MC ont souligné que le fait d'avoir des occasions d'échange et d'établir des relations avec leurs homologues gouvernementaux est un aspect unique et précieux des MC dirigées par PCH. Quelques représentants de PCH ont indiqué que les activités d'amplification des OCI ne chevauchent pas d'autres programmes et activités du gouvernement, parce que le financement est utilisé pour amplifier ou améliorer les possibilités d'exportation par l'entremise de rencontres B2B au cours d'événements qui accueillent des participants internationaux (au pays et à l'étranger).

²¹ Programmes offerts par la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, comme le Fonds du livre, le Fonds pour l'exportation – cinéma et télévision, le Programme de développement de l'industrie, le Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques – Programme de développement des marchés mondiaux, et le Fonds d'investissement dans la musique de l'Ontario.

4.2. Efficacité

Cette section présente un résumé des constats concernant les questions d'évaluation liées à l'efficacité.

4.2.1. Efficacité : atteinte des résultats escomptés à court terme

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC a-t-il atteint les résultats escomptés à court terme?

Principales constatations

- Le FEC est sur la bonne voie pour atteindre ses 2 résultats à court terme.
- ECC a augmenté les activités d'exportation créative en accordant 22,2 millions de dollars de financement à 48 organismes à but lucratif et à but non lucratif pour entreprendre des projets d'exportation.
- Les activités des OCI ont accru la promotion du secteur à l'échelle internationale grâce à une variété d'activités et d'engagements, notamment 4 MC, 3 MC exploratoires, 36 événements d'amplification, 9 séminaires sur l'exportation et l'établissement d'un partenariat officiel.

ECC a offert un soutien direct au secteur créatif canadien pour des projets prêts à l'exportation

ECC a fourni un financement de 22,2 millions de dollars pour 48 projets de 2018-2019 à 2020-2021. Le montant total du financement d'ECC fourni pour ces 48 projets est légèrement supérieur au montant budgété de 21 millions de dollars. 80 % des demandeurs financés par ECC interrogés ont indiqué que le financement d'ECC leur a permis d'accroître leurs possibilités à l'échelle internationale dans une « très grande mesure »²². La justification fournie pour expliquer l'impact rapporté du programme est que le financement a permis d'augmenter les revenus d'exportation, d'identifier de nouvelles opportunités de projet et d'établir des relations internationales.

Les activités des OCI ont accru la promotion internationale du secteur créatif

De 2018-2019 à 2020-2021, les activités des OCI comprenaient 4 MC, 3 MC exploratoires, 36 événements d'amplification et 9 séminaires d'exportation. Un partenariat officiel avec le Mexique a été créé et des partenariats et mécanismes de collaboration similaires ont été explorés en Colombie et en Argentine après la MC en Amérique latine. Un engagement bilatéral de haut niveau avec l'Allemagne et les Pays-Bas s'est déroulé dans le cadre de 2 MC virtuelles, avec la possibilité de mener à des partenariats officialisés. Parmi les autres activités des OCI, mentionnons le renforcement des partenariats et de la collaboration avec le SDC d'AMC et l'exécution de 8 projets par l'entremise du Programme de la plateforme nord-américaine d'AMC qui a soutenu la programmation dans le secteur créatif. 4 autres projets ont été annulés en raison de la COVID-19.

²² Pour cette question du sondage post-participation, on a utilisé la cote 5– dans une très grande mesure, 4 – dans une grande mesure, 3– dans une mesure modérée, 2 – dans une certaine mesure, 1– pas du tout et 0 – ne sais pas.

La plupart des participants aux MC interrogés pour les études de cas estimaient que les MC appuyaient les activités de promotion et de mobilisation internationales ²³ « dans une très grande mesure » ou « dans une grande mesure ». La justification de ces notes élevées comprenait le soutien à l'établissement de relations et à la visibilité, et le soutien du gouvernement à une réputation ou à une crédibilité accrue. Parmi les quelques participants aux MC qui ont jugé la réalisation des MC comme étant « modérée » ou « dans une certaine mesure », les principaux facteurs qui ont influencé leur cote étaient l'incapacité de trouver des acheteurs ou des clients et un nombre restreint de rencontres B2B ayant été facilitées.

4.2.2. Efficacité : atteinte des résultats attendus à moyen terme

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC a-t-il atteint les résultats escomptés à moyen terme?

Principales constatations

- Le FEC a réalisé des progrès considérables dans l'atteinte de ses 3 résultats escomptés à moyen terme.
- ECC a dépassé son objectif de ratio de financement global avec un ratio de 1 \$: 1,6 \$.
- Les recettes d'exportation générées par les demandeurs financés par ECC s'élevaient à 83,2 millions de dollars, ce qui est plus élevé que prévu. Toutefois, la plupart de ces revenus d'exportation proviennent de 3 projets seulement et le ratio coûts-bénéfices est inférieur à 1 pour les deux tiers des projets financés par ECC, ce qui suggère des possibilités pour mieux harmoniser le processus décisionnel en matière de financement avec les objectifs et les priorités d'ECC pour accroître davantage les revenus d'exportation.
- Les 4 MC des OCI entreprises au cours de cette période ont contribué à 88 transactions commerciales ou ententes commerciales potentielles. Il y a eu 54 accords commerciaux signés ou en négociations avancées à partir d'un échantillon de 7 événements d'amplification.
- Le Canada s'est classé au 5e rang pour l'indice des marques volet exportations du GFK Nation Brands Index en 2021, soit le même rang qu'en 2018. Pour ce qui est de l'indice des marques volet culture du GFK Nation Brands Index, le Canada s'est classé au 10e rang en 2021, ce qui est supérieur au 12e rang en 2018.

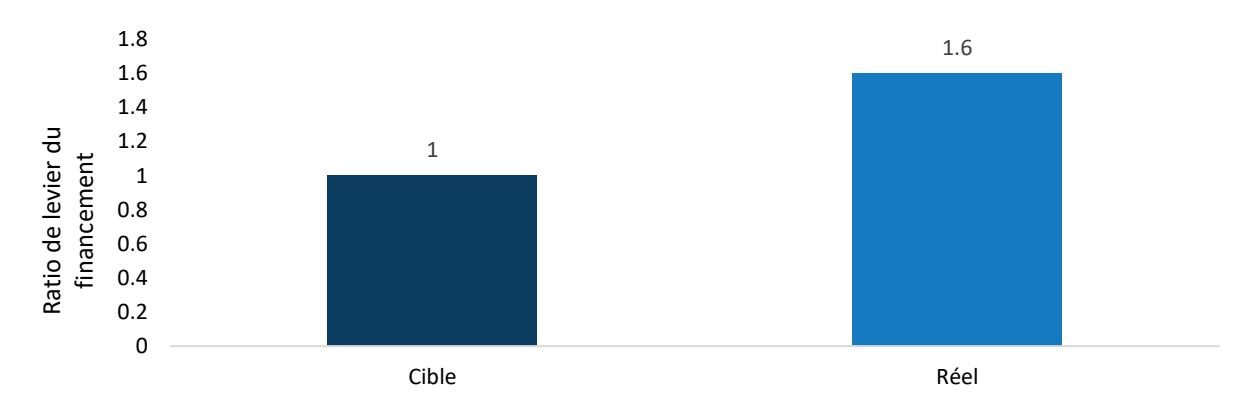
La proportion du financement de projet engagé par les demandeurs financés par ECC est plus élevée que prévu

Une analyse des rapports finaux pour 36 projets achevés d'ECC indique que le montant du financement engagé par les demandeurs de projets financés par ECC est de 27,7 millions de dollars, tandis que le montant du financement gouvernemental fourni à ces projets est de 17,3 millions de dollars. Par

²³ Pour cette question du sondage post-participation, on a utilisé la cote 5- dans une très grande mesure, 4- dans une grande mesure, 3- dans une mesure modérée, 2- dans une certaine mesure, 1- pas du tout et 0- je ne sais pas.

conséquent, le ratio de levier réel du financement gouvernemental par rapport au montant dépensé par les demandeurs financés est de 1:1.6, ce qui est supérieur au ratio de levier ciblé de 1:1 (figure 1).

Figure 1 : Ratio de levier du financement engagé par les bénéficiaires du financement d’ECC, 2018-19 à 2021-2021

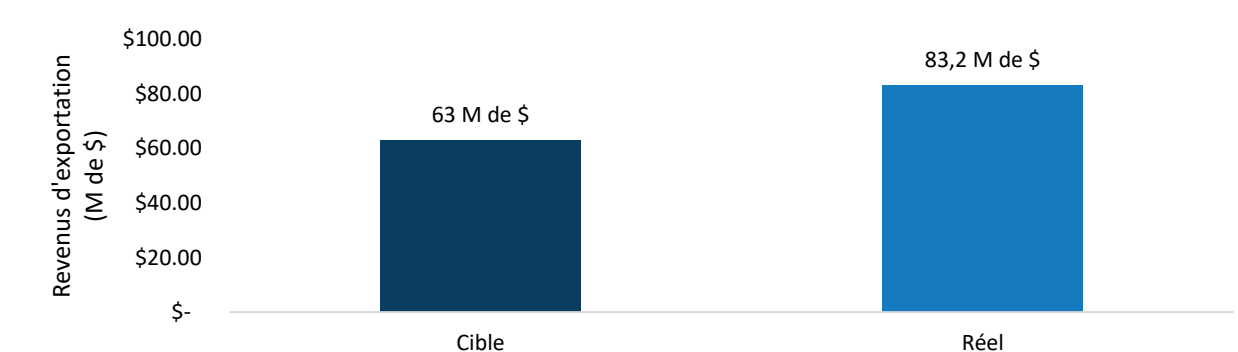


Source : Données administratives (SGISC)

Les recettes d’exportation générées par les demandeurs financés par ECC sont plus élevées que prévu

La cible annuelle des recettes d’exportation d’ECC est calculée à 21 millions de dollars et la cible pour les 3 premières années est donc de 63 millions de dollars. Ce calcul est fondé sur le financement prévu de ECC de 7 millions de dollars par année pour les projets prêts à l’exportation, multiplié par un ratio ciblé de 3 pour 1 pour les revenus d’exportation par rapport au financement gouvernemental. Comme l’indique la figure 2, cet objectif triennal de 63 millions de dollars a été dépassé, puisque les revenus totaux d’exportation s’élevaient à 83,2 millions de dollars pour 29 des 48 projets pour lesquels des données sur les revenus sont disponibles. Des 19 autres projets d’ECC, les données sur les recettes n’étaient pas disponibles pour 7 projets achevés et 12 projets étaient toujours en cours.

Figure 2 : Revenus réels par rapport aux revenus cibles d’exportation des projets financés par ECC, de 2018-19 à 2020-2021

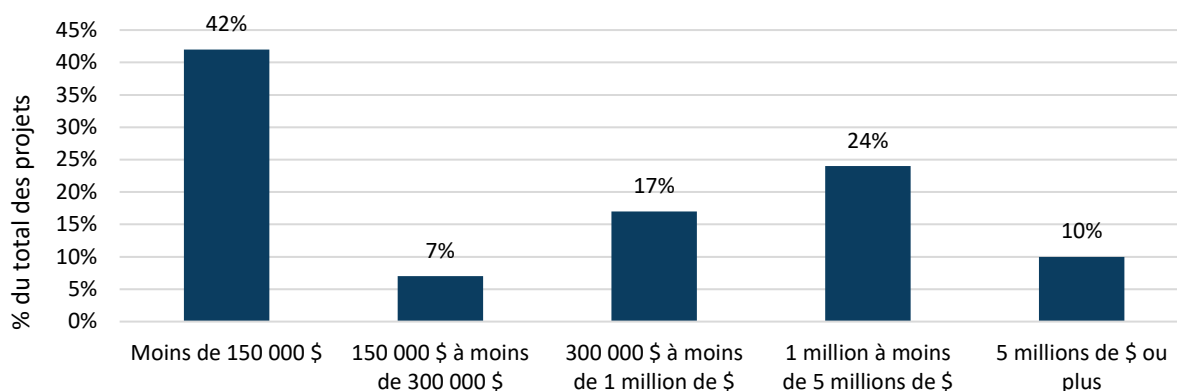


Source : Données administratives (SGISC)

Les revenus et le ratio coûts-bénéfices sont relativement faibles pour la plupart des projets d'ECC

La plupart des recettes d'exportation générées par les projets financés par ECC sont attribuables à un petit nombre de projets, puisque 3 projets représentaient 80 % des recettes d'exportation totales de 83,2 millions de dollars. D'après les données déclarées disponibles pour environ la moitié de tous les projets financés par ECC (14 sur 29 ou 49%, figure 3), les recettes d'exportation générées par projet étaient inférieures au seuil minimal de 300 000 \$ fixé par le programme. Ces projets représentaient moins de 2 % des recettes d'exportation totales (1,42 million de dollars sur un total de 83,2 millions de dollars en recettes d'exportation).

Figure 3 : Analyse des revenus d'exportation réels des projets financés²⁴ par ECC, de 2018-2019 à 2020-2021



Source : Données administratives (SGISC)

Le ratio coûts-bénéfices moyen (c.-à-d. les recettes d'exportation réelles divisées par les coûts totaux du projet) pour 28 des projets pour lesquelles les données étaient disponibles est de 1,8, ce qui est inférieur à l'objectif de 3 fixé par le programme. Le ratio coûts-bénéfices est inférieur à 1 pour deux tiers des projets et est de 2 ou plus pour seulement environ le quart des projets pour lesquels des données sont disponibles, comme le montre le tableau 8.

²⁴ N=29 projets. Les revenus d'exportation réels ne sont pas disponibles pour 7 projets achevés et 12 projets qui sont toujours en cours.

Tableau 8 : Ratio des coûts-bénéfices réels et prévus des projets financés par ECC, de 2018-2019 à 2020-21²⁵

| Ratio des coûts-bénéfices | Ratio des coûts-bénéfices prévus % de projets | Ratio des coûts-bénéfices réels % de projets |
|---------------------------|--|---|
| Moins de 1 | 29 % | 66 % |
| 1 à moins de 2 | 13 % | 10 % |
| 2 à moins de 5 | 29 % | 17 % |
| 5 ou plus | 29 % | 7 % |
| Total | 100 % | 100 % |

Source : Données administratives (SGISC)

Il n'est pas clair si tous les projets financés sont conformes aux objectifs et aux priorités de la SEC. Au moment de l'approbation du projet, le ratio coûts-bénéfices prévu (c.-à-d. les revenus d'exportation prévus divisés par les coûts totaux du projet) était inférieur à 1 pour 29 % des projets pour lesquels des données sont disponibles. Ces constats laissent entendre des possibilités d'améliorer le processus décisionnel²⁶ en matière de financement, puisque plusieurs projets financés ne correspondaient pas à l'objectif déclaré du programme d'ECC, qui est de financer un nombre limité de projets à fort potentiel pour obtenir le meilleur ROI possible.

La perception du retour sur investissement des projets financés par ECC est élevée

La plupart des demandeurs financés d'ECC interrogés ont déclaré que le ROI des projets financés par ECC était « grand » ou « modéré » et que les projets ont entraîné une augmentation des revenus provenant des marchés d'exportation. Certains répondants ont également mentionné d'autres résultats de ces projets comme la création d'emplois, l'augmentation de la rentabilité, la diplomatie culturelle et l'établissement d'un réseau ou de relations d'affaires. Cependant, il est important de noter qu'aucun des répondants n'a utilisé la définition conventionnelle du ROI, qui est le ROI = Revenu net / Coût de l'investissement x 100. De plus, certains demandeurs financés par ECC ne pouvaient pas déclarer leur ROI en expliquant qu'il faudrait quelques années pour que les avantages se matérialisent.

Des transactions commerciales et des revenus d'exportation ont été générés par les missions commerciales des OCI

Les données montrent que la participation aux 4 MC entreprises de 2018-2019 à 2020-2021 a contribué à un total de 88 ententes commerciales ou d'affaires potentielles : Chine (45), Allemagne (18), Pays-Bas (14) et Amérique latine (11). La valeur financière potentielle²⁷ déclarée découlant des rencontres B2B tenues au cours de 3 de ces MC (toutes sauf la Chine) était de 50 000 \$ ou plus pour environ 45 % des 43

²⁵ Les données sur les coûts des avantages réels sont fondées sur 28 projets et les données sur les coûts des avantages prévus sont fondées sur 34 projets.

²⁶ Il est à noter que le processus de décision de financement comprend les processus de demande et d'évaluation.

²⁷ Terme utilisé par les OCI dans le sondage post-participation qui fait référence aux revenus d'exportation

participants aux MC interrogés; la valeur financière était inférieure à 50 000 \$ pour environ 35 % des répondants (tableau 9).

Tableau 9 : Valeur financière des rencontres B2B au cours de 3 missions commerciales, à l'exclusion de la MC en Chine²⁸

| Valeur financière | Nombre de répondants au sondage | % de répondants au sondage |
|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Moins de 10 000 \$ | 5 | 12% |
| De 10 000 \$ à 24 999 \$ | 6 | 14% |
| De 25 000 \$ à 49 999 \$ | 4 | 9% |
| \$50,000 et plus | 4 | 9% |
| De 50 000 \$ à 99 999 \$ | 7 | 16% |
| 100 000 \$ ou plus | 8 | 19% |
| Je ne sais pas | 9 | 21% |
| Total | 43 | 100% |

Sources : Compilation des résultats des sondages post-participation aux MC

D'après les sondages immédiats et les suivis d'un an après une mission auprès des participants aux MC, la valeur financière totale découlant de la MC en Chine a été estimée à 125 millions de dollars, et à 1,5 million de dollars pour la MC en Amérique latine. La valeur financière de la MC virtuelle en Allemagne est estimée entre 2,3 millions de dollars et 2,6 millions de dollars, tandis que la valeur financière de la MC virtuelle aux Pays-Bas est estimée entre 605 000 \$ et 825 000 \$. La majorité (69 %) des participants de la MC virtuelle en Allemagne qui ont répondu au sondage post-participation (n=26) ont déclaré que leur participation à la MC se traduirait "très probablement" (31%) ou "assez probablement" (39%) par un accord ou une relation qui profitera à leur entreprise.²⁹ La plupart (88 %) des participants à la MC virtuelle aux Pays-Bas ont indiqué qu'il est très probable ou assez probable que leur participation à cette mission aboutisse à une entente ou à des relations qui profiteront à leur entreprise.

Les données du sondage post-participation indiquent que la plupart des participants aux MC ont atteint leurs objectifs. À titre d'exemple, la plupart (79 %) des participants à la MC en Amérique latine ont déclaré avoir atteint leurs objectifs, tandis que 21 % ont déclaré que leurs objectifs avaient été partiellement atteints. De même, la plupart (81 %) des participants à la MC virtuelle en Allemagne ont déclaré que la MC les avait aidés à atteindre leurs objectifs³⁰ dans une mesure « grande » (35 %) ou « modérée » (46 %), alors que 8 % ont déclaré « dans une faible mesure ». 81 % des participants à la MC en Chine estiment

²⁸ Il est à noter que l'échelle utilisée pour les différents sondages post-participation aux MC varie selon les échelles « 50 000 \$ et plus » et « 50 000 \$ à 99 999 \$ ».

²⁹ Pour cette question du sondage post-participation, la cote d'échelle suivante a été utilisée : 5- très probable, 4- assez probable, 3- ni probable ni improbable, 2- très improbable, 1- je ne sais pas.

³⁰ Pour cette question du sondage post-participation, on a utilisé la cote 4- dans une grande mesure, 3- dans une mesure modérée, 2- dans une petite mesure, 1- pas du tout, 0- je ne sais pas.

que leur niveau de satisfaction³¹ à l'égard de la MC est « excellent » (42 %) ou « très bon » (39 %), tandis que les autres répondants ont indiqué qu'ils étaient « bons » (19 %).

La majorité des participants aux MC interviewés dans le cadre des études de cas ont qualifié leur ROI³² d'« excellent » ou de « bon », alors que quelques répondants ont jugé que leur ROI était « modéré ». Les quelques participants qui ont fait état d'un ROI modéré ont indiqué que les facteurs limitatifs incluaient un nombre trop faible de rencontres B2B et des réunions inadaptées. Au cours des entretiens, quelques participants aux MC ont indiqué qu'il ne s'était pas écoulé suffisamment de temps pour déterminer le ROI de leur projet.

Tout comme pour les demandeurs financés par ECC, la définition du « retour sur investissement » variait considérablement entre les participants aux MC et les représentants d'AMC. La plupart des informateurs clés ont interprété le ROI comme une augmentation des revenus d'exportation et n'ont pas utilisé la définition réelle (c.-à-d. le ROI = $\text{revenu net/coût de l'investissement} \times 100$). Certains répondants ont inclus l'établissement de relations dans la description de leur ROI parce qu'à leur avis, l'établissement de relations sur les marchés étrangers est la première étape pour l'augmentation des recettes d'exportation. Quelques participants aux MC et représentants d'AMC ont souligné l'importance des avantages sociaux des MC, comme la diplomatie culturelle.

Les événements d'amplification génèrent des transactions et semblent être rentables

Les événements d'amplification semblent être efficaces puisqu'elles ont contribué à un total de 54 ententes commerciales potentielles. Il y a eu 27 ententes commerciales potentielles signées ou en cours de négociation avancée pour les 5 événements d'amplification internationaux de l'échantillon et le même nombre pour les 2 événements nationaux échantillonnés (tableaux 10 et 11). Les données administratives indiquent que le coût moyen (financement alloué) par événement d'amplification de 2018-2019 à 2020-2021 n'était que de 17 125 \$.

³¹ Pour cette question du sondage post-participation, l'échelle suivante a été utilisée : 5 – excellent, 4 - très bon, 3 - bon, 2 - passable, 1 - mauvais.

³² Pour cette question du sondage post-participation, l'échelle suivante a été utilisée : 5 – Excellent, 4 – Bon, 3 – Modéré, 2 – Minimal, 1 – Aucun et 0 – je ne sais pas.

Tableau 10 : Ententes commerciales potentielles découlant d'un échantillon d'événements d'amplification internationaux³³

| Événement | Participants canadiens | Ententes commerciales potentielles ³⁴ |
|---|------------------------|--|
| Festival Fringe et Télévision d'Édimbourg, 2018 | 23 | 13 |
| Festival Fringe d'Édimbourg, 2019 | 23 | 8 |
| Salon international du livre de Guadalajara, 2018 | 16 | 2 |
| Marché, industrie, cinéma et audiovisuel, 2018 | 8 | s.o. |
| Miami Kidscreen, 2020 | 100 | 4 |
| Total | 170 | 27 |

Sources : Compilation des résultats des sondages post-participation et du rapport d'événement après l'amplification

Tableau 11 : Ententes commerciales potentielles découlant d'un échantillon d'événements d'amplification nationaux³⁵

| Événement | Participants | Ententes commerciales potentielles ³⁶ |
|---------------------------|------------------|--|
| Canada Games Online, 2020 | 108 | 5 |
| Content Canada, 2020 | 80 ³⁷ | 22 |
| Total | 188 | 27 |

Sources : Compilation des résultats des sondages après la participation et du rapport d'événement après l'amplification

Le secteur créatif canadien a acquis une reconnaissance internationale

Selon les données calculées par un organisme indépendant (Ipsos), le Canada se classe au 5e rang pour l'Indice des exportations dans le rapport Ipsos de 2021, le même classement qu'en 2018. Pour ce qui est de l'indice culturel, le Canada s'est classé au 10e rang en 2021, ce qui est supérieur au 12e rang en 2018. Le rapport Ipsos de 2021 précisait que « le Canada a une solide réputation en matière d'exportations : bien que le Canada se classe derrière les États-Unis sur tous les attributs de l'indice des exportations, il se classe toujours au 10e rang sur tous les attributs – nettement en avance sur l'Australie et la France. Le principal atout du Canada dans l'indice des exportations est sa réputation d'être un endroit créatif. »

³³ Il est important de noter que d'autres organisations ou programmes pourraient également financer les rencontres interentreprises lors d'événements d'amplification internationaux et que les résultats ne peuvent être attribués uniquement au financement des OCI.

³⁴ Signature ou négociations préalables. Les calculs tiennent compte des participants qui ont rempli les sondages post-participation.

³⁵ Il est important de noter que d'autres organisations ou programmes pourraient également financer les rencontres interentreprises lors d'événements d'amplification interne et que les résultats ne peuvent être attribués uniquement au financement des OCI.

³⁶ Signature ou négociations préalables. Les calculs tiennent compte des participants qui ont rempli les sondages post-participation.

³⁷ Nombre de producteurs et d'entreprises de production participants.

L'évaluation reconnaît que l'indice culturel et l'indice des exportations déclarés par Ipsos ne peuvent pas être attribués uniquement au FEC.

4.2.3. Efficacité : mesure dans laquelle les mesures du rendement sont utilisées pour orienter la prise de décisions

Questions d'évaluation : Dans quelle mesure la mesure du rendement du FEC recueille-t-elle les données requises pour éclairer la prise de décisions et la reddition de comptes? Y a-t-il des possibilités d'amélioration?

Principales constatations

- L'information sur la mesure du rendement est, dans une certaine mesure, utile à la prise de décisions.
- Il y a des lacunes et des possibilités d'améliorer les données de mesure du rendement liées aux enjeux suivants : absence d'un modèle logique finalisé; collecte, compilation et communication de données inconstantes; manque de données de sondage à long terme provenant des projets d'ECC; l'implication des communautés d'équité; taux de réponse aux sondages post-participation; confusion des bénéficiaires quant à certains résultats attendus et indicateurs de rendement.

Les données sur la mesure du rendement sont utiles pour la prise de décisions, mais il existe certaines lacunes

Les résultats attendus, les indicateurs, les cibles et les sources de données du FEC sont clairement présentés dans la documentation originale de la SEC. La plupart des représentants de PCH interrogés ont indiqué que les données actuelles sur le rendement sont utiles et précises pour la prise de décisions et la reddition de comptes, puisqu'il existe une stratégie de mesure du rendement en place et que des données sur les résultats sont recueillies. Toutefois, les informateurs clés et la revue des documents du programme ont relevé des défis avec les données actuelles sur la mesure du rendement du FEC. Bien que des modèles logiques provisoires aient été élaborés, ils n'ont pas été approuvés par la haute direction ni inclus dans le profil d'information sur le rendement (PIR).

Le court délai de collecte des données ne permet pas de saisir tous les résultats attendus

Une perspective à plus long terme est nécessaire pour obtenir certains résultats, particulièrement en ce qui concerne les recettes d'exportation. La revue documentaire a révélé que pour les bénéficiaires d'ECC, les exigences de PCH en matière de rapports s'appliquent jusqu'à 3 mois après l'achèvement du projet. Le programme fait un suivi auprès des bénéficiaires un an après la fin du projet pour obtenir une mise à jour sur les résultats, mais il n'est pas obligatoire pour les bénéficiaires de fournir cette information. Pour les participants aux MC, un sondage post-participation est envoyé 6 mois et 1 an après la fin d'une MC.

Certains informateurs clés interviewés ont souligné qu'il faut du temps pour obtenir une évaluation exacte des répercussions du FEC, comme les bénéfices des projets financés par ECC et les activités appuyées par les OCI. Quelques représentants de PCH et des demandeurs financés par ECC ont indiqué

qu'un sondage de suivi au moins 1 ou 2 ans après l'achèvement des projets d'ECC fournirait une évaluation plus précise des recettes d'exportation générées sur une base soutenue. Certains participants aux MC ont également indiqué qu'une perspective à plus long terme est nécessaire pour évaluer avec précision l'augmentation des recettes d'exportation, car les partenariats et les ententes contractuelles prennent du temps à se développer.

Compte tenu du temps nécessaire pour obtenir des résultats en matière de recettes d'exportation, certains représentants de PCH ont indiqué qu'il fallait établir d'autres mesures de rendement provisoires, comme le nombre de relations établies sur les marchés d'exportation. Bien qu'une telle mesure du rendement donne une indication de l'ampleur de l'activité, elle n'est pas suffisante en tant que mesure autonome des résultats parce qu'elle n'indique pas les avantages découlant des relations établies.

Les données de performance ne sont pas recueillies, compilées et rapportées de façon constante

Les documents examinés ont démontré que le FEC ne rend pas compte de tous ses résultats attendus. Par exemple, la présentation des résultats de la SEC 2019-2020 ne fournit pas d'information constante et compilée sur les revenus d'exportation générés et le ROI. Bien que les demandeurs financés par ECC soient priés de faire état des recettes d'exportation réelles réalisées par leurs projets dans leurs rapports finaux, certains demandeurs financés ne l'ont pas fait après l'achèvement de leur projet. Il était difficile d'obtenir des résultats des MC et des événements d'amplification. Il est prévu de mener des sondages post-participation et un an après participation auprès des participants aux MC et aux événements d'amplification afin d'obtenir des informations sur les recettes d'exportation générées et le nombre de transactions commerciales potentielles/accords commerciaux signés. Cependant, la revue documentaire a montré que les sondages de suivi n'étaient pas toujours menés ou disponibles pendant la période d'évaluation.

Les faibles taux de réponse des participants aux sondages post-participation

En plus du sondage de suivi d'un an auprès des participants aux MC, des sondages post-participation sont généralement réalisés à la fin des MC et des événements d'amplification. Certains représentants de PCH et d'AMC ont exprimé des difficultés à obtenir des taux de réponse élevés aux sondages post-participation aux MC et événements d'amplification. L'évaluation a permis de constater que les participants aux MC n'ont aucune obligation de faire rapport sur leurs transactions commerciales, leurs efforts ou leurs revenus d'exportation générés par les activités des OCI. La revue documentaire a révélé que le taux de réponse moyen aux sondages post-participation pour les 4 MC était de 52 % et variait de 27 % à 63 %. L'absence de questions et de ventilations normalisées rend difficile l'agrégation des résultats des sondages.

Un manque de données concernant l'implication du programme auprès des communautés d'équité

L'évaluation a révélé que le programme ne recueille pas suffisamment d'information sur sa portée ou son incidence sur les communautés d'équité. La moitié des représentants du FEC interviewés à PCH ont déclaré que la stratégie de mesure du rendement de la SEC ne recueille pas de données exactes et

fiables sur les communautés d'équité. Toutefois, l'évaluation a révélé que le programme s'efforçait de déterminer comment et quelles données devraient être recueillies au sujet de la participation des communautés d'équité au FEC. L'analyse documentaire a indiqué que certains programmes similaires permettent l'identification des demandeurs appartenant aux communautés d'équité afin de déterminer s'ils sont admissibles à une considération spéciale.

Limites des mesures et des définitions

L'évaluation a déterminé que 3 domaines n'étaient pas clairs pour tous les intervenants : Le ROI, la valeur financière et les impacts sociaux par rapport aux impacts économiques attendus du programme.

La définition du ROI n'est pas claire dans la documentation du programme, y compris sa stratégie de mesure du rendement. Le terme ROI est surtout utilisé par les entreprises dans un sens financier, et est exprimé en pourcentage, calculé comme suit : $ROI = \text{Revenu net} / \text{coût de l'investissement} \times 100$.

L'évaluation a permis de faire un certain nombre d'observations :

- Comme démontré dans le cadre d'évaluation à l'annexe B, le terme « retour sur investissement » ou « ROI » n'est pas défini pour le résultat escompté à moyen terme suivant : « La SEC génère un ROI dans le secteur créatif canadien ». Dans ce cas, il ne semble pas que le terme ROI soit considéré comme un terme financier, mais qu'il désigne « une augmentation des recettes d'exportation » comme indicateur d'un résultat à moyen terme.
- Lorsque les représentants du FEC à PCH, les représentants d'AMC, les demandeurs financés par ECC et les participants aux MC des OCI ont été invités à indiquer le ROI des activités du FEC, la plupart des répondants ont mentionné l'incidence du FEC sur l'augmentation des recettes d'exportation, tandis que d'autres ont également mentionné d'autres avantages comme l'établissement de relations et de réseaux, la création d'emplois, une rentabilité accrue, la diplomatie culturelle et d'autres résultats sociaux.
- Quelques demandeurs d'ECC interrogés ont souligné des difficultés à mesurer le ROI économique de leurs projets.

Un autre terme qui a donné lieu à des interprétations variées est celui des sondages post-participation qui demandent aux participants aux MC d'indiquer la « valeur financière » qui pourrait résulter de leurs rencontres B2B pendant une MC. Le terme « valeur financière » n'est pas couramment utilisé par les entreprises, et ce terme semble avoir été interprété comme une « augmentation des recettes d'exportation » par les répondants au sondage post-participation.

Il peut y avoir une certaine confusion en ce qui concerne les résultats attendus du programme sur le plan économique et social. Certains représentants de PCH, des DC d'AMC et des participants aux MC interrogés ont déclaré qu'il y avait une certaine ambiguïté quant à savoir si les objectifs du programme et les mesures de performance devraient inclure des résultats sociaux, comme la diplomatie culturelle. Un rapport du Sénat de 2019 citait l'ancienne ambassadrice Cynthia P. Schneider, qui définissait la diplomatie culturelle comme « l'échange d'idées, d'information, d'art et d'autres aspects de la culture

entre les nations et leurs peuples pour favoriser la compréhension mutuelle ». Cette définition ne renvoie à aucun résultat économique. Le FEC n'a pas d'objectifs sociaux reconnaissant l'existence d'autres programmes. Certains responsables du programme ont souligné que l'inclusion de résultats et de mesures de performance liés aux résultats sociaux, comme la diplomatie culturelle, réduirait l'efficacité du FEC à atteindre son objectif déclaré de maximiser les recettes d'exportation du secteur créatif canadien.

4.3. Efficience : démonstration de l'efficience

Question d'évaluation : Dans quelle mesure le FEC a-t-il été mis en œuvre de manière efficiente?

Principales constatations

- Dans l'ensemble, le FEC a été exécuté de façon efficiente avec certaines possibilités d'amélioration.
- De bonnes pratiques de gestion ont été utilisées dans la prestation des activités d'ECC et des OCI.
- Il y a des lacunes et des risques liés à l'efficience dans 2 domaines clés : le délai prolongé requis pour prendre les décisions de financement à ECC, puisque la norme de service de PCH de 26 semaines a été atteinte seulement 34 % du temps; et le manque de clarté quant aux priorités de financement et aux critères d'admissibilité.

Dépenses réelles du FEC légèrement supérieures aux dépenses prévues

De 2018-2019 à 2020-2021, les dépenses totales du FEC ont été de 40,6 millions de dollars, soit 2 % de plus que les dépenses prévues de 39,8 millions de dollars (tableaux 12 et 13). Les dépenses plus élevées étaient principalement attribuables aux S et C qui dépassaient le budget de 1,5 million de dollars. Des dépenses légèrement supérieures aux dépenses prévues ont également été engagées pour les salaires et le RPAS. Les dépenses de F et E moindres pourraient être expliquées en partie à la suite de la pandémie de la COVID-19 et d'une MC virtuelle³⁸ moins coûteuse plutôt qu'un événement en personne en 2020-2021. De plus, il a été difficile d'estimer les coûts des MC en général, les coûts variant selon le pays de destination et le nombre de participants aux MC.

Tableau 12 : Dépenses prévues du FEC (en millions de dollars)³⁹, de 2018-2019 à 2020-2021

| Exercice | Salaires et RPAS | F ET E | S et C | Total |
|--------------|------------------|-------------|-------------|-------------|
| 2018-2019 | 2,9 | 3,5 | 7,0 | 13,4 |
| 2019-2020 | 2,7 | 3,5 | 7,0 | 13,2 |
| 2020-2021 | 2,7 | 3,5 | 7,0 | 13,2 |
| Total | 8,3 | 10,5 | 21,0 | 39,8 |

Source : Direction générale de la gestion financière de PCH

³⁸ Les MC virtuelles (en 2020-2021) coûtent environ 4 200 \$ de moins par entreprise participante que les MC en personne

³⁹ Les dépenses présentées dans le tableau comprennent toutes les composantes du FEC, y compris la Foire du livre de Francfort qui n'est pas visée. Aucune ventilation par composante du FEC n'est disponible.

Tableau 13 : Dépenses réelles du FEC (en millions de dollars)⁴⁰, de 2018-2019 à 2020-2021

| Exercice | Salaires et RPAS | F ET E | S et C | Total |
|--------------|------------------|------------|-------------|-------------|
| 2018-2019 | 2,6 | 2,2 | 7,8 | 12,6 |
| 2019-2020 | 3,4 | 3,6 | 7,2 | 14,2 |
| 2020-2021 | 3,6 | 2,7 | 7,5 | 13,8 |
| Total | 9,6 | 8,5 | 22,5 | 40,6 |

Source : Direction générale de la gestion financière de PCH

Dans la plupart des cas, le temps requis pour examiner les demandes à ECC a dépassé la norme de service

Bien que la norme de service pour l'accusé de réception des demandes dans les 2 semaines et celle pour l'émission des paiements dans les 4 semaines aient été respectées respectivement à 95 % et 89 %, la norme de 26 semaines pour fournir une décision de financement a été atteinte seulement 34 % du temps⁴¹. En particulier, des délais d'approbation plus longs ont été imposés pour le financement des S et C supérieur à 100 000 \$. Les facteurs qui expliquent le temps plus long que prévu pour la décision de financement comprennent le temps requis pour consulter des experts internes et externes du secteur créatif afin de déterminer la faisabilité d'un projet et le grand nombre de demandes évaluées par appel d'offres.

De plus, SPAC effectue un examen de la capacité financière pour entreprendre le projet proposé de chaque demandeur visé par une recommandation. L'évaluation financière comporte plusieurs volets :

- les critères financiers, y compris l'analyse des ratios pour évaluer la liquidité, la gestion de la dette et la rentabilité, et un examen des résultats d'exploitation récents;
- l'évaluation fondée sur des critères non financiers (c.-à-d. rapport de solvabilité);
- un résumé et un avis sur la capacité financière;
- l'évaluation de la nécessité du financement; et
- l'évaluation de la viabilité du projet.

L'évaluation financière ne comprend pas d'évaluation du plan de commercialisation à l'exportation ni de la mesure dans laquelle les projections des recettes d'exportation présentées dans la demande sont fondées sur des études de marché et sont susceptibles d'être réalisées.

Les activités ci-dessus démontrent de bonnes pratiques de gestion, mais augmentent le temps requis pour prendre des décisions de financement. Environ la moitié des demandeurs d'ECC interrogés ont déclaré qu'il a fallu trop de temps pour obtenir une décision de financement. Les répercussions

⁴⁰ Les dépenses présentées dans le tableau comprennent toutes les composantes du FEC, y compris la Foire du livre de Francfort qui n'est pas visée. Aucune ventilation par composante du FEC n'est disponible.

⁴¹ <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/normes-service/resultats-normes-service.html>

négatives des décisions de financement tardives mentionnées par quelques demandeurs sont les suivantes :

- Moins de réalisations que prévu en raison de la réduction du temps consacré à la réalisation du projet.
- L'incapacité de tirer profit de certaines occasions.
- Des difficultés à obtenir un financement supplémentaire.
- Les besoins qui ont changé, rendant leur projet moins utile que prévu.

Autres aspects des processus opérationnels d'ECC

La majorité des demandeurs d'ECC interrogés estimaient que le personnel du programme était accessible et utile. La plupart des demandeurs financés n'ont pas exprimé de préoccupations à l'égard des exigences du programme en matière de reddition de comptes, tandis que quelques demandeurs ont indiqué qu'il était difficile et coûteux d'obtenir des rapports financiers vérifiés dans le délai demandé par le programme.

Certains demandeurs ont souligné l'ambiguïté des critères d'admissibilité et ont déclaré que les critères étaient trop larges. Les demandeurs d'organismes à but non lucratif ont indiqué que le formulaire de demande n'est pas adapté aux organismes artistiques et qu'il comprend des termes inhabituels en matière de langues des affaires, comme le plan d'affaires, le plan d'exportation et l'analyse des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces (FFPM). Cela donne à penser qu'il peut y avoir un malentendu sur la nature économique du programme.

La revue documentaire a montré que les outils de demande et d'évaluation ne sont pas bien alignés avec les résultats attendus du programme. En effet, ces documents ne font pas référence à un ROI élevé, mais plutôt aux recettes d'exportation, sans indiquer que les projets doivent générer des revenus élevés pour être éventuellement financés. Cela peut expliquer pourquoi certains demandeurs non financés interrogés se sont dit admissibles, même si leur projet n'atteint pas les résultats du programme.

La prestation des activités des OCI a bien fonctionné

De bonnes pratiques de gestion ont été démontrées dans la prestation des activités des OCI, y compris les MC, les événements d'amplification et les séminaires. Par exemple, les OCI ont établi des partenariats avec des tiers, comme AMC et des consultants étrangers, pour aider à la planification et à la conduite des MC et à l'identification des événements d'amplification. Les OCI ont également fait preuve de souplesse et de capacité quant à l'adaptation de leurs activités aux besoins et aux contextes changeants en réponse à la pandémie de la COVID-19, y compris le passage à la prestation virtuelle pour les MC et les événements d'amplification.

Les participants aux MC sont satisfaits des missions commerciales des OCI, en particulier des rencontres B2B

La plupart des participants aux MC en Chine et en Amérique-Latine qui ont répondu aux sondages post-participation ont indiqué que leur niveau de satisfaction à l'égard des MC était « excellent » et « très bon ». ⁴² La majorité des participants aux MC et des représentants d'AMC interviewés dans le cadre des études de cas ont indiqué que les rencontres B2B étaient bien coordonnées et d'une durée suffisante. La majorité des participants aux MC et des représentants d'AMC ont déclaré que les rencontres B2B en personne avaient plus d'impact que les rencontres virtuelles; toutefois, la plupart des participants ont convenu que les rencontres virtuelles et en personne peuvent se compléter, particulièrement si elles sont offertes de façon séquentielle, comme l'établissement de relations initiales virtuellement et le suivi en personne.

Les études de cas ont révélé que les activités en personne de la MC en Amérique-Latine jugées les plus utiles sont les suivantes (les plus utiles étant mentionnées en premier): les rencontres B2B, le réseautage avec les intervenants locaux d'Amérique-Latine et les séances d'information sur le marché, tandis que l'activité la moins prisée était les visites sur place. Dans le cas de la MC virtuelle avec l'Allemagne, les activités jugées les plus utiles étaient les rencontres B2B et le consultant en jumelage, tandis que les discussions de groupe étaient les moins appréciées.

Il existe des possibilités d'améliorer les missions commerciales des OCI

Bien que la majorité des participants aux MC et des représentants d'AMC interrogés se soient dit satisfaits des MC, des suggestions d'amélioration ont été notées :

- Certains participants aux MC ont indiqué que l'avantage de l'approche multisectorielle utilisée pour les MC a donné lieu à des possibilités de collaboration et de synergies entre les entreprises de différents sous-secteurs créatifs, en rencontrant des artistes et des organismes canadiens dans d'autres sous-secteurs (p. ex., adaptation des livres et de la musique aux séries télévisées et aux films). Le principal défi relevé avec les MC multisectorielles est qu'il est difficile de répondre aux besoins de tous les participants aux MC et d'organiser des rencontres avec les acheteurs et les clients pour tous les sous-secteurs représentés dans la délégation.
- Certains participants aux MC et représentants d'AMC interviewés ont fait remarquer que les rencontres B2B n'étaient pas toujours pertinentes pour les participants aux MC et qu'il y a des possibilités d'améliorer le jumelage.
- Quelques représentants d'AMC ont indiqué qu'il fallait une planification plus coordonnée entre les partenaires de prestation (PCH, AMC et consultants en jumelage) et un effort plus important pour s'assurer que les entreprises les plus appropriées soient choisies pour participer aux MC, en fonction du pays où la MC a lieu.

La plupart des participants interrogés sont satisfaits des événements d'amplification des OCI

⁴² Cette question n'était pas disponible dans les sondages post-participation menés en Allemagne et aux Pays-Bas sur les MC. Pour cette question du sondage post-participation, l'échelle suivante a été utilisée : 5 – excellent, 4 – très bon, 3 – bon, 2 – passable, 1 – mauvais.

Les sondages post-participation aux événements d’amplification échantillonnés indiquent que la plupart des participants étaient satisfaits, particulièrement en ce qui concerne les rencontres B2B et les possibilités de réseautage (tableaux 14 et 15).

Tableau 14 : Satisfaction de l’échantillon d’événements d’amplification des OCI pour les événements d’amplification internationaux

| Événement | Participants canadiens | Nombre de répondants au sondage | Satisfaction des participants canadiens à un événement d’amplification ⁴³ |
|---|------------------------|---------------------------------|---|
| Festival Fringe et Télévision d’Édimbourg, 2018 | 23 | 5 | 80 % (4 répondants sur 5) étaient satisfaits avec les rencontres interentreprises B2B et les occasions de réseautage. |
| Festival Fringe d’Édimbourg, 2019 | 23 | 15 | 66 % (10 sur 15) ont trouvé que l’événement <i>Pitch my Piece</i> était plus intéressant que prévu. |
| Foire internationale du livre de Guadalajara, 2018 | 16 | 6 | 100 % (n=6) étaient satisfaits du comité mixte et des possibilités de réseautage; 80 % s’attendaient à ce qu’elles produisent des résultats professionnels. |
| Marché, industrie, cinéma et audiovisuel (MICA), 2018 | 8 | 8 | 50 % (4 répondants sur 8) ont trouvé que les rencontres B2B et les possibilités de réseautage étaient bons, très bons ou excellents. |
| Miami Kidscreen, 2020 | 100 | 73 | 84 % (61 répondants sur 73) ont trouvé la réception de réseautage utile; 90 % des participants canadiens ont trouvé utiles les présentations. |

Sources : Compilation des résultats des sondages après la participation et du rapport d’événement après l’amplification

⁴³ Les calculs tiennent compte des participants qui ont rempli les sondages post-participation.

Tableau 15 : Satisfaction de l'échantillon d'événements d'amplification des OCI pour des événements d'amplification internes

| Événement | Participants | Nombre de répondants au sondage | Satisfaction des participants à l'égard de l'événement d'amplification ⁴⁴ |
|---------------------------|--------------|---------------------------------|---|
| Canada Games Online, 2020 | 108 | 13 | 92 % (12 sur 13) ont indiqué qu'ils étaient « très satisfaits » (62 %) ou « plutôt satisfaits » (30 %) de leurs rencontres B2B. |
| Content Canada, 2020 | 124 | 41 | 56 % (23 sur 41) ont indiqué qu'ils étaient « très satisfaits » (83 %) ou « plutôt satisfaits » (13 %) des rencontres B2B. |

Sources : Compilation des résultats des sondages après la participation et du rapport d'événement après l'amplification

⁴⁴ Les calculs tiennent compte des participants qui ont rempli les sondages post-participation.

5. Conclusions

Dans l'ensemble, l'évaluation confirme la pertinence, l'efficacité et l'efficacé du FEC au cours de la période de 3 ans de 2018-2019 à 2020-2021. Toutefois, étant donné que la programmation n'est en place que depuis 2018-2019, il existe des opportunités d'amélioration pour garantir davantage la pertinence et la performance continues à l'avenir.

L'évaluation conclut que le FEC est pertinent par rapport aux besoins, au mandat et aux priorités gouvernementales, et qu'il n'y a aucune preuve de chevauchement par rapport à d'autres initiatives. Bien que le secteur créatif présente un grand potentiel commercial au-delà du Canada, le développement des exportations est complexe et le financement fédéral aide le secteur à réussir dans de nouveaux marchés.

Le FEC s'harmonise avec les priorités fédérales et ministérielles liées à la promotion du commerce international. Bien que le FEC tienne compte des engagements du gouvernement fédéral envers les communautés d'équité, il serait possible d'en faire plus pour recueillir, compiler et rendre compte de la contribution de ces groupes. Le FEC a démontré sa capacité à s'adapter aux besoins changeants, y compris ceux liés à la pandémie de la COVID-19 qui a eu un impact négatif global sur le secteur créatif. Des efforts clairs ont été déployés pour assurer la complémentarité et éviter le dédoublement avec d'autres programmes.

Le FEC a progressé vers l'atteinte des résultats escomptés à court et à moyen terme. Le financement a été distribué à une grande variété de projets prêts à l'exportation d'ECC et d'activités des OCI, y compris des MC, des événements d'amplification, des séminaires et des partenariats. Ces activités et résultats du FEC ont contribué à la conclusion d'affaires et d'accords commerciaux, à l'augmentation des possibilités d'exportation et des recettes d'exportation, ainsi qu'à la reconnaissance internationale croissante du secteur créatif canadien.

Dans l'ensemble, il existe des preuves d'une mise en œuvre efficace du FEC. De bonnes pratiques de gestion ont été utilisées dans la réalisation des activités d'ECC et des OCI, notamment en ce qui concerne la collaboration et la communication avec les partenaires. Cependant, plusieurs domaines ont été identifiés comme ayant un impact négatif sur l'efficacité de la mise en œuvre. En particulier, il est nécessaire de réduire le temps requis pour prendre les décisions de financement d'ECC afin de respecter la norme de service de PCH. Il est également nécessaire d'assurer une compréhension et une communication claires des priorités du programme dans la documentation d'ECC. Étant donné que la nature économique du programme et les critères de financement des projets ayant un fort potentiel de ROI ou de revenus d'exportation ne sont pas indiqués dans les lignes directrices du programme et ne sont pas bien compris par tous les demandeurs, il est possible d'affiner davantage les processus de demande afin de mieux atteindre les clients ciblés par ECC, et d'améliorer le processus de sélection des projets pour augmenter le nombre de projets qui génèrent des revenus d'exportation importants et qui ont un rapport coûts-bénéfices plus élevé.

La stratégie de mesure du rendement actuelle est utile dans une certaine mesure pour la prise de décisions et la reddition de comptes. L'officialisation du modèle logique et la mise à jour des indicateurs de mesure de la performance pourraient aider à clarifier la raison d'être et les principes sous-jacents du FEC, les conditions dans lesquelles le succès est le plus susceptible d'être obtenu et les liens entre les activités et les résultats du FEC. Il est également possible d'examiner plus avant les délais d'obtention des résultats à long terme en matière de revenus d'exportation, tout en améliorant la cohérence et les taux de réponse de la collecte de données afin de mieux rendre compte des résultats du FEC.

6. Recommandations, réponse de la direction et plan d'action

En se fondant sur les constats et les conclusions, l'évaluation formule 2 recommandations visant à améliorer la mesure de la performance du FEC et l'efficacité d'ECC. Les mesures prises à l'égard de ces recommandations mèneront à l'amélioration du FEC et renforceront la pertinence et le rendement continus du FEC à l'avenir.

Recommandation 1

L'évaluation recommande que le sous-ministre adjoint principal, Affaires culturelles, examine et mette à jour le modèle logique et les indicateurs de mesure du rendement du FEC, afin d'appuyer une collecte de données et une reddition de compte constantes, ainsi que de mieux saisir les impacts économiques à moyen et à long terme et d'améliorer les données sur les communautés d'équité.

Réponse de la direction

La recommandation est acceptée.

La SEC a été lancée initialement en juin 2018 en partenariat avec AMC, avec un investissement de 125 millions de dollars sur 5 ans, pour aider les industries créatives à maximiser leur potentiel d'exportation. Le FEC est l'un des 3 piliers qui composent la SEC et il est appuyé par un financement de 70 millions de dollars sur une période de 5 ans. PCH travaille actuellement au renouvellement de la SEC, puisque l'itération actuelle vient à échéance en mars 2023.

La Direction générale du CI reconnaît que le FEC a besoin d'indicateurs de performance plus clairs pour mieux évaluer l'incidence économique de cette initiative à l'appui des activités d'exportation des industries créatives du Canada, en particulier l'incidence du FEC sur les peuples autochtones et les communautés d'équité.

Si elle est renouvelée, la Direction générale du CI examinera et mettra à jour le modèle logique actuel et les indicateurs de mesure du rendement du FEC, afin de s'harmoniser avec les objectifs et de mieux en rendre compte. La Direction générale du CI élaborera également un plan d'action global pour la collecte de données de la SEC, qui comprendra la collecte de données sur l'inclusion, la diversité, l'équité et l'accessibilité, afin de s'assurer que les données sur le rendement sont saisies de façon fiable et uniforme à moyen et à long terme. Les activités et les résultats seront recueillis et évalués après la première année complète de mise en œuvre du plan d'action de collecte de données de la SEC afin d'assurer l'uniformité des rapports.

Tableau 16 : Recommandation 1 – Plan d’action

| Point du plan d’action | Produits livrables | Échéancier | Responsable |
|---|--|--|---|
| 1.1 Examiner et mettre à jour le modèle logique de la SEC aux fins d’examen et d’inclusion dans le PIR | 1.1.1 Le modèle logique mis à jour est élaboré et approuvé par le Comité de gestion des affaires culturelles et le sous-ministre adjoint principal des affaires culturelles, et il est inclus dans le PIR. | Avril 2023 | Responsable : Direction des politiques du commerce international |
| 1.2 Examiner et mettre à jour les indicateurs de mesure du rendement | 1.2.1 Des indicateurs de mesure du rendement mis à jour sont élaborés et approuvés par le Comité de gestion des affaires culturelles et le sous-ministre adjoint principal des affaires culturelles et sont inclus dans les 2 PIR. | Avril 2023 | Responsable : Direction des politiques du commerce international |
| 1.3 Examiner et mettre à jour les outils de la SEC pour les harmoniser avec les indicateurs de mesure du rendement mis à jour | 1.3.1 Mise à jour des outils de la SEC qui correspondent aux indicateurs de mesure du rendement mis à jour | Octobre 2023 | Responsable : Direction des politiques commerce international |
| 1.4 Élaborer un plan d’action pour la collecte de données de la SEC, y compris pour les résultats à moyen et à long terme, en accordant une attention particulière à la collecte de données relatives aux peuples autochtones et aux communautés d’équité | 1.4.1 Le Plan d’action pour la collecte de données est rédigé et approuvé par le Comité de gestion des affaires culturelles et le sous-ministre adjoint principal des affaires culturelles | Octobre 2023 | Responsable : Direction des politiques du commerce international |
| 1.5 Produire un rapport annuel sur la mesure du rendement pour le FEC et présenter les résultats à la haute direction chaque année | 1.5.1 Rapport sur la mesure du rendement 2023-2024 présenté au sous-ministre adjoint principal, affaires culturelles | Annuellement, à compter d’octobre 2024 | Responsable : Direction des politiques du commerce international |
| 1.6 Élaborer ou mettre à jour les outils actuels pour les | 1.6.1 Outils mis à jour pour répondre à la stratégie de rendement la plus mise à jour | Le cas échéant | Responsable : Direction des politiques du |

| | | | |
|---|--|--|------------------------|
| harmoniser avec la stratégie de rendement la plus mise à jour | | | commerce international |
| Date de mise en œuvre complète : octobre 2024 | | | |

Recommandation 2

L'évaluation recommande que le sous-ministre adjoint principal, Affaires culturelles, mette en œuvre des mesures visant à simplifier et à améliorer le processus décisionnel du programme ECC en matière de financement.

Réponse de la direction

La recommandation est acceptée.

L'évaluation portait sur les 3 premiers exercices de mise en œuvre du programme ECC. Au cours de l'année d'inauguration du programme, il y a eu 2 dates limites de dépôt des demandes (le premier appel pour 2018-2019 et le deuxième appel pour 2019-2020) en 2 mois, ce qui a entraîné des retards, puisque les demandes pour le deuxième appel n'ont été traitées qu'après l'achèvement des évaluations et des recommandations pour le premier appel de projets.

Depuis, le programme a mis en œuvre un processus de lancement des appels de projets au moins 6 mois avant le début de la période d'admissibilité. Au cinquième appel de projets (financement de 2022-2023), le programme ECC a communiqué les résultats aux demandeurs non retenus avant de faire l'annonce de financement aux récipiendaires. Cela a permis aux demandeurs non retenus d'être informés des résultats de leur demande en temps opportun.

Depuis, le programme a lancé un appel de projets par exercice financier, ce qui a permis au personnel de disposer de suffisamment de temps pour examiner toutes les demandes et formuler des recommandations dans un délai établi. Le programme ECC a établi des principes directeurs pour la rédaction d'un plan d'exportation (faisant partie des documents requis du programme) et amélioré le soutien aux demandeurs de financement en offrant des webinaires détaillés et informatifs sur le programme et le processus de demande après le lancement d'un appel de projets et avant sa date limite.

Après avoir communiqué les décisions relatives à l'appel de projets, le programme permet aux demandeurs non retenus d'obtenir des commentaires sur leur proposition, ce qui leur permet de mieux comprendre les objectifs et les exigences du programme en vue de présenter une nouvelle demande améliorée au prochain appel de projets du programme.

Afin d'accroître l'efficacité du processus d'évaluation (qui comprend la consultation d'experts en la matière au sein et à l'extérieur de PCH, comme le SDC d'AMC sur des propositions plus solides, qui pourraient être envisagées pour un financement), le programme ECC élaborera des outils pour guider ces experts en la matière dans leur processus d'évaluation et établira des échéanciers pour la rétroaction. Ces outils prodiguent des conseils sur le type de renseignements que le programme cherche à obtenir : le projet et l'industrie créative s'adaptent aux marchés cibles, si le demandeur les connaît, la pertinence des partenaires de projet identifiés et sa faisabilité dans le délai proposé pour le projet.

Reconnaissant que d'autres améliorations sont nécessaires pour harmoniser les outils de demande et d'évaluation du programme ECC avec les objectifs du programme, le programme ECC a l'intention de communiquer clairement aux intervenants que les demandes de financement doivent prévoir des recettes d'exportation élevées par rapport au montant de financement demandé pour que leur projet soit considéré comme viable (p. ex., dans les lignes directrices sur les demandes, sur la page Web et pendant les webinaires). La définition de « revenus élevés » sera également clairement définie et communiquée aux intervenants.

Tableau 17 : Recommandation 2 – Plan d'action

| Point du plan d'action | Produits livrables | Échéancier | Responsable |
|--|--|-------------------|---------------------------------------|
| 2.1 Engager un tiers pour évaluer le processus de demande et de décision de financement d'ECC | 2.1.1 Rapport décrivant les recommandations visant à simplifier le processus de demande et de décision de financement | Août 2023 | Responsable : Direction des OCI |
| 2.2 Mettre en œuvre les recommandations découlant de l'examen du processus de demande et de décision de financement du programme ECC | 2.2.1 Processus d'évaluation amélioré et trousse de demande de programme | Avril 2024 | Responsable : Direction des OCI |
| 2.3 Élaborer et mettre en œuvre des modèles de consultation et établir un calendrier de rétroaction avec le SDC et les experts en la matière | 2.3.1 Élaboration de modèles et d'un calendrier de rétroaction établi pour le SDC et les experts en la matière qui les guident dans le type d'information à fournir lorsqu'ils sont consultés au sujet de projets par ECC. | Février 2023 | Responsable : Direction des OCI |
| 2.4 Élaborer et publier des produits de communication concernant les exigences du programme ECC à l'effet que les projets viables doivent prévoir générer un « montant élevé de revenus par rapport au montant du financement demandé » (anciennement appelé ROI). | 2.4.1 Des produits de communication sont élaborés et publiés sur la page Web du programme et sur les plateformes pertinentes et diffusés aux demandeurs potentiels du programme ECC | Avril 2023 | Responsable : Direction des OCI |

| | | | |
|--|---|-----------|---------------------------------------|
| 2.5 Communiquer les lettres de décision aux demandeurs non retenus en temps opportun | 2.5.1 Les lettres de décision seront envoyées aux candidats non retenus avant les annonces de financement pour les candidats retenus. | Juin 2023 | Responsable : Direction des OCI |
| Date de mise en œuvre complète : avril 2024 | | | |

Annexe A : Résultats attendus, indicateurs de rendement et cibles du FEC

Résultats à court terme

| Résultats | Indicateur(s) de rendement | Cible(s) |
|---|---|--|
| Soutien accru aux activités de promotion internationale des industries créatives et de participation à une gamme d'événements internationaux (OCI). | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activités de promotion et de participation à une gamme d'événements internationaux qui appuient le secteur créatif du Canada. • Nombre d'activités d'exportation entreprises à l'appui des secteurs créatifs canadiens. | <ul style="list-style-type: none"> • 4 rencontres bilatérales avec des pays internationaux clés, dont 2 ont abouti à des partenariats d'ici 2020. • 3 MC lancées d'ici 2020. |
| Augmentation des activités liées à l'exportation créative grâce à un soutien direct aux industries créatives canadiennes (ECC). | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activités d'exportation des industries créatives appuyées par le programme. | <ul style="list-style-type: none"> • C'est un nouveau programme. • Une base de référence a été établie et calibrée un an après le lancement du programme en 2018-2019 afin de déterminer la cible pour le nombre d'activités d'exportation du secteur créatif. • Les données sur le rendement seront disponibles d'ici mars 2020. |

Résultats à moyen terme

| Résultats | Indicateur(s) de rendement | Cible(s) |
|---|--|--|
| La SEC génère un retour sur investissements (ROI) dans le secteur créatif canadien (ECC). | Valeur en dollars des investissements engagés par les bénéficiaires du programme dans des projets approuvés. | <ul style="list-style-type: none"> • Investissement de 75 millions de dollars d'ici mars 2023. • Base de référence : Compte tenu du montant de 1 \$: le ratio de financement cible de 1 \$ et l'enveloppe de financement disponible de 75 M\$ sur 5 ans ont été choisis, une base de référence de 15 M\$ par année. |

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • La base de référence de 15 millions de dollars est fondée sur le financement total de l'enveloppe de PCH pour le Fonds pour l'exportation créative et le financement des programmes existants de PCH. Par conséquent, 15 millions de dollars sur 5 ans, selon un ratio de 1 \$: \$1 est de 75 M\$. |
| La SEC favorise la croissance des exportations du secteur créatif canadien (ECC et OCI). | Augmentation de la valeur en dollars des revenus annuels d'exportation des bénéficiaires de financement et des ententes commerciales signées pendant la MC du secteur créatif. | <ul style="list-style-type: none"> • Croissance de 150 millions de dollars des exportations des bénéficiaires du financement et des ententes signées au cours de la MC du secteur créatif de PCH d'ici mars 2023. • Base de référence : Effet de levier cible de 1 \$: 3 \$ pour le financement accordé pour augmenter les exportations et les ententes d'affaires signées pendant la MC du secteur créatif. • La base de référence de 10 millions de dollars est fondée sur le financement total de l'enveloppe de PCH pour le Fonds pour l'exportation créative. Par conséquent, 15 millions de dollars sur 5 ans, selon un ratio de 1 \$: \$1 est de 150 M\$. • La base de référence initiale sera de 0 \$, car ces nouvelles initiatives. |
| Le secteur créatif canadien obtient une reconnaissance internationale (FEC). | Augmentation du classement du GFK Nation Branding Index. | <ul style="list-style-type: none"> • Le Canada augmente son classement culturel en 1 position. • La base de référence sera établie à l'automne 2018, grâce à la publication du nouveau GFK Nation Branding Index. |

Résultats à long terme

| Résultats | Indicateur(s) de rendement | Cible(s) |
|---|--|--|
| Les industries créatives canadiennes ont du succès sur les marchés mondiaux, ce qui accroît la prospérité économique du Canada (FEC). | <ul style="list-style-type: none">• Augmentation de la valeur du produit intérieur brut (PIB) des industries créatives, en milliards de dollars.• Augmentation du taux de variation du taux de croissance de l'emploi des entreprises du secteur créatif.• Augmentation du taux de variation du taux de croissance du revenu des entreprises du secteur créatif. | <ul style="list-style-type: none">• Augmentation de 1 milliard de dollars de la contribution du secteur créatif au PIB d'ici 2028.• Le taux d'emploi dans le secteur créatif augmente plus rapidement que la moyenne nationale de l'emploi d'ici 2028.• Les entreprises du secteur créatif qui reçoivent du financement croissent plus rapidement que la moyenne nationale des revenus d'ici 2028. |

Annexe B : Cadre d'évaluation

Le cadre d'évaluation ci-dessous présente les questions et les indicateurs d'évaluation qui ont guidé l'élaboration des outils de collecte de données spécifiques.

Pertinence – Question 1.1 : Dans quelle mesure le Fonds pour l'exportation créative répond-il à un besoin continu et changeant?

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Les données probantes sur la mesure dans laquelle le FEC répond à un besoin continu et changeant</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importance du financement du FEC pour répondre aux besoins du bénéficiaire • Considérations, le cas échéant, pour l'avenir (tendances émergentes) | X | X | X | - | - | - |
| <p>Opinions des informateurs clés sur la mesure dans laquelle le FEC répond à un besoin continu et changeant</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impact de la COVID sur les industries créatives • Impact de la COVID sur les intervenants • Importance du financement du FEC pour répondre aux besoins du bénéficiaire • Capacité du FEC à répondre aux besoins | - | X | X | - | X | - |

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|--|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| changeants, y compris ceux liés à la pandémie de la COVID-19 <ul style="list-style-type: none"> • Considérations, le cas échéant, pour l'avenir (tendances émergentes) | | | | | | |

Pertinence – Question 1.2 : Dans quelle mesure le Fonds pour l'exportation créative s'harmonise-t-il avec les priorités, les rôles et les responsabilités du gouvernement fédéral?

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| Données probantes sur l'harmonisation du FEC avec les priorités, les rôles et les responsabilités du gouvernement fédéral <ul style="list-style-type: none"> • Soutien du FEC et harmonisation avec les priorités du gouvernement, y compris celles liées à l'équité, à la diversité et à la réconciliation • Harmonisation du FEC avec les priorités, les résultats et les objectifs de PCH | X | - | X | - | - | - |
| Opinions des informateurs clés sur l'harmonisation du FEC avec les priorités, | - | - | - | - | X | - |

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|--|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>les rôles et les responsabilités du gouvernement fédéral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soutien du FEC et harmonisation avec les priorités du gouvernement, y compris celles liées à l'équité, à la diversité et à la réconciliation • Harmonisation du FEC avec les priorités, les résultats et les objectifs de PCH | | | | | | |

Pertinence – Question 1.3 : Dans quelle mesure le Fonds pour l'exportation créative fait-il double emploi ou complète-t-il d'autres programmes offerts par l'entremise d'autres programmes de PCH, d'autres ministères (f/p/t), d'organismes non gouvernementaux ou du secteur privé?

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|--|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Preuve de la mesure dans laquelle le FEC reproduit ou complète d'autres programmes offerts par l'entremise d'autres programmes de PCH, d'autres ministères (f/p/t), d'organismes non gouvernementaux ou du secteur privé</p> <ul style="list-style-type: none"> • Similitude ou différence concernant les objectifs, les extrants, les activités | X | X | X | - | - | - |

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| financées et les montants financés | | | | | | |
| Opinions des informateurs clés sur la mesure dans laquelle le FEC reproduit ou complète d'autres programmes offerts par l'entremise d'autres programmes de PCH, d'autres ministères (f/p/t), d'organismes non gouvernementaux ou du secteur privé <ul style="list-style-type: none"> • Similitude ou différence concernant les objectifs, les extrants, les activités financées et les montants financés | - | - | - | - | X | X |

Efficiency – Question 2.1 : Dans quelle mesure le Fonds pour l'exportation créative a-t-il été exécuté de façon efficace?

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Preuve que le FEC a été exécuté efficacement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pratiques de gestion et d'administration adéquates mises en place • Participation ou obstacles à la participation de différents secteurs créatifs et types d'industries, comme il est décrit dans ses lignes directrices sur l'admissibilité • Possibilités d'améliorer les processus opérationnels • Respect des normes de service • Coûts de F et E pour la prestation des S et C | X | - | X | X | - | - |
| <p>Opinions selon lesquelles le FEC a été exécuté efficacement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pratiques de gestion et d'administration adéquates mises en place • Participation ou obstacles à la participation de différents secteurs | X | - | X | - | X | X |

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| créatifs et types d'industries, comme il est décrit dans ses lignes directrices sur l'admissibilité <ul style="list-style-type: none"> • Pratiques exemplaires et leçons tirées de l'exécution du Fonds d'urgence en 2020-2021 • Possibilités d'améliorer les processus opérationnels | | | | | | |

Efficacité – Question 3.1 : Dans quelle mesure le Fonds pour l’exportation créative a-t-il atteint les résultats à court terme qu’il avait escomptés?

- Soutien accru à la promotion internationale des industries créatives et aux activités de mobilisation dans un éventail de tribunes internationales
- Accroître les activités d’exportation créative grâce à un soutien direct aux industries créatives canadiennes

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|--|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Preuve que le FEC a atteint les résultats escomptés à court terme suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d’activités de promotion et de mobilisation internationales de participation à une gamme d’événements internationaux qui appuient le secteur créatif canadien • Nombre d’activités d’exportation entreprises à l’appui des secteurs créatifs canadiens. • Nombre d’activités d’exportation des industries créatives appuyées par le programme | X | - | X | - | - | - |
| Opinion des EIC selon laquelle le FEC a atteint les résultats escomptés à court terme | - | - | - | - | X | - |

Efficacité – Question 3.2 : Dans quelle mesure le Fonds pour l’exportation créative a-t-il atteint les résultats escomptés à moyen terme?

- La SEC génère un rendement sur les investissements dans le secteur créatif canadien
- La SEC entraîne une croissance des exportations du secteur créatif canadien
- Le secteur créatif canadien est reconnu à l’échelle internationale

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Preuve que le FEC a atteint les résultats escomptés à court terme suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valeur en dollars des investissements engagés par les demandeurs financés par le programme dans les projets approuvés • Augmentation de la valeur en dollars des revenus annuels d’exportation des demandeurs financés et des transactions commerciales signées pendant les missions commerciales du secteur créatif • Augmentation du rand dans le GFK Nation Branding Index | - | - | X | - | - | - |
| Opinion des EIC selon laquelle le FEC a atteint les résultats escomptés à court terme | - | - | - | - | X | - |

Efficacité – Question 3.3 : Dans quelle mesure la mesure du rendement de la SEC recueille-t-elle les données requises pour éclairer la prise de décisions et l'établissement de rapports? Y a-t-il des possibilités d'amélioration?

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| <p>Données probantes et opinions des informateurs clés sur la question de savoir si la mesure du rendement pour la SEC recueille les données requises pour éclairer la prise de décisions et la production de rapports</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesure dans laquelle les indicateurs de rendement reflètent fidèlement les extrants et les résultats • Mesure dans laquelle la capacité de saisie des données et de production de rapports du programme correspond aux attentes décrites dans la conception originale de la SEC • Mesure dans laquelle les données sur le rendement recueillies sont exactes et complètes • Mesure dans laquelle les données sur le rendement appuient la prise de décisions et les exigences ministérielles en matière de reddition de comptes | X | - | X | - | X | - |

| Indicateur | Revue administrative | Revue de la littérature | Revue documentaire | Données financières | Entrevue avec des informateurs clés | Études de cas |
|---|----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------|
| (utilité) <ul style="list-style-type: none"> • Détermination des changements et des améliorations possibles à la mesure du rendement de la SEC • Efficacité des données recueillies sur les communautés d'équité pour éclairer la prise de décisions et la production de rapports | | | | | | |

Annexe C : Secteurs et sous-secteurs créatifs

| Secteurs créatifs | Sous-secteurs créatifs |
|--|--|
| 1. Audiovisuel et médias interactifs | <p>1.1 Film et vidéo : Comprends des longs métrages, des courts métrages, des actions en direct et des films d'animation, des documentaires, des vidéos et des films interactifs, sous tous les formats, y compris le film, la HD, le contenu numérique, diffusé en continu et téléchargé, ainsi que des services de diffusion comme des festivals de cinéma et des événements connexes.</p> <p>1.2 Radiodiffusion : Comprends les radiodiffuseurs et les fournisseurs de services de contenu traditionnel, payant et spécialisé de la radio; programmation de télévision par câble, payante et spécialisée; et du contenu de radiodiffusion sur Internet, comme des podcasts, des émissions en ligne, en continu et des émissions de radio et de télévision numériques.</p> <p>1.3 Médias interactifs : Comprends les jeux de console, les jeux en ligne, les jeux sans fil et les jeux pour PC ainsi que d'autres produits de divertissement numérique interactifs connexes</p> |
| 2. Éducation et formation | 2.1 Éducation et formation : Programmes culturels offerts dans les établissements d'enseignement et de formation, y compris les écoles primaires et secondaires, les collèges communautaires et les cégeps, les universités, les écoles techniques, professionnelles et commerciales et les écoles d'arts plastiques. |
| 3. Gouvernance, financement et soutien professionnel | 3.1 Entité gouvernementale |
| 4. Patrimoine et bibliothèques | 4.1 Patrimoine culturel : Comprends les artefacts, les collections (y compris les antiquités) et les services tels que les musées, les galeries d'art publiques, les musées d'art, les sites historiques, les édifices historiques, le planétarium et les sites archéologiques. |
| 5. Spectacles sur scène | 5.1 Arts de la scène : Comprend les spectacles en direct de personnes et d'entreprises de théâtre (y compris les spectacles musicaux et les dîners-théâtres), d'opéra, de danse, d'orchestres, de musique, de cirques, de spectacles de magie, de spectacles de glace, de spectacles de marionnettes, de spectacles de mime, etc., ainsi que les services tels que les promoteurs et les présentateurs d'arts de la scène. |

| Secteurs créatifs | Sous-secteurs créatifs |
|--------------------------------------|--|
| | <p>5.2 Festivals et célébrations : Comprend les événements joués en direct, y compris les festivals, les foires et autres célébrations avec des spectacles de musique, de théâtre, de danse, de comédie, d'improvisation, d'événements multidisciplinaires et de services de promoteurs et de présentateurs d'événements joués en direct.</p> |
| <p>6. Enregistrement sonore</p> | <p>6.1 Enregistrement sonore : Comprends les services d'enregistrement sonore, la production d'enregistrements, la reproduction d'enregistrements et la distribution, dans tous les formats, peu importe la plateforme de diffusion, y compris le contenu numérique en ligne ou téléchargé.</p> <p>6.2 Édition musicale : Comprends la composition et l'édition de musique, dans tous les formats, sans égard à la plateforme de diffusion, y compris la musique imprimée, le contenu numérique en ligne ou téléchargé, la vente de droits pour la performance, l'enregistrement, la reproduction et d'autres droits connexes.</p> |
| <p>7. Arts visuels et appliqués</p> | <p>7.1 Artisanat : Comprends les produits artisanaux faits à la main de tous les matériaux, y compris les textiles, les bijoux, la poterie, les statues, les céramiques, les meubles, les articles ménagers, les instruments de musique, etc.</p> <p>7.2 Art visuel original : Comprend des œuvres d'art originales telles que des peintures, des dessins, des pastels, des gravures, des gravures, des lithographies, des sculptures et des statues, ainsi que des services de diffusion tels que des galeries d'art commerciales.</p> <p>7.3 Design : Comprends des services de graphisme, d'intérieur, d'industrie, de bijouterie, de mode et d'autres services de conception spécialisée.</p> <p>7.4 Publicité : Comprends la conception et le développement de publicités.</p> <p>7.5 Architecture : Comprends les services de conception résidentielle, non résidentielle, paysagère et urbaine.</p> <p>7.6 Photographie : Comprends les services traditionnels de photographie continue et numérique, couvrant tous les domaines, y compris les services de portrait, de mariage, d'action et les services spécialisés, commerciaux et industriels.</p> |
| <p>8. Œuvres écrites et publiées</p> | <p>8.1 Livres : Comprend tout le contenu et les formats publiés, peu importe la plateforme de livraison, y compris les imprimés, les livres sonores et les livres électroniques, ainsi que les services de diffusion comme les salons du livre, les festivals littéraires, les séries de lecture, et les événements connexes.</p> <p>8.2 Périodiques : Comprend tout le contenu et les formats publiés, peu importe la plateforme de livraison, y compris les versions imprimées, en ligne, les webzines (e-zines), ainsi que d'autres services d'édition et de livraison</p> |

| Secteurs créatifs | Sous-secteurs créatifs |
|-------------------|---|
| | <p>numériques et électroniques, ainsi que des services de diffusion comme des foires aux magazines et des événements connexes.</p> <p>8.3 Journaux : Comprend tout le contenu et les formats publiés, peu importe la plateforme de livraison, y compris les journaux imprimés, électroniques et sur le Web, ainsi que d'autres publications et livraisons numériques et électroniques.</p> <p>8.4 Autres ouvrages publiés : Comprends les documents publiés (sous forme imprimée ou électronique) comme les brochures, les dépliants, les cartes postales, les cartes de vœux et les calendriers.</p> |
| 9. Multisecteur | Le multisecteur a été sélectionné lorsque l'activité de l'organisation ne pouvait être classée dans un seul secteur |
| 10. Autres | Le secteur « autre » a été sélectionné lorsque l'équipe d'évaluation de la SEC n'a pas pu déterminer les principales activités de l'organisation ou lorsque l'organisation ne correspond à aucune des catégories ci-dessus (utilisée seulement à de rares occasions). |

Annexe D : Bibliographie

Patrimoine canadien. 2022. [Sommet national sur la culture : l'avenir des arts, de la culture et du patrimoine – Rapport final](#)

Patrimoine canadien 2020. [Résultats en matière de normes de service pour les programmes de financement de Patrimoine canadien](#)

EU Working Group. 2014. [Good Practice Report on the Cultural and Creative Sectors' Export and Internationalisation Support Strategies](#).

L'Agence fédérale de développement économique pour le Sud de l'Ontario. 2020. [Évaluation finale du Programme pour la prospérité du sud de l'Ontario](#)

Hot Docs. 2022. [About | Hot Docs](#)

Ipsos. 2019. Canada's National Brand: An analysis of results from the 2018 Anholt-Nation Brands IndexSM powered by Ipsos, Creative Export Strategy

Ipsos. 2021. The Anholt-Ipsos Nation Brands IndexSM – Prepared for the Government of Canada, Creative Export Strategy

Ontario Créatif. s.d. [Lignes directrices du Fonds du livre 2021-22](#).

Ontario Créatif. s.d. [Lignes directrice du Fonds pour le développement des marchés internationaux pour l'industrie du cinéma et de la télévision 2022-23](#).

Ontario Créatif. s.d. [Lignes directrices du programme de développement de l'industrie : Développement des activités et Renforcement des capacités 2022-23](#).

Ontario Créatif. s.d. [Lignes directrices du Fonds d'Ontario Créatif pour les produits multimédias interactifs numériques : Programme de développement des marchés internationaux](#).

Ontario Créatif. s.d. <https://ontariocreates.ca/uploads/omif/eng/music-creation/omif-2021-22-music-creation-guidelines.pdf>. 2021-22

Oum, S., Narjoko, D., & Harvie, C. 2014. Constraints, determinants of SME innovation, and the role of government support. ERIA Discussion Paper Series

Statistique Canada. [Tableau 36-10-0452-01 Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit \(x 1 000\)](#)

Thangavel Palanivel. United Nations Development Program. Jan. 2019. [How cultural and creative industries can power human development in the 21st Century](#).

UNESCO. 2021. [The creative economy: moving in from the sidelines](#).

Yukon. 2020. [Synthèse : Stratégie pour les industries créatives et culturelles](#)