



Le 19 octobre 2020

Monsieur Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion
et des télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-336 — Mémoire du FMC

Monsieur,

1. Pour faire suite à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-336 (la « **Consultation** ») du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le « **CRTC** » ou le « **Conseil** »), le Fonds des médias du Canada (le « **FMC** ») est ravi de prendre part à la Consultation et dépose respectueusement le présent mémoire au Conseil.
2. Le FMC accueille favorablement la Consultation et considère qu'il s'agit d'une étape importante dans l'établissement des stratégies optimales pour aider l'industrie à traverser cette période de perturbations.
3. Créé en 2010 par le gouvernement du Canada (par l'intermédiaire du ministère du Patrimoine canadien) et les entreprises de distribution de radiodiffusion (les « **EDR** ») canadiennes, le FMC soutient le contenu provenant de producteurs de partout au pays par le truchement de deux volets. Le Volet expérimental favorise la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs innovateurs destinés aux plateformes numériques. De son côté, le Volet convergent appuie le contenu qui sera distribué sur au moins deux plateformes, dont la télévision, dans divers genres (dramatiques, documentaires, enfants et jeunes, ainsi que variétés et arts de la scène), en français, en anglais, en langues autochtones, ainsi qu'en différentes autres langues.
4. Pour l'exercice 2020-2021, le budget des programmes du FMC s'établit à 352 millions de dollars; son financement provient principalement des contributions des EDR canadiennes et du gouvernement du Canada. Parmi ses autres sources de revenus, citons les avantages tangibles, les rendements sur la participation au capital d'un nombre limité de projets et l'allocation de stabilisation provenant de Patrimoine canadien.

5. Depuis son lancement en 2010, le FMC a accéléré la production de contenu convergent et expérimental, et a versé un total de 3,6 milliards de dollars à 4 982 émissions de télévision (soit plus de 27 000 heures de nouveau contenu) et à 2 232 productions numériques, ce qui a généré une activité de production de plus de 13,3 milliards dans tout le Canada.
6. Relativement à la télévision, aux heures de grande écoute, les émissions soutenues par le FMC ont atteint une part de 49 % de l'auditoire de l'ensemble de la programmation nationale dans le marché anglophone et de 73 % dans le marché francophone pendant l'année de diffusion 2018-2019. En outre, depuis 2011, en moyenne, 25 émissions du FMC par année attirent des auditoires de plus de un million de téléspectateurs, soit 18 dans le marché de langue française et 7 dans le marché de langue anglaise.
7. Le FMC consulte les intervenants de l'industrie de la télévision et des médias numériques de façon significative, formelle, soutenue et inclusive. À l'automne 2019, le FMC a organisé quatre groupes de travail, trois groupes de discussion et trois tables rondes de dirigeants avec des télédiffuseurs et des producteurs des deux marchés linguistiques afin de recueillir les observations des intervenants de l'industrie sur les éventuels changements à apporter à ses programmes en avril 2020.
8. En plus de ses programmes courants, le FMC a mis en œuvre un certain nombre d'initiatives en réponse à la pandémie, notamment une série de [mesures d'assouplissement](#) applicables à ses programmes. En outre, au nom du gouvernement du Canada, il a administré plusieurs programmes financés par le [Fonds d'urgence pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport](#) de Patrimoine canadien, comme indiqué ci-dessous :

Fonds de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19

Voici la liste des programmes de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19 que le FMC a lancés jusqu'à présent. D'autres seront annoncés dans les prochains mois.

- Phase 1 :
 - Une aide de 88,8 millions de dollars pour atténuer les contrecoups de la pandémie de COVID-19 sur le secteur de la production, qui a été très perturbé en raison de l'interruption des tournages et de la perte de revenus publicitaires. La [majorité du financement](#) a été octroyée à des clients du FMC¹, et le reste a été versé pour soutenir les groupes sous-représentés, et ce, par différents moyens : aide directe aux

¹ Les télédiffuseurs canadiens n'étaient admissibles à ce financement qu'en leur qualité de producteur (pour les productions internes); toutefois, les télédiffuseurs publics n'ont pas reçu d'aide du Fonds de soutien d'urgence administré par le FMC pendant la phase 1.

entreprises, partenariats avec d'autres organismes pour la prestation de programmes (notamment le Bureau de l'écran autochtone) et autres activités pour l'essor du secteur.

- Des fonds de 2,5 millions de dollars versés aux producteurs de langues tierces, afin de leur permettre de continuer à offrir du contenu de nouvelles et d'analyse, ainsi que d'autres types de contenu télévisuel en attendant la reprise du marché publicitaire.
 - Phase 2 :
 - Une aide de 10 millions de dollars destinée aux producteurs de médias numériques interactifs qui n'ont pas reçu de fonds pendant la phase 1, afin de leur permettre de composer avec les difficultés financières attribuables à la pandémie.
 - Enfin, 19 millions de dollars pour les producteurs du secteur audiovisuel qui n'ont pas reçu de fonds pendant la phase 1, afin d'alléger le fardeau attribuable aux retards de production, à la modification des stratégies de mise en marché et à la hausse des coûts de fonctionnement. Tous les producteurs canadiens n'y étaient pas admissibles, mais il est prévu de lancer un autre fonds d'indemnisation à court terme pour aider les producteurs en cas d'arrêt des tournages en raison de la COVID-19.
9. Les parties prenantes des industries canadiennes des écrans ont bien accueilli ces initiatives, et le FMC est fier d'offrir à la fois un soutien financier supplémentaire et des mesures d'assouplissement aux producteurs et aux télédiffuseurs qui obtiennent du financement par le truchement de l'écosystème en place du FMC pendant la pandémie.
10. En conclusion, le FMC appuie le Conseil dans son projet et sera ravi de fournir toute information supplémentaire ainsi que de discuter de toute question soulevée à la suite de l'Avis de consultation.

Je vous prie de recevoir, Monsieur, mes salutations les meilleures.

La présidente et chef de la direction,



Valerie Creighton

FIN DU DOCUMENT