

Message de la présidente et chef de la direction

Grâce à ses bailleurs de fonds—le gouvernement du Canada et les distributeurs canadiens par câble et par satellite—le Fonds des médias du Canada (FMC) a atteint des niveaux sans précédent de financement. Cela lui a permis de tabler sur les succès obtenus l'année dernière et de continuer à offrir un soutien précieux et mesurable à l'industrie canadienne de la télévision et des médias numériques. En effet, le budget général de programmes destiné à la création de contenu canadien adapté à l'écran en 2011–2012 a été augmenté pour atteindre 371 millions de dollars, ce qui a entraîné l'obtention de plus de 1,3 milliard de dollars en volume de production.

Au titre du volet convergent, qui soutient la création de contenu télévisuel et numérique que les Canadiens et les Canadiennes peuvent apprécier partout et en tout temps, le FMC a financé la production de 504 émissions de télévision dans les genres des dramatiques, des documentaires, des émissions pour enfants et jeunes, et des émissions de variétés et arts de la scène. Ces émissions ont été complétées par 177 projets connexes en médias numériques, notamment des jeux, du contenu Web interactif, des webisodes et une variété d'applications mobiles, ce qui a permis d'accroître la fidélité des auditoires par du contenu financé. Les projets provenaient de toutes les régions du pays et ont été produits dans diverses langues parlées par les Canadiens, à savoir le français, l'anglais, des langues autochtones ainsi que l'italien, le mandarin, le punjabi et l'espagnol.

Par l'entremise du volet expérimental, qui encourage la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation, le FMC a versé près de 33 millions de dollars pour financer 90 projets, ce qui a généré une activité de 50 millions de dollars. Les demandes, qui provenaient de toutes les régions du Canada, portaient notamment sur du contenu original de jeu destiné au Web et aux consoles interactives ainsi que sur des applications logicielles et mobiles qui établissent de nouvelles normes dans

l'industrie. En collaboration avec les intervenants de l'industrie des médias numériques, nous avons continué à améliorer et à peaufiner le volet expérimental en proposant l'établissement de modèles distincts de récupération du financement selon qu'il s'agit d'un « produit fini » ou d'un « produit d'exploitation continue », et ce, afin de mieux correspondre aux pratiques de l'industrie. Ces nouveaux modèles seront mis en œuvre en 2012–2013.

Pour veiller à ce que ses politiques de financement suivent les nouvelles tendances au Canada et à l'étranger, le FMC a favorisé la création de nouvelles informations commerciales, tant par le travail de son service de Veille stratégique que par ses partenariats avec les organismes de l'industrie. Nous avons soutenu la mise au point, puis la publication, d'un ensemble avant-gardiste d'indicateurs économiques pour faire le portrait de la production de médias numériques interactifs au Canada, y compris la contribution de cette activité au PIB et son rôle dans la création d'emplois à temps plein, qui ont été inclus dans *Profil 2011*, publié par l'Association canadienne de la production médiatique (ACPM) et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ). Nous avons également soutenu l'ACPM en vue de la publication de l'important rapport *Content Everywhere : Mapping the Digital Future for the Canadian Production Industry*, qui traite de la façon dont la « vidéofication » d'Internet accroît la demande de contenu original produit par des professionnels et destiné tout particulièrement au Web. D'autres études ont été commandées, qui seront publiées en 2012–2013.

En vue d'approfondir nos relations avec les intervenants et tous nos auditoires, nous avons accru notre présence en ligne par les médias sociaux et la création d'*Écran de veille*, un blogue sur les tendances de l'industrie. De plus, nous avons complètement reconstruit notre site Web pour offrir un accès facile et rapide à tous les renseignements sur le FMC et ses programmes, améliorer la navigation et présenter des nouveautés.

Pour multiplier l'échange d'idées, le FMC a considérablement intensifié ses partenariats stratégiques et a soutenu 35 colloques et marchés portant sur la télévision et les médias numériques dans dix villes canadiennes. Chaque manifestation constitue une nouvelle occasion de rencontrer les intervenants et d'en apprendre les uns des autres.

En outre, le FMC poursuit sa collaboration avec Téléfilm Canada en vue d'accroître la visibilité et la reconnaissance de nos contenus à succès à l'échelle nationale et internationale. Nous avons dévoilé des faits saillants de ce plan au début de 2012, et ce projet continuera à progresser cette année.

Et ce n'est pas tout. À l'échelle internationale, le FMC a couronné l'année en présentant des projets de médias numériques à Cannes, dans le cadre du MIPCube, qui réunit les leaders de la communauté de la télévision et des médias numériques qui façonnent l'industrie des contenus. Tant les délégués que les journalistes ont apprécié la présentation, qui a établi le FMC comme moteur de la production de médias numériques. Nous nous attendons à ce que la couverture positive de l'événement renforce la réputation du Canada comme chef de file mondial dans ce domaine et comme référence en matière de contenu numérique innovateur. Une journaliste a d'ailleurs affirmé que « le futur est canadien ». Au FMC, nous y croyons sincèrement, et nous sommes fiers de jouer un rôle pour façonner l'avenir numérique du pays.



Valerie Creighton
Présidente et chef de la direction

