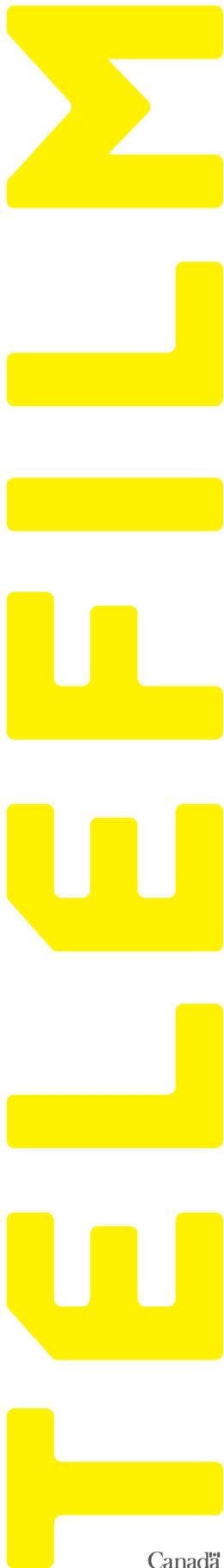


FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA

PROGRAMME D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

PRINCIPES DIRECTEURS
EN VIGUEUR À PARTIR DU 1^{ER} AVRIL 2017



Canada

1. FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA – AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

1.1. Intention et objectifs du programme

Le Fonds du long métrage du Canada (FLMC) cherche à améliorer la viabilité à long terme de l'industrie audiovisuelle canadienne. Ces principes directeurs se rapportent au programme d'aide à la mise en marché du FLMC (le Programme). Ce Programme reflète la priorité de Téléfilm Canada (Téléfilm) d'agir en soutien de l'industrie canadienne des médias afin de l'aider à atteindre de nouveaux niveaux de succès en mettant l'accent sur l'amélioration de l'accès du public aux longs métrages et la stimulation de la demande à l'égard des contenus canadiens. Le Programme cherche à soutenir la mise en marché et la promotion de contenus et de talents canadiens de façon efficace et efficiente. Le Programme finance des activités de mise en marché novatrices qui amélioreront l'accessibilité aux salles de cinéma et donnent au public de meilleures occasions d'accès aux longs métrages grâce à la distribution numérique et à la multiplication des plateformes de visionnement, ce qui élargira la portée des productions et des talents canadiens à l'échelle nationale et internationale.

Téléfilm encourage une diversité de voix par le biais de son portefeuille de longs métrages, en soutenant du contenu canadien prometteur tout en s'assurant que soient représentés une grande variété de genres, de tailles de budgets, de types de sociétés de production, de régions et de points de vue, comme ceux des femmes et des nouveaux talents, ainsi que des projets illustrant la diversité culturelle du pays notamment à travers la présence de communautés autochtones, de minorités linguistiques, etc.

Les allocations au sein du Programme se font sur une base linguistique, approximativement un tiers des fonds étant alloué à des productions de langue française.

Ce Programme vise à soutenir la mise en marché des longs métrages canadiens ayant le plus grand potentiel en salle et sur les nouvelles plateformes. Dans ce cadre, Téléfilm promeut la création de partenariats entre producteurs, distributeurs, exploitants de salles et partenaires internationaux.

Le financement en vertu de ce Programme est accordé en priorité aux films financés dans le cadre du programme de production du FLMC.

2. REQUÉRANTS ADMISSIBLES

2.1. Critères d'admissibilité de base relatifs aux requérants¹

Afin d'être admissible au Programme, un requérant doit être une société de distribution ou de production sous contrôle canadien², conformément aux articles 26 à 28 de la [Loi sur l'Investissement Canada](#) et dont le siège social est situé au Canada.

¹ Le requérant doit être la société de production ayant produit le film et qui détient les droits de distribution relatifs au film (dans le cas où aucun distributeur n'est lié au film) ou la société de distribution détenant les droits de distribution relatifs au film.

² Téléfilm examinera au cas par cas la possibilité de financer la promotion ou la mise en marché de films admissibles produits par d'autres entités canadiennes.

Qui plus est, le personnel clé exerçant un contrôle sur les finances, la distribution et la mise en marché du film soumis à Téléfilm doivent être des citoyens canadiens au sens de la [Loi sur la citoyenneté](#) ou des résidents permanents au sens de la [Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés](#).

2.2. Sociétés de distribution - critères d'admissibilité supplémentaires

Lorsqu'elle se penche sur l'admissibilité d'une société de distribution, Téléfilm évalue, en plus des critères d'admissibilité de base des requérants, les critères suivants :

- Si la société de distribution exerce ses activités au Canada;
- La stabilité financière de la société de distribution;
- Si la société de distribution exerce principalement ses activités à titre de distributeur de longs métrages.

Qui plus est, la société de distribution doit démontrer son engagement à l'égard de la distribution de longs métrages canadiens à la satisfaction de Téléfilm et elle doit détenir l'expérience et le degré d'expertise nécessaires pour assurer la distribution de la production. Les exigences spécifiques de Téléfilm varient en fonction de la nature et de la portée de la demande soumise à Téléfilm.

Pour accéder à des fonds d'aide à la mise en marché, une société de distribution devrait généralement satisfaire aux critères d'admissibilité supplémentaires suivants :

- La société de distribution devrait avoir été active dans le domaine de la distribution en salles de cinéma au Canada au cours des deux dernières années et faire preuve d'un volume d'affaires suffisant;
- La société de distribution devrait pouvoir démontrer qu'elle détient et maintiendra en tout temps une expertise pertinente et qu'elle compte un ou plusieurs gestionnaires principaux détenant au moins cinq années d'expérience auprès de la société de distribution ou de sociétés de distribution de taille comparable; et
- Si elle fait partie du groupe³ d'un télédiffuseur canadien, la société de distribution doit être une entité constituée indépendamment en personne morale et son entreprise doit être exploitée séparément de celle du ou des télédiffuseurs dont elle est membre.

Une nouvelle société qui ne rencontre pas l'ensemble des critères d'admissibilité supplémentaires énoncés ci-dessus pourrait, sur une base exceptionnelle, être admissible au financement offert en vertu de ce programme. Une telle société devra toutefois soumettre, avant le dépôt de sa demande de financement, toute documentation additionnelle requise par Téléfilm démontrant sa viabilité à titre de société de distribution canadienne.

³ Le sens que Téléfilm donne au terme groupe est celui de la [Loi canadienne sur les sociétés par actions](#).

Dans tous les cas, Téléfilm peut décider, à son entière discrétion, si une société de distribution a droit ou non aux fonds demandés en vertu de ce Programme et dans quelle mesure. Cette décision peut être révoquée, suspendue ou limitée en tout temps.

2.3. Sociétés de production - critères d'admissibilité supplémentaires

Lorsqu'elle se penche sur l'admissibilité d'une société de production, Téléfilm évalue, en plus des critères d'admissibilité de base des requérants, les critères suivants :

- Si la société de production exerce ses activités au Canada;
- Si elle exploite une entreprise de production de longs métrages;
- Si elle détient une expertise adéquate en promotion et en mise en marché;
- Si elle est financièrement stable (avec les ajustements nécessaires pour les nouvelles sociétés de production n'ayant pas de sociétés mères reconnues).

3. PROJETS ADMISSIBLES⁴

3.1. Critères d'admissibilité de base relatifs aux projets

Afin d'être admissible, un projet doit :

- être un long métrage⁵ qui soit :
 - est ou a été financé à l'étape de la production en vertu du programme d'aide à la production du FLMC; ou
 - est ou, une fois achevé, sera :
 - certifié par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) à titre de « production cinématographique ou magnétoscopique canadienne » ayant obtenu un minimum de 8 points sur 10⁶ en vertu des dispositions de la [Loi de l'impôt sur le revenu](#) (Canada); ou
 - reconnu par le ministre du Patrimoine canadien à titre de coproduction audiovisuelle régie par un traité (veuillez vous référer aux principes directeurs intitulés [Coproductions internationales](#) de Téléfilm à cet égard);
- être mis à la disposition du public en français ou en anglais;
- être destiné à une sortie en salle; et
- respecter le Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et les autres normes de programmation reconnues par l'ACR ou le CRTC, et ne contenir aucun élément constituant une infraction en vertu du [Code criminel](#), de nature diffamatoire ou autrement illégal.

⁴ Le terme **projet admissible** est utilisé indistinctement des termes **film**, **projet** ou **production** dans le cadre de ces principes directeurs.

⁵ Le terme *long métrage* désigne un film d'au moins 75 minutes.

⁶ Les longs métrages documentaires doivent obtenir un minimum de 8 points sur 10 ou l'équivalent calculé au prorata (c.-à-d. un minimum de 80 % des points prévus par le BCPAC).

3.2. Critères d'admissibilité supplémentaires à l'égard de projets soumis par des sociétés de production

En plus de rencontrer les critères d'admissibilité de base relatifs aux projets, les projets soumis par une société de production admissible sans l'appui d'un distributeur canadien doivent également respecter l'un des deux critères suivants :

- Faire l'objet d'un engagement de la part d'un exploitant à l'égard de la sortie en salle du film; **ou**
- Être sélectionné par un festival canadien reconnu (*veuillez consulter le [site web](#) de Téléfilm pour obtenir le répertoire des festivals nationaux reconnus*).

3.3. Critères d'admissibilité supplémentaires relatifs aux projets d'aide au doublage ou au sous-titrage

Les projets désirant obtenir de l'aide pour le doublage ou le sous-titrage doivent respecter les critères d'admissibilité de base relatifs aux projets et avoir été complétés dans leur langue originale. De plus, le doublage ou le sous-titrage ne peut être fait qu'en anglais, en français ou dans une langue autochtone.

Un projet n'est pas admissible à l'aide au doublage ou au sous-titrage si un ou plusieurs participants financiers du projet exigent par contrat qu'il soit doublé ou sous-titré dans une autre langue (c.-à-d. qu'il s'agit là d'une exigence de livraison). Dans de tels cas, les coûts de doublage ou de sous-titrage doivent être intégrés au budget de production en langue originale.

4. AIDE POUR LA MISE EN MARCHÉ

L'objectif de Téléfilm est d'améliorer l'accessibilité au contenu canadien en salle et sur des plateformes connexes. Ainsi, plus le montant de la demande de financement est élevé, plus les attentes de Téléfilm sont grandes quant à la performance du film en salle et dans les marchés visés.

4.1. Processus de sélection

Le requérant doit fournir à Téléfilm la stratégie globale de mise en marché et de distribution qu'il souhaite mettre en œuvre afin que son film rejoigne son auditoire cible tout en atteignant le plus vaste public possible. Cette stratégie de mise en marché doit comprendre une sortie en salle, ainsi que les éléments suivants :

- L'énoncé de positionnement du film sur différentes plateformes;
- La possibilité de commercialisation des différents éléments du film (p. ex. réalisateur, scénariste et/ou acteurs réputés, franchise bien établie, succès potentiel dans un marché de niche donné, etc.);
- L'auditoire cible à l'égard de chaque plateforme de distribution envisagée et les résultats escomptés à l'égard de chacune de ces plateformes;
- Les éléments principaux de la stratégie de mise en marché nationale et internationale à l'égard des

- plateformes traditionnelles et autres, le cas échéant;
- Les mesures prévues pour que le film soit sélectionné dans des festivals nationaux et internationaux, le cas échéant;
- La répartition des coûts proposés pour la mise en œuvre de la stratégie.

Cette stratégie globale de mise en marché et de distribution sera évaluée en fonction des critères suivants :

- La cohérence de la stratégie proposée par rapport au film et à son auditoire cible;
- Les efforts déployés pour maximiser le potentiel des stratégies de promotion et atteindre le plus vaste auditoire possible;
- L'aspect innovateur d'un ou de plusieurs des éléments de la stratégie de mise en marché; et
- La feuille de route de l'équipe en lien avec la portée de la stratégie de mise en marché proposée.

Les films financés à l'étape de la production dans le cadre du FLMC pour lesquels les distributeurs ont pris des engagements en matière de campagne publicitaire et du nombre de copies prévues pour le lancement du film (« P&A ») bénéficieront d'une plus grande considération.

5. COÛTS ADMISSIBLES

Téléfilm offre du financement à l'égard des coûts de mise en marché et de promotion, y compris, notamment, la création de matériel comme des affiches ou des bandes-annonces, les projections test, les tests de mise en marché, la création de campagnes publicitaires, le nombre de copies prévues pour le lancement du film et la publicité (« P&A »), les études auprès de l'auditoire, le doublage et le sous-titrage et les activités de mise en marché en ligne⁷ conçues afin de renforcer la promotion et la mise en marché du film.

Ce Programme soutient également les coûts encourus dans le cadre de la mise en marché et la distribution d'un long métrage sur des nouvelles plateformes de visionnement comprenant la télévision, la vidéo sur demande et d'autres types de distribution numérique. Les demandes pour des coûts liés à ces plateformes connexes qui démontrent une approche innovatrice permettant d'atteindre le plus vaste public possible seront priorisées. La stratégie et les coûts additionnels liés à ces plateformes doivent être intégrés dans la stratégie globale détaillée de mise en marché des requérants et doivent être discutés avec Téléfilm avant d'être soumis.

Dans certains cas exceptionnels, Téléfilm peut autoriser le financement de coûts non canadiens relatifs à des projections test ou à la création de bandes-annonces dans le cadre de ce Programme en raison d'un manque d'expertise au Canada. La stratégie de mise en marché du distributeur doit refléter de tels besoins et le distributeur doit obtenir la préautorisation de Téléfilm à l'égard de ces coûts exceptionnels.

⁷ Parmi les exemples d'activités en ligne, citons notamment la mise en marché en ligne, l'optimisation du référencement et le recours à des technologies du web, le lancement d'un site web à contenu enrichi, la création et l'ajout de contenu dans les médias sociaux (p. ex., blogues, Facebook, Twitter, YouTube) et le personnel assurant une présence continue dans les médias sociaux.

Téléfilm peut décider à son entière discréction du caractère raisonnable des coûts proposés. Les coûts encourus préalablement à la réception d'une confirmation de financement écrite de la part de Téléfilm pourraient ne pas être admissibles au soutien financier de Téléfilm.

6. MODALITÉS DE FINANCEMENT

6.1. Méthodes de participation financière

Le financement de Téléfilm est offert sous forme d'avance remboursable ne portant pas intérêt pouvant atteindre 75 % des coûts canadiens de mise en marché admissibles. Veuillez noter que tous les paiements faits par Téléfilm seront versés par dépôt direct.

6.2. Montant du financement accordé par Téléfilm

Le montant du financement (sous réserve du seuil maximal de 75 % et de la disponibilité générale des fonds) dépend du montant de la demande, de la portée du projet et des antécédents du requérant.

Nonobstant ce qui précède, le financement des sociétés de production peut atteindre 75 % des coûts admissibles jusqu'à concurrence d'un seuil maximal de 50 000 \$.

6.3. Projections tests de projets financés en vertu du FLMC

Les projections tests initiées par les distributeurs pour les projets financés en vertu du FLMC seront assujetties aux règles habituelles de financement (ex : maximum de 75 % des coûts admissibles) et de récupération. Par contre, Téléfilm peut exiger que le distributeur effectue une projection test professionnelle d'un projet FLMC. Dans de tels cas, Téléfilm financera 100% des coûts admissibles liés aux projections test et récupérera ces coûts de la manière décrite à l'article 7. Les projections tests payées par une partie autre que le requérant ne sont pas admissibles et toutes les projections tests doivent être effectuées par une entité approuvée au préalable par Téléfilm.

6.4. Conditions et exigences particulières à l'égard d'activités préliminaires de mise en marché en ligne

Les demandes relatives aux activités préliminaires de mise en marché en ligne doivent être présentées longtemps avant le lancement du projet. Ces demandes doivent être accompagnées d'une lettre d'engagement en production signée par Téléfilm.

6.5. Conditions et exigences particulières à l’égard de l’aide au doublage ou au sous-titrage

6.5.1. Coûts admissibles de doublage ou de sous-titrage

Téléfilm accepte seulement :

- les coûts et les services relatifs au doublage ou au sous-titrage exécutés au Canada par des sociétés du secteur privé qualifiées, faisant appel aux services d’artistes, d’acteurs, d’employés et de techniciens canadiens (selon le cas); et
- les coûts se rapportant au doublage ou au sous-titrage du projet admissible qui ne sont pas prévus au budget de production en langue originale.

Dans certains cas, Téléfilm peut financer des activités secondaires (des corrections au montage initial, l’adaptation de chansons, etc.) qui se rapportent indirectement au doublage ou au sous-titrage d’un long métrage canadien tout en étant essentielles à la réalisation de la production. Téléfilm évaluera ces demandes au cas par cas.

6.5.2. Seuils maximaux de participation au doublage ou au sous-titrage

La participation de Téléfilm ne peut excéder 75% des coûts de doublage ou de sous-titrage (incluant les frais d’administration) jusqu’à concurrence des seuils maximaux de participation (c.-à-d., les plafonds) mentionnés ci-dessous. Les coûts excédant ces plafonds doivent être assumés par le requérant.

Sortie d'un long métrage en salle	Diffusion d'un long métrage à la télévision/Distribution numérique
420 \$/minute, jusqu'à un maximum de 48 000 \$	380 \$/minute, jusqu'à un maximum de 43 200 \$

6.5.3. Disponibilité de la version doublée ou sous-titrée

Lorsque le requérant ne détient pas l’exclusivité des droits de distribution dans tous les marchés à l’égard d’une production, il doit garantir que la production doublée ou sous-titrée grâce au soutien du Programme sera mise à la disposition du producteur canadien ou d’une société de distribution ou de vente à l’étranger mandatée par le producteur canadien.

6.5.4. Distribution, partenariats et sous-distribution

Toute association commerciale ou tout contrat de sous-distribution touchant la mise en marché de la version doublée ou sous-titrée de la production dans un secteur de marché ou un média au Canada doivent être faits seulement avec des sociétés sous contrôle canadien (conformément à la définition de la [Loi sur l’Investissement Canada](#)) détenant une expertise reconnue dans ces marchés.

Ces ententes doivent être soumises à et approuvées au préalable par Téléfilm et doivent respecter les termes énoncés dans la politique de Téléfilm intitulée [Exigences des contrats et des modalités de distribution](#).

6.5.5. Sociétés exerçant des activités dans des marchés spécialisés

Téléfilm peut participer au financement du doublage et du sous-titrage de projets admissibles devant être distribués dans des marchés spécialisés (c.-à-d., autres que des salles commerciales ou des télédiffuseurs publics ou privés). Les sociétés demandant de l'aide à cet égard doivent détenir des compétences établies en mise en marché et un volume d'affaires suffisant dans le domaine.

7. RÉCUPÉRATION

Téléfilm récupère sa participation financière selon les tableaux de récupération suivants :

7.1. Projets dont le budget de production est inférieur à 2,5 M\$

Téléfilm récupère sa participation financière selon le barème suivant :

1^{er} palier⁸	100 % au requérant jusqu'à ce qu'un montant maximal de 30 000 \$ du minimum garanti soit récupéré ⁹
2^e palier	50 % à Téléfilm et 50 % au requérant, jusqu'à ce que le requérant ait entièrement récupéré sa participation financière à l'égard des coûts approuvés
3^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de 50 % de sa participation financière
4^e palier¹⁰	100 % au requérant jusqu'à pleine récupération du solde du minimum garanti et de tous les frais supplémentaires de distribution approuvés ¹¹
5^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de l'autre tranche de 50 % de sa participation financière
6^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée aux projections tests requises par Téléfilm (le cas échéant)
7^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée à la mise en marché en ligne et aux médias sociaux (le cas échéant)

⁸ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

⁹ Ces dispositions s'appliquent rétroactivement aux projets ayant reçus de l'aide à la mise en marché de Téléfilm au cours des exercices 2009-2010, 2010-2011 et 2011-2012 (le contrat d'aide à la mise en marché de Téléfilm ne doit pas avoir été signé avant le 1^{er} avril 2009). Le service Conformité et Recouvrement de Téléfilm Canada assure la mise en application de ces dispositions, qui pourraient être modifiées lors d'une révision ultérieure des lignes directrices.

¹⁰ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹¹ Net de tous frais ou remboursements de coûts payés ou à payer au requérant à même le budget de production.

7.2. Projets dont le budget de production est égal ou supérieur à 2,5 M\$

Téléfilm récupère sa participation financière selon le barème suivant :

1^{er} palier	50 % à Téléfilm et 50 % au requérant, jusqu'à ce que le requérant ait entièrement récupéré sa participation financière à l'égard des coûts approuvés
2^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de 50 % de sa participation financière
3^e palier¹²	100 % au requérant jusqu'à pleine récupération du solde du minimum garanti et de toutes dépenses supplémentaires de distribution approuvées ¹³
4^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de l'autre tranche de 50 % de sa participation financière
5^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée aux projections tests requises par Téléfilm (le cas échéant)
6^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée à la mise en marché en ligne et aux médias sociaux (le cas échéant)

Modalités types de distribution

Téléfilm peut imposer des plafonds ou des limites à l'égard des dépenses et des frais de distribution qui peuvent être déduits. Veuillez consulter la politique [Exigences des contrats et des modalités de distribution](#).

8. PROCESSUS DE DEMANDE

8.1. Comment présenter une demande

Toutes les demandes devront être déposées électroniquement via [Dialogue](#). Les requérants devront faire parvenir à Téléfilm le formulaire de demande approprié, dûment rempli et signé, accompagné et de tous les documents requis via Dialogue. Toute documentation subséquente devra également être déposée électroniquement via Dialogue. Vous pouvez également consulter la [Charte de services aux clients](#) disponible sur le site web de Téléfilm.

8.2. Quand présenter une demande

Les demandes sous ce volet doivent être soumises dans un délai suffisamment grand pour permettre de donner lieu à des discussions significatives avec Téléfilm avant que cette dernière ne prenne une décision quant à sa participation. De plus, ce délai est nécessaire afin d'assurer un laps de temps suffisant pour établir les plans de campagnes promotionnelles et publicitaires et pour établir les dates de lancement stratégiques.

¹² Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹³ Net de tous frais ou remboursements de coûts payés ou à payer au requérant à même le budget de production.

Téléfilm réservera les fonds requis pour les demandes retenues au cours de l'année durant laquelle le lancement du film est prévu (ou durant l'année précédente, lorsque le lancement a lieu au tout début de l'exercice financier suivant), sous réserve des contraintes financières de Téléfilm.

9. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Bien que la conformité aux principes directeurs soit une condition préalable d'admissibilité au financement, elle ne garantit toutefois pas l'accès aux fonds de Téléfilm. Téléfilm se réserve le droit de modifier ses principes directeurs et ses formulaires de demandes de temps à autre, selon les besoins. La mise en œuvre et l'interprétation de ces principes directeurs sont à l'entière discrétion de Téléfilm, qui s'assure d'accorder son financement à des projets qui en respectent l'esprit et l'intention. Pour toute question relative à l'interprétation de ces principes directeurs ou à l'esprit et à l'intention du Programme, l'interprétation de Téléfilm prévaudra.

Tous les renseignements fournis, obtenus, créés ou communiqués dans le cadre de la demande ou du projet sont assujettis à la [Loi sur l'accès à l'information](#) et à la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#).