

Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Plan d'activités 2014-2015
18 février 2015



Ontario

**Ontario Media Development
Corporation**

**Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario**

Table des matières

I.	Résumé.....	3
II.	Mandat	9
III.	Analyse de la conjoncture : évaluation des enjeux touchant les secteurs et l'organisme.....	12
IV.	Orientations stratégiques	19
V.	Vue d'ensemble des programmes et activités actuels et futurs de l'organisme	25
VI.	Ressources nécessaires à la réalisation des objectifs.....	46
VII.	Résumé des prévisions financières	49
VIII.	Mesures et objectifs de rendement.....	55
IX.	Stratégies d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques	60
X.	Initiatives menées en partenariat	63
XI.	Plan de prestation de services informatiques/électroniques	65
XII.	Plan de mise en œuvre	67
XIII.	Plan de communication.....	69
XIV.	Ressources en personnel et dotation en personnel.....	83
Annexe I.	Organigramme	84

I. Résumé

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) favorise l'innovation, les investissements et la création d'emplois dans le secteur du divertissement et de la création de la province, lequel pèse 12,4 milliards de dollars¹. Depuis sa création en 2000-2001, la SODIMO est parvenue à appuyer efficacement les industries des médias culturels de l'Ontario dans l'optique de renforcer leur capacité et leur compétitivité. La SODIMO exploite une trousse d'outils unique et efficace, constituée de crédits d'impôt, de programmes et de services à destination des industries du cinéma et de la télévision, de l'édition de livres et de revues, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques, afin d'optimiser les possibilités de croissance en Ontario et à l'étranger. Le secteur du divertissement et de la création est l'un des plus florissants en Ontario, son taux de croissance dépassant celui observé globalement dans la province. Depuis 2000, ce secteur a créé plus de 48 000 emplois nets, soit une hausse établie à 30 p. 100 contre seulement 15 p. 100 dans l'économie d'ensemble². Grâce à la prestation d'un éventail convaincant de programmes, la SODIMO continue de jouer un rôle majeur dans la mise en œuvre d'une stratégie de développement économique à l'échelle du secteur du divertissement et de la création en Ontario.

Voici quelques exemples d'initiatives menées par la SODIMO afin de stimuler l'activité économique et la création d'emplois en Ontario :

- Avec l'appui des services de prospection et de facilitation proposés par le **Bureau du cinéma de l'Ontario** et le **bureau de la SODIMO à Los Angeles** et en lien avec l'éventail de programmes et de crédits d'impôt de l'organisme, l'industrie du cinéma et de la télévision de l'Ontario a réalisé son meilleur exercice et battu une fois de plus son record en injectant 1,28 milliard de dollars dans l'économie provinciale en 2012. Cette activité a contribué à créer près de 29 000 emplois directs et indirects à temps plein³. Ce niveau d'activité de production est le plus élevé jamais enregistré dans les annales de l'organisme depuis sa création en 1986, et ce, malgré la force soutenue du dollar canadien, la concurrence agressive des autres provinces et pays et l'incertitude économique à l'échelle mondiale.
- En 2012-2013, le **Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques (MIN)** a octroyé un financement de 3,2 millions de dollars au titre de 24 projets, lesquels ont levé des budgets dépassant les 9 millions de dollars au total et généré près de 5 400 semaines de travail dans la province. Depuis 2012-2013, le Fonds pour les produits MIN a versé environ 13 millions de dollars à l'appui de 120 projets qui ont créé plus de 800 emplois et induit 49 millions de dollars en dépenses de production en Ontario. Les projets achevés ont déjà permis d'engranger plus de 56 millions de dollars de recettes directes⁴. Outre ces résultats économiques impressionnants, nos récipiendaires se distinguent aussi régulièrement par leur créativité et leur sens de l'innovation :
 - Fort de quelque 50 millions de téléchargements sur Android et iOS, Get Set Games a figuré dernièrement parmi les deux développeurs de jeux sur mobile canadiens (tous deux basés en Ontario et financés par la SODIMO) mis à l'honneur par Apple à l'occasion du cinquième anniversaire de l'App Store.
 - Le projet multimédia *Guidestones* coproduit par Smiley Guy Studios et sa société sœur iThentic, avec l'appui de la SODIMO, a pu être distribué en ligne (par courriel et sur Facebook) sous la forme de mini-épisodes en temps réel, mais aussi sous la forme

¹ Statistique Canada. Estimations du PIB par industrie, ministère des Finances et ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario, secteur du divertissement et de la création.

² Ibid.

³ Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO). Statistiques de la production cinématographique et télévisuelle, 2012.

⁴ SODIMO. Statistiques des programmes, septembre 2013.

d'épisodes Web interactifs à la demande et d'une série linéaire qui vient d'être diffusée sur CTV.ca, le CTV App et CTV Mobile. Ce programme révolutionnaire a reçu des éloges unanimes, remportant non seulement un International Emmy Award à Cannes mais aussi les trois récompenses canadiennes majeures dans le secteur des médias numériques, à savoir le Rockie Award du Banff World Media Festival, le prix Écran canadien et le Digi-Award dans la catégorie Meilleure série Web.

- *Ruby Skye PI* de Story2OH, projet financé au titre du Fonds pour les produits MIN, a reçu huit distinctions dont le Grand Prix décerné à la LAWebfest.
- Depuis 2008-2009, le **Programme de développement de l'industrie** a permis à la SODIMO d'établir 175 partenariats avec des associations professionnelles et des organisateurs d'événements afin d'offrir des initiatives, des événements et des activités qui stimulent la croissance des industries des médias culturels, donnant ainsi naissance à plus de 66 000 débouchés commerciaux pour les entrepreneurs participants. Les carrefours sectoriels comme Game-On Finance et le marché international de la Canadian Music Week n'auraient pas pu voir le jour sans le soutien de la SODIMO. Le Programme de développement de l'industrie appuie également les partenariats établis par la SODIMO avec des festivals comme Word on the Street, Hot Docs et le TIFF dans l'optique de créer de nouveaux débouchés marketing et commerciaux au profit des entrepreneurs culturels de l'Ontario.
- Depuis sa création en 2005-2006, le **Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique** a injecté plus de 29 millions de dollars au profit de 212 longs métrages, avec à la clé plus de 55 000 semaines de travail générées dans le secteur de la production en Ontario. Cet investissement a permis à l'industrie cinématographique de l'Ontario de lever plus de 500 millions de dollars supplémentaires auprès de sources de financement publiques et privées.
 - Cinq films récents soutenus par ce Fonds étaient à l'affiche du Festival international du film de Toronto 2013, notamment *Et si jamais (Et (beaucoup) plus si affinités)*. La presse internationale s'est emparée de ce phénomène après sa sélection par CBS Films, qui aurait déboursé 2,5 millions de dollars pour s'arroger les droits de distribution aux États-Unis⁵.
 - *The World Before Her*, documentaire de Storyline Entertainment financé par la SODIMO, a été diffusé dans plus de 90 festivals cinématographiques à travers le monde, multipliant les récompenses obtenues dans les catégories Meilleur documentaire et Choix des spectateurs. Il a notamment remporté le prix du Meilleur film documentaire à l'occasion du Tribeca Film Festival de 2012 et celui du Meilleur film documentaire canadien aux Hot Docs 2012.
 - Le long métrage *Still Mine*, réalisé par Michael McGowan et récipiendaire du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique, a généré plus d'un million de dollars de recettes dans les salles de cinéma. Sa cote sur le site Rotten Tomatoes (qui agrège les critiques de films) atteint 92 p. 100 et il figure en neuvième place des locations iTunes au Canada⁶.
 - Parmi les précédents films subventionnés figure *Nouvelle espèce*, qui apparaît comme l'un des plus grands succès anglo-canadiens avec plus de 25 millions de dollars de recettes en Amérique du Nord. Le film *Loin d'elle* fait également partie des récipiendaires de ce Fonds : nommé aux Oscars, il a été réalisé par l'Ontarienne Sarah Polley, qui se glissait pour la première fois derrière la caméra.
- En 2012-2013, la SODIMO a accordé 428 millions de dollars de **crédits d'impôt** (d'après les estimations) au titre de 2 368 projets dont les budgets de production atteignaient plus de 4,5 milliards de dollars au total. L'investissement consenti par la province au titre des crédits d'impôt permet de lever 9,53 dollars supplémentaires par dollar injecté dans le secteur de la création de médias culturels.

⁵ McNary Dave, *Variety*. « Toronto: Daniel Radcliffe's 'The F Word' Nears Deal With CBS Films », 10 septembre 2013. Consultation le 24 septembre 2013 : <http://variety.com/2013/film/news/toronto-daniel-radcliffes-the-f-word-nears-deal-with-cbs-films-1200606266/>

⁶ Données datant de septembre 2013.

- En 2012-2013, la SODIMO a appuyé 204 entreprises au sein des cinq industries des médias culturels par l'intermédiaire du **Fonds de la SODIMO pour l'exportation**, leur permettant ainsi d'entreprendre au total 747 voyages d'affaires dans le but de pénétrer le marché mondial. Leur objectif pouvait être la participation à des marchés internationaux ou la réalisation de déplacements commerciaux ciblés à l'appui d'une stratégie de croissance à l'exportation. Depuis 2008-2009, ces activités ont généré environ 680 millions de dollars de recettes, chaque dollar investi par la SODIMO permettant d'engranger 116 dollars⁷.
 - La société Robert Rose Inc. basée à Toronto fait partie des principaux éditeurs de livres de recettes d'Amérique du Nord. Grâce à sa participation à la conférence annuelle de l'International Association of Culinary Professionals en 2012 au travers du Fonds de la SODIMO pour l'exportation, elle a pu finaliser un projet avec une équipe d'auteurs (rencontrés lors de la même conférence, deux ans plus tôt, toujours avec l'appui de la SODIMO). La publication d'un livre de recettes a ainsi été prévue pour le printemps 2013, puis une vente spéciale de 66 000 exemplaires a été confirmée auprès d'un fabricant d'électroménager.
 - Le studio d'animation ontarien Guru Studio, notamment primé pour ses créations originales *Les Mélodilous*, *Babar* et *Justin rêve* (nommé pour un prix Emmy) a mis à profit le Fonds de la SODIMO pour l'exportation pour mener à bien sa stratégie visant la conclusion de partenariats à l'international pour la concession de licences et la distribution de ses œuvres. Il a ainsi pris part à d'importants marchés comme le MIPCOM, le MIP Junior, Kidscreen et la Licensing International Expo. En récompense de cette activité de démarchage, le dessin animé *Justin rêve* est désormais diffusé aux États-Unis, en Amérique latine, en Australie, en Allemagne et en Italie. Lancée en avril 2012 sur Sprout, la chaîne américaine pour enfants de PBS, cette série passe sur Disney Junior.

La SODIMO continuera de capitaliser sur ces succès jusqu'à la fin de l'exercice 2014-2015 par le biais de ses programmes et activités. Ce plan présente des résultats provisoires détaillés jusqu'à la fin du deuxième trimestre 2013-2014 et intègre les résultats définitifs de l'exercice 2012-2013.

Les programmes de la SODIMO restent extrêmement sollicités, le nombre de demandes reçues par l'organisme continuant de croître. Si cela témoigne de la bonne santé des industries des médias culturels de l'Ontario, cette hausse des demandes réduit néanmoins la capacité de la SODIMO à prendre en charge comme il convient toute nouvelle croissance et conduit à un déclin des niveaux de service généraux. Ces contraintes doivent être prises en compte pour que la SODIMO reste en mesure de remplir l'objectif du gouvernement visant à renforcer la capacité des industries des médias culturels de l'Ontario. L'organisme est reconnaissant de la création de cinq postes ETP temporaires d'agent(e) des questions financières liées aux crédits d'impôt. Bien que ces ETP supplémentaires constituent une aide précieuse, la SODIMO manque toujours d'effectifs dans d'autres secteurs. Dans la mesure du possible, nous continuerons de chercher des moyens d'améliorer l'efficacité de nos processus administratifs et de revoir l'affectation des ressources en fonction des besoins, à mesure que d'autres projets prendront fin.

En 2011-2012, la SODIMO a réalisé un examen stratégique indépendant, lequel a confirmé l'efficacité du soutien offert par l'organisme aux entreprises ontariennes des industries des médias culturels. Diverses recommandations concernant les moyens d'améliorer l'impact de la SODIMO ont également été formulées⁸. Le plan stratégique élaboré en conséquence présente la SODIMO comme un outil essentiel de la stratégie ontarienne visant à stimuler l'innovation dans le secteur du divertissement et de la création grâce à la mise en œuvre de programmes de financement, à la gestion des certificats d'admissibilité aux crédits d'impôt, à la promotion de la province à l'étranger et des ventes à l'exportation,

⁷ Résultats des programmes de la SODIMO, 2008-2009 à 2011-2012.

⁸ Peter Miller, David Keeble et Richard Cavanagh. *Plan stratégique de la SODIMO : 2012-2017*, 4 avril 2012.

ainsi qu'à la réalisation d'une veille stratégique et économique portant sur les industries des médias culturels. Si ce plan stratégique a été approuvé par le conseil d'administration de la SODIMO et présenté au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport à l'automne 2012, il n'a toujours pas été soumis au ministre.

Le service des programmes de crédits d'impôt travaille actuellement avec le ministère des Finances à l'élaboration d'un modèle d'évaluation des risques, dont la mise en œuvre généralisée est prévue d'ici la fin de l'exercice 2013-2014. Ce nouveau processus contribuera à rattraper le retard de gestion des dossiers et à réduire le temps de traitement des demandes. Le modèle d'évaluation des risques est déjà appliqué au crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (T4 2012-2013), au crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (T1 2013-2014) et au crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (T2 2013-2014). Cette mesure a permis de réduire le nombre de semaines nécessaires à l'examen et au traitement des dossiers. Elle devrait contribuer en outre à raccourcir encore les délais d'attente une fois que le modèle sera appliqué aux trois crédits d'impôt restants et que les équipes de la SODIMO auront rattrapé le retard des demandes.

Le budget de l'Ontario 2013 annonçait la création d'un Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) doté de 45 millions de dollars sur trois ans (soit 15 millions de dollars par an)⁹. Le FOPM a reçu l'approbation du Conseil des ministres fin août 2013 et a été mis en place à la fin de la même année; les subventions seront octroyées et gérées par le nouveau Bureau ontarien de promotion de la musique créé au sein de la SODIMO. Les programmes existants de la SODIMO dans l'industrie de la musique seront suspendus pendant la durée du FOPM, dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être admissibles au nouveau programme au titre d'activités similaires. Les volets du programme ont été mis au point par le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et par la SODIMO à l'issue de consultations avec les parties prenantes et les bailleurs de fonds de l'industrie de la musique. Ce nouveau fonds appuiera un vaste éventail d'activités couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur dans le secteur de la musique et permettra à de nouvelles parties prenantes d'avoir désormais accès au financement de la SODIMO. La SODIMO a œuvré à l'élaboration des lignes directrices du programme aux côtés de la Direction des politiques du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, et collaboré avec la Direction des communications dudit ministère concernant la stratégie de lancement.

Le principal défi qui attend la SODIMO en 2014-2015 concerne le non-renouvellement du soutien gouvernemental au titre du Fonds pour les produits MIN. Dans les budgets de l'Ontario 2012 et 2013, l'engagement financier précédent courant sur quatre ans n'a pas été prolongé par le gouvernement. Sans cet investissement, le financement de base de la SODIMO ne lui permet pas de soutenir l'ensemble de ses secteurs de manière prévisible et stratégique. La SODIMO prépare actuellement un dossier d'analyse demandant le renouvellement de ce financement afin de perpétuer le Fonds pour les produits MIN dont les résultats sont probants, tout en maintenant le soutien financier à l'appui d'autres fonds sectoriels importants. À défaut, la SODIMO dotera le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de dollars au titre de l'exercice 2014-2015. Pour ce faire, l'organisme devra puiser dans ses réserves de trésorerie et prélever environ 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique qui sont suspendus suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique. Si l'engagement financier n'est pas renouvelé, la SODIMO espère que le ministère sera une nouvelle fois en mesure de verser une contribution ponctuelle au titre du Fonds pour les produits MIN afin d'apporter son soutien à ce secteur important offrant un très haut rendement. Si le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport n'est pas en mesure de combler ce moins-perçu, une décision devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes.

⁹ Ministère des Finances. *Budget de l'Ontario 2013*, 2 mai 2013, p. 53.

Une évaluation menée en 2011 confirme que le Fonds pour les produits MIN constitue un outil unique et efficace à l'appui d'un secteur clé en plein essor. Depuis 2012-2013, le Fonds pour les produits MIN a octroyé un financement de 13 millions de dollars au titre de 120 projets, lesquels ont créé plus de 800 emplois et induit plus de 49 millions de dollars en dépenses de production en Ontario. Ces projets ont également permis d'engranger plus de 56 millions de dollars de recettes directes, sachant que ce chiffre continuera de croître à mesure que d'autres projets subventionnés s'achèveront¹⁰. La SODIMO ne peut maintenir le Fonds pour les produits MIN sans obtenir un apport supplémentaire de la part du gouvernement, sans puiser dans ses réserves de trésorerie et/ou sans réduire le soutien essentiel offert par l'organisme à d'autres secteurs et programmes. Nous sommes persuadés que le financement de l'industrie dynamique et florissante des produits multimédias interactifs numériques en Ontario offrira le meilleur avantage économique à long terme pour la province. À nos yeux, le Fonds pour les produits MIN joue également un rôle crucial en faveur de la recherche et du développement à l'échelle du secteur tout entier : il garantira que toutes les industries des médias culturels de l'Ontario continuent d'innover et de se montrer compétitives sur la scène internationale. Par ailleurs, cette évaluation a constaté qu'au vu du niveau actuel des demandes non satisfaites, des prévisions de croissance de l'industrie et des possibilités d'élargissement des activités admissibles, ce Fonds devrait être beaucoup plus conséquent et permettre de ce fait d'obtenir des résultats proportionnellement supérieurs à l'échelle du secteur et de la province.

En 2014-2015, en réponse à la fluctuation constante du marché, à la fusion continue du contenu entre secteurs et plateformes et à l'évolution des modèles opérationnels, la SODIMO collaborera avec le ministère et les parties prenantes afin de mettre au point et de lancer un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation, dont le premier cycle de financement est prévu pour l'exercice 2015-2016. Les fonds à l'appui de cette initiative seront réaffectés à partir de ressources existantes. À ce stade, il est prévu d'ouvrir ce nouveau fonds à tous les secteurs et de permettre aux entreprises d'opter pour la présentation d'une demande de financement au titre du nouveau programme ou d'autres volets de programme existants, selon la solution la mieux adaptée à leur modèle opérationnel et à leur projet/objectif en particulier. Le programme sera lancé début 2015, mais les premiers engagements budgétaires porteront uniquement sur l'exercice financier 2015-2016. L'orientation de ce nouveau volet de programme a été définie par le conseil d'administration de la SODIMO et s'avère conforme au plan stratégique de l'organisme. La SODIMO présentera les détails de ce programme au ministère à mesure de leur élaboration.

Le Fonds pour la collaboration et l'innovation de la SODIMO appuiera des projets qui sont en adéquation avec le mandat de la SODIMO mais sortent présentement des paramètres des programmes en cours, dans l'optique de favoriser l'émergence d'entreprises de nouvelle génération au sein du secteur du divertissement et de la création en Ontario. Pour relever les défis et profiter des occasions en lien avec l'économie numérique, les entrepreneurs culturels de l'Ontario doivent explorer sans cesse de nouvelles propositions de valeur et étudier l'état actuel des modèles opérationnels. La SODIMO a réussi le pari de promouvoir l'expérimentation et la transformation dans le secteur numérique grâce à l'éventail de ses programmes et fonds existants, mais l'organisme reconnaît que les outils actuels de financement sectoriel ne lui permettent pas de soutenir bon nombre de projets intéressants et de nouvelles propositions commerciales recoupant plusieurs secteurs/plateformes ou impliquant des partenariats non traditionnels. Le nouveau fonds répondra à ce besoin naissant et décuplera les avantages connexes, transformant les défis les plus impressionnants en occasions stimulantes pour les industries des médias culturels de la province, sans supprimer pour autant les outils actuels qui sont bien connus des parties prenantes, d'une part, et qui permettent de concrétiser efficacement les objectifs de développement économique de l'organisme, d'autre part. Ce fonds renforcera la capacité de la SODIMO à appuyer les objectifs stratégiques essentiels du gouvernement, y compris : le soutien en faveur de l'innovation et de l'entrepreneuriat, la transformation des idées en biens et en services et la stimulation de la croissance et de la productivité. Il contribuera également à préserver la compétitivité de l'Ontario et à renforcer notre position de

¹⁰ SODIMO. Statistiques des programmes, septembre 2013.

leader mondial sur la scène numérique, démontrant ainsi la solide capacité des programmes gouvernementaux à favoriser la croissance économique et la création d'emplois.

Les recommandations relatives aux programmes de la SODIMO pour l'exercice 2014-2015 sont présentées plus en détail dans le plan de mise en œuvre, page 67.

Les dépenses définitives de la SODIMO pour l'exercice 2012-2013 ont été établies à 34,9 millions de dollars aux fins de la comptabilité, avant amortissement et prise en compte des acquisitions d'immobilisations. Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2013-2014 s'élèvent à 7,1 millions de dollars. Cette valeur pourrait diminuer considérablement si l'organisme doit continuer à puiser dans ses réserves pour financer le Fonds pour les produits MIN. Notons que les pratiques fiduciaires de la SODIMO visent à garantir le maintien de réserves financières suffisantes pour satisfaire les obligations inhérentes aux locations à bail, aux cessations d'emploi et aux dispositions légales, avant d'envisager des affectations à l'appui d'exigences à court terme concernant les programmes. La SODIMO recommande d'exploiter les fonds non engagés pour maintenir les niveaux des programmes et des services jusqu'à épuisement de cette ressource, en lieu et place d'une réduction drastique des programmes (à laquelle les parties prenantes ne manqueraient pas de réagir), mais propose néanmoins d'autres solutions visant à équilibrer le budget. Pour en savoir plus, veuillez consulter le résumé des prévisions financières à partir de la page 49.

Ce document présente un budget de statu quo, sans augmentation des ressources financières ou humaines à l'exception de celles destinées au Fonds ontarien de promotion de la musique. Cependant, comme indiqué précédemment, la SODIMO prépare son dossier d'analyse demandant le renouvellement des subventions de fonctionnement au titre du Fonds pour les produits MIN. Par ailleurs, l'organisme dispose actuellement de cinq postes ETP temporaires visant à pallier ses problèmes de capacité organisationnelle. Ensemble, ces modestes investissements du gouvernement donneront à la SODIMO les moyens de maintenir sa dynamique en offrant un soutien efficace à un secteur du divertissement et de la création d'envergure mondiale, actuellement en plein essor, et d'ancrer ainsi la future croissance économique et la création d'emplois spécialisés en Ontario pour les années à venir.

II.

II. Mandat

Organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario, la SODIMO a été créée le 19 décembre 2000 aux termes du Règlement 672/00 pris en application du paragraphe 32 (5) de la *Loi sur les sociétés de développement*. (Le Règlement 672/00 venait modifier et remplacer le Règlement 270 stipulant la création de la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne en 1986.)

En vertu de ce Règlement, la Société a pour mandat de stimuler l'emploi et les investissements en Ontario en :

- (a) contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la croissance d'emplois, d'investissements et de possibilités de production dans la province;
- (b) facilitant et appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels par la stimulation de la production créatrice, l'innovation des modes de présentation et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs;
- (c) favorisant la coopération au sein de l'industrie des médias culturels et entre les secteurs public et privé pour tirer le meilleur parti des synergies en matière de conception et de création de produits comportant un contenu canadien original;
- (d) favorisant la promotion et la commercialisation de l'industrie des médias culturels de l'Ontario pour que la province soit considérée comme un chef de file mondial dans ce domaine;
- (e) administrant les programmes de crédits d'impôt provinciaux et les autres programmes et initiatives aux termes des lois pertinentes ou selon les directives d'un ministre du gouvernement de l'Ontario;
- (f) agissant comme un catalyseur dans le domaine de l'information, de la recherche et du développement technologique dans l'industrie des médias culturels à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

Énoncé de mission

Le conseil d'administration de la SODIMO a formulé cet énoncé de mission afin de guider l'organisme dans la réalisation de son mandat :

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario est le principal catalyseur du groupe des médias culturels en Ontario. Elle promeut, favorise et stimule les investissements ainsi que la création d'emplois et d'œuvres originales au sein de ce secteur.

Gouvernance et relations ministérielles

Le mandat de la SODIMO converge directement avec la vision du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport en faveur du soutien aux industries novatrices et culturelles¹¹ en aidant les producteurs de l'Ontario à créer des contenus multimédias compétitifs sur la scène

¹¹ Ministère du Tourisme et de la Culture de l'Ontario. *Document d'information sur le budget des dépenses et la planification axée sur les résultats 2011-2012*, p. 6.

internationale et à contribuer à l'essor de l'économie du savoir de la province. Organisme essentiel à la prestation de programmes et d'activités à destination des industries des médias culturels de la province, la SODIMO appuie l'objectif du ministère visant à favoriser l'expansion du secteur du divertissement et de la création, ainsi qu'à stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation¹². La SODIMO doit rendre compte au ministère de la réalisation de son mandat.

La SODIMO entretient également des relations de travail avec le ministère des Finances et le ministère du Développement économique, du Commerce et de l'Emploi en ce qui concerne la prestation des programmes et le maintien des relations avec les parties prenantes.

Conseil d'administration

La Société est régie par son conseil d'administration, lequel compte au maximum 17 membres nommés par le lieutenant-gouverneur en conseil (LGC). Le président et la vice-présidente du conseil ont été désignés par le LGC parmi les membres nommés. Le conseil d'administration se réunit régulièrement, à raison d'au moins six fois par an. Le conseil d'administration de la SODIMO compte actuellement 16 membres :

Nyla Ahmad
Paul Bronfman
Susan de Cartier
Sharifa Khan
Sarah MacLachlan
Anita McQuat
Bob Richardson
Kevin Shea (président)

Patrick Bourbonnais
Alexandra Brown (vice-présidente)
Nathon Gunn
Leesa Levinson
Ildiko Marshall
Marguerite Pigott
Mark Sakamoto
Blake Tohana

Rapport annuel, vérification et investissements

La Société est tenue de remettre au ministre un rapport annuel de ses activités, y compris des états financiers vérifiés signés par le président du conseil d'administration et par un autre de ses membres, ainsi que tout autre document demandé par le ministre, le cas échéant. La vérification est menée chaque année par le Bureau du vérificateur général de l'Ontario.

L'alinéa 8 (3)e) du règlement d'habilitation de la SODIMO restreint les investissements à la disposition de la Société. À la lumière de ces paramètres, la stratégie d'investissement de la SODIMO est élaborée en consultation avec le comité de vérification du conseil d'administration et approuvée par ledit conseil. La SODIMO investit actuellement ses fonds dans des acceptations bancaires et des billets de dépôt au porteur des banques de l'annexe I ou II au taux en vigueur pour les périodes déterminées conformément à l'orientation générale émanant du comité de vérification.

Service à la clientèle

¹² Ibid, p. 112.

La SODIMO satisfait aux normes de qualité de service applicables à la fonction publique de l'Ontario concernant l'accueil téléphonique, les communications par courriel et les autres modes de correspondance. L'organisme ne propose pas de services en direct; toutefois, en cas de réclamation d'un client concernant nos procédures ou notre qualité de service, nous veillons à assurer un service à la clientèle compétent afin de remédier au problème. En général, les réclamations sont traitées individuellement par le service visé sous la houlette de son responsable. Le responsable du service peut exercer son jugement à l'heure de déterminer ce qui constitue une réclamation et décider s'il convient d'en référer à ses supérieurs hiérarchiques et/ou à la présidente-directrice générale (PDG). Il est attendu que, dans l'immense majorité des cas, les supérieurs hiérarchiques et/ou la PDG recommanderont d'adopter une démarche permettant de remédier au problème. Cependant, la PDG peut décider que la réclamation doit être portée à l'attention du conseil d'administration de la SODIMO.

La SODIMO respecte également l'ensemble des lois et directives régissant l'accessibilité auxquelles est assujettie la fonction publique de l'Ontario; la *Politique sur les normes d'accessibilité pour les services au public* de l'organisme est disponible sur son site Web et au bureau d'accueil. La SODIMO appuie l'objectif stratégique du gouvernement de la province visant à intégrer le multiculturalisme et la diversité dans tous les programmes, politiques et services de la fonction publique de l'Ontario. Ces principes sous-jacents viennent éclairer l'ensemble des activités de la SODIMO.

L'organisme assure la prise en charge de sa propre technologie de l'information. En 2009-2010, la SODIMO a entamé le lancement progressif du Portail de demande en ligne (PDL) afin de permettre la présentation en ligne des demandes au titre de ses programmes de financement et de crédit d'impôt. Toutes les demandes de crédit d'impôt et de financement auprès de la SODIMO doivent désormais être soumises en ligne. En proposant à ses parties prenantes un seul mécanisme de présentation des demandes sans support papier, la SODIMO répond directement aux priorités du gouvernement en matière de protection de l'environnement et de réduction des coûts administratifs. La SODIMO s'efforce actuellement de mettre tous ses services en ligne en conformité avec les normes d'accessibilité prescrites par la loi.

Présidente-directrice générale et membres du personnel

La présidente-directrice générale rend compte au conseil d'administration et au sous-ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport. Elle est responsable de la gestion des programmes et des effectifs de la SODIMO. Le recrutement du personnel s'effectue aux termes de la *Loi de 2006 sur la fonction publique de l'Ontario*. À l'heure actuelle, la SODIMO emploie 71 personnes à temps plein, dont cinq occupent des postes ETP temporaires d'agent(e) des questions financières liées aux crédits d'impôt. Les stratégies de planification de la relève, de formation et de perfectionnement du personnel portent notamment sur les points suivants : priorité accordée aux plans d'apprentissage du personnel et de l'encadrement; proposition d'occasions de formation polyvalente aux employés intéressés; participation à des activités d'implication des employés; possibilité d'autoriser le personnel non encadrant à profiter d'occasions de formation en gestion.

III. Analyse de la conjoncture : évaluation des enjeux touchant les secteurs et l'organisme

Au 25 octobre 2013

Introduction

Au vu du contexte économique mondial difficile et de la transition amorcée vers une économie non plus industrielle mais fondée sur le savoir, les industries du divertissement et de la création de l'Ontario représentent un moteur essentiel à la croissance du PIB et de l'emploi dans la province. Ce secteur est l'un des plus florissants en Ontario. De fait, entre 2005 et 2011, son taux de croissance a dépassé celui observé globalement dans la province¹³. D'après les estimations du ministère des Finances de l'Ontario, le secteur de la création et du divertissement a créé plus de 48 000 emplois nets depuis 2000, soit une hausse établie à 30 p. 100 contre seulement 15 p. 100 dans l'économie d'ensemble¹⁴. Par exemple, l'industrie ontarienne du cinéma et de la télévision a réalisé son meilleur exercice en 2012 et battu une fois de plus son record en injectant 1,28 milliard de dollars dans l'économie provinciale et en créant près de 29 000 emplois directs et indirects à temps plein¹⁵. Sur la scène internationale, l'Ontario se classe au troisième rang des économies du divertissement et des médias les plus florissantes d'Amérique du Nord, derrière la Californie et New York, et fait figure de leader mondial en termes de recettes et d'emplois générés dans les secteurs de la création¹⁶.

Le gouvernement de l'Ontario a confirmé que la SODIMO jouait un rôle moteur en faveur de la croissance des industries du divertissement et de la création en Ontario et a réaffirmé sa confiance envers l'organisme en décidant de lui confier la gestion du Fonds ontarien de promotion de la musique, dont la création a été annoncée dans le budget 2013. Grâce à l'appui de la SODIMO, les entreprises des industries du cinéma et de la télévision, de la musique, de l'édition de livres et de revues et des produits multimédias interactifs numériques sont en mesure de mettre à profit l'essor de nouveaux produits et services sur le marché mondial et de créer des emplois axés sur le savoir en Ontario.

Contexte actuel

Si le produit intérieur brut (PIB) de l'Ontario a augmenté de 8 p. 100 depuis la fin de la récession en 2009, l'économie provinciale reste néanmoins sujette à certains risques importants, dont la crise de la dette qui persiste en Europe et le ralentissement continu de la croissance dans plusieurs économies émergentes clés, mettant ainsi en péril des parts de marché gagnées dernièrement¹⁷. Au mois d'août 2013, le ministère des Finances de l'Ontario indique que la croissance du PIB provincial réel projetée par le secteur privé s'établit à 1,5 p. 100 pour 2013 et à 2,3 p. 100 pour 2014¹⁸. De la même façon, la Banque du Canada reste prudente quant aux risques qui pèsent sur l'économie canadienne du fait de la faible croissance enregistrée aux États-Unis, de la crise de la dette qui persiste en Europe et du ralentissement de la croissance dans certaines économies émergentes. Dans ses dernières prévisions trimestrielles, la Banque du Canada table sur une croissance nationale de 1,8 p. 100 en 2013 et de 2,7 p. 100 en 2014 et 2015, prévoyant que l'économie atteindra sa pleine capacité mi-2015¹⁹. Cependant, malgré la conjoncture mondiale difficile, l'Ontario continue de croître et de créer des emplois à un rythme modéré.

¹³ Statistique Canada. Estimations du PIB par industrie, ministère des Finances et ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario, secteur du divertissement et de la création.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ SODIMO. Statistiques de la production cinématographique et télévisuelle, 2012.

¹⁶ Ministère du Tourisme et de la Culture de l'Ontario. *Le secteur du divertissement et de la création de l'Ontario : Un cadre propice à la croissance*, juin 2010, p. 5.

¹⁷ Ministère des Finances. *Budget de l'Ontario 2013*, 2 mai 2013, p. 166.

¹⁸ Ministère des Finances. *Finances de l'Ontario, mise à jour trimestrielle – 30 juin 2013*, p. 1 et 4.

¹⁹ Banque du Canada. *Rapport sur la politique monétaire*, juillet 2013, p. 1.

PricewaterhouseCoopers (PwC) indique que les dépenses nord-américaines sur le marché des loisirs et des médias ont augmenté de 4 p. 100 en 2012, soit une légère hausse comparativement à la croissance de 3,3 p. 100 enregistrée en 2011, mais qui reste en deçà des prévisions. PwC table en outre sur un taux de croissance annuel composé de 4,9 p. 100 en moyenne (allant de 540 à 685 milliards de dollars canadiens) sur la période 2012-2017 pour les industries des loisirs et des médias en Amérique du Nord. Le taux de croissance projeté pour le Canada comme pour les États-Unis reste inférieur à celui de l'an dernier. Les prévisions de croissance au Canada ont chuté, passant d'un taux annuel composé de 6,5 p. 100 à 5 p. 100 et, même si elles restent supérieures au rythme projeté pour les États-Unis (5 p. 100 contre 4,8 p. 100), l'écart s'est considérablement réduit²⁰.

Point stratégique important, la croissance des industries du divertissement et de la création de l'Ontario en 2014-2015 continuera de reposer sur des activités capables d'assurer le maintien des parts de marché des producteurs de contenu ontariens dans les économies matures, tout en favorisant la pénétration des économies émergentes. Les États-Unis et le Royaume-Uni restent les deux principaux marchés d'exportation du Canada dans le secteur culturel, avec respectivement 79 p. 100 et 5 p. 100 du commerce canadien de services de la culture réalisé à destination de ces pays. Toutefois, les perspectives de croissance avec ces partenaires sont limitées. À l'heure actuelle, le Canada exporte moins de 1 p. 100 de sa production culturelle totale vers le groupe des BRICS (Brésil, Russie, Inde et Chine)²¹.

Autres facteurs majeurs influant sur les industries de la création de l'Ontario : le bouleversement actuel des recettes traditionnelles des entreprises et la difficulté à élaborer de nouveaux modèles opérationnels pour combler les écarts financiers en résultant. Le déploiement progressif de nouveaux services et plateformes numériques représente un enjeu particulier pour les entreprises du secteur des médias culturels de la province. Les flux de rentrées traditionnels resteront importants, mais seront minés par la prolifération des nouvelles plateformes numériques et la fragmentation des auditoires. Par conséquent, les producteurs de contenu de l'Ontario devront faire preuve d'agilité et de souplesse ces cinq prochaines années, voire au-delà, afin de suivre l'évolution des modèles opérationnels et de la demande des consommateurs²². Ils ont besoin de soutien pour s'adapter à la fluctuation constante du marché, sachant qu'à ce titre, l'accès à des sources de financement efficaces et souples s'avère également utile²³.

La numérisation, toutefois, offre également aux producteurs de contenu de l'Ontario une occasion particulièrement propice à l'innovation en termes de services, de modèles opérationnels et de relations avec la clientèle. L'Ontario tirera profit de la progression continue des dépenses dans le secteur numérique et de la part croissante des recettes qu'il représente à l'échelle mondiale, car la province se trouve en position de force dans toutes les industries de la création, contrairement à bon nombre d'autres régions et pays. Elle peut également compter sur la complémentarité entre les flux de rentrées associés aux nouveaux modèles opérationnels et aux modèles plus traditionnels. Cependant, cet avantage à court terme risque d'être rapidement gommé par l'arrivée de régions plus compétitives et plus novatrices²⁴.

Les ventes de nouveaux périphériques multimédias (téléphones intelligents, tablettes et lecteurs de livres numériques, notamment) continuent d'enregistrer une croissance exceptionnelle. D'après les estimations du cabinet Gartner, 2,2 milliards d'appareils connectés intelligents seront

²⁰ PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global entertainment and media outlook: 2013-2017*, prévisions par segment du marché des loisirs et des médias en Amérique du Nord, 18 août 2013.

²¹ Statistique Canada. Bulletin de service, Commerce de services de la culture : Tableaux de données, 2000-2009. N° de catalogue 87-213-X, tableau 12.

²² Peter Miller, David Keeble et Richard Cavanagh. *Plan stratégique de la SODIMO : 2012-2017*, 4 avril 2012, p. 26.

²³ Ibid, p. 43-44.

²⁴ Ibid, p. 26.

expédiés à travers le monde en 2014²⁵. En octobre 2012, Facebook a atteint la barre du milliard d'utilisateurs mensuels actifs à travers le monde, parmi lesquels 600 millions ont accédé à cette plateforme à partir de leur appareil mobile (l'essor le plus rapide étant observé au Brésil, en Inde, en Indonésie et au Mexique)²⁶. Au Canada, on estime que 21 p. 100 de la population possèdent une tablette, soit une proportion trois fois et demie supérieure à celle enregistrée 12 mois plus tôt²⁷. Ces exemples d'adoption rapide des nouveaux appareils mobiles et plateformes numériques par les consommateurs suggèrent que les entreprises du secteur des médias culturels doivent évoluer au plus vite pour résister à la concurrence sur un marché de plus en plus mondialisé et tourné vers le numérique²⁸.

Les applications mobiles s'avèrent un autre modèle opérationnel prometteur. D'après les estimations de PwC, près de 11 milliards d'applications ont été téléchargées en 2010. Le cabinet prévoit en outre que les dépenses mondiales sur le segment des applications mobiles atteindront les 35 milliards de dollars américains d'ici 2015²⁹. L'Ontario et la région du grand Toronto, en particulier, abritent un noyau dur d'entreprises spécialisées dans la création de contenu mobile : le potentiel de croissance est donc énorme³⁰.

Au fur et à mesure de l'expansion du marché mondial du contenu numérique, les producteurs doivent relever un défi toujours plus complexe : celui d'atteindre leur public en ligne. Les producteurs canadiens, toutes spécialités confondues, créent désormais un vaste éventail de contenus et de produits numériques diffusés sur un marché en ligne véritablement mondialisé. Leur réussite est donc de plus en plus conditionnée par la vitesse à laquelle ils adoptent les nouveaux outils et techniques permettant d'atteindre, d'impliquer et de fidéliser leur auditoire. D'après l'étude sur l'accessibilité menée par la Canadian Media Production Association (CMPA) avec l'appui de la SODIMO, les producteurs doivent instaurer la relation avec leur auditoire avant même d'entamer la création du contenu, puis la cultiver précieusement, s'ils veulent avoir les meilleures chances de se faire connaître. Chaque produit et chaque campagne médiatique sont uniques. Les coûts associés à l'accessibilité du contenu sont donc considérables et ce fardeau pèse de plus en plus sur les épaules des producteurs de contenu. L'accessibilité ayant désormais une importance cruciale dans le secteur de la production de contenu, l'incapacité à financer cette activité peut devenir un obstacle à la réussite des producteurs³¹.

La réforme du droit d'auteur reste un enjeu important pour les industries de la création au Canada, malgré l'adoption de la loi connexe par le gouvernement fédéral en juin 2012. Si la nécessité de moderniser les dispositions régissant le droit d'auteur au Canada ne fait pas débat, divers éléments de la nouvelle loi continuent néanmoins de diviser les consommateurs et les industries des médias culturels du pays, dont les points de vue divergent littéralement quant aux modalités d'application à mettre en œuvre. La *Loi sur le droit d'auteur* régleme la production, la vente, la distribution et la consommation de contenu sur le segment des médias traditionnels et numériques. Les modifications apportées par le gouvernement portent notamment sur l'usage personnel, « l'utilisation équitable » et le régime des droits numériques³².

En juillet 2012, la Cour suprême du Canada a ensuite tranché plusieurs litiges importants sur la question des redevances liées au téléchargement d'œuvres musicales et de jeux vidéo et à « l'utilisation équitable » de manuels. Les producteurs de contenu de l'Ontario attendent de voir

²⁵ « Gartner Says Worldwide PC, Tablet and Mobile Phone Shipments Grow 4.5 Percent in 2013 as Lower-Priced Devices Drive Growth ». www.gartner.com/newsroom/id/2610015, 21 octobre 2013.

²⁶ Hayley Tsukayama. « Facebook hits milestone of 1 billion users », *The Washington Post*, 4 octobre 2012.

²⁷ Michael Oliveira. « Apple iPad top-selling tablet in Canada », *La Presse canadienne*, 13 juin 2012.

²⁸ PwC. *Global entertainment and media outlook: 2012-2016*, p. 38.

²⁹ PwC. *Global entertainment and media outlook: 2011-2015*, p. 30.

³⁰ Mobile Experience Innovation Center (MEIC). *Mobile Innovation: Ontario's Growing Mobile Content, Services, and Applications Industry 2012*, p. 49-50.

³¹ Canadian Media Production Association (CMPA). *Discoverability: Strategies for Canada's Digital Content Producers in a Global Online Marketplace*, 2013, p. 4.

³² « Copyright bill finally clears Commons », *Radio-Canada – Info*, 19 juin 2012.

comment les nouvelles modifications législatives vont évoluer à la lumière des décisions de la Cour. De l'avis général, il faudra attendre plusieurs années avant que les nouvelles règles de base concernant l'usage du droit d'auteur au Canada soient établies dans la pratique³³.

Les industries des médias culturels en Ontario

Chaque industrie des médias culturels de l'Ontario occupe une position de leader national au rayonnement mondial. Ensemble, elles forment un socle solide sur lequel repose le secteur du divertissement et de la création de la province. Si elles ont chacune leurs propres particularités, elles proposent néanmoins les mêmes occasions et demandent de relever les mêmes défis face aux réalités d'un marché mondial tourné vers le numérique.

Un bref descriptif des industries du cinéma, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, de l'édition de revues, de l'édition de livres et de la télévision de l'Ontario est proposé ci-après³⁴ :

Cinéma

- L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario continue d'afficher une forte croissance, son activité économique ayant pratiquement doublé en cinq ans à peine. En 2012, elle a injecté 1,28 milliard de dollars dans l'économie provinciale, soit les meilleurs résultats jamais enregistrés. En outre, cette activité a contribué à créer près de 29 000 emplois directs et indirects à temps plein³⁵. En 2010, l'industrie des effets spéciaux et de l'animation informatiques a engrangé 156,3 millions de dollars de recettes, en hausse de 60 p. 100 par rapport à 2008. L'impact économique de ce secteur s'élevait à 190 millions de dollars³⁶. D'après les estimations figurant dans le *Profil 2012* de la Canadian Media Production Association, la production canadienne destinée au cinéma a atteint son plus haut sommet depuis dix ans, grimpant de 14,1 p. 100 pour s'établir à 381 millions de dollars³⁷. Le financement étranger des films canadiens destinés au cinéma a plus que doublé, passant de 40 millions de dollars en 2010-2011 à 95 millions de dollars en 2011-2012³⁸. L'activité basée en Ontario représentait 51 p. 100 du volume total des productions canadiennes destinées au cinéma³⁹.

Produits multimédias interactifs numériques

- En 2008, l'industrie des produits multimédias interactifs numériques de l'Ontario comptait quelque 1 000 entreprises employant plus de 16 000 personnes et générant environ 1,4 milliard de recettes brutes⁴⁰. Ce secteur abrite notamment l'industrie du jeu vidéo, en plein essor en Ontario. D'après les estimations, la province comptait 96 sociétés de jeux vidéo en 2011; ces dernières étaient à l'origine de 2 600 emplois et dépensaient 238 millions de dollars par an dans la province⁴¹. L'industrie ontarienne du jeu vidéo devrait poursuivre sa croissance dans le futur.

³³ Meagan Fitzpatrick. « Supreme Court ruling scraps royalty for music downloads », *Radio-Canada – Info*, 12 juillet 2012.

³⁴ La SODIMO publie des profils sectoriels visant à fournir des renseignements sur la taille et l'impact économique de chaque industrie des médias culturels. Les profils offrent également des renseignements sur les tendances et les enjeux auxquels les secteurs sont confrontés. Ils sont disponibles en ligne à la page [Profils sectoriels](#).

³⁵ SODIMO. Statistiques de la production cinématographique et télévisuelle, 2012.

³⁶ Computer Animation Studios of Ontario (CASO). *Economic Profile of the Ontario Computer Animation and Visual Effects Industry (Profil économique de l'industrie des effets spéciaux et de l'animation informatiques en Ontario), 2008-2010*, p. 19 et 34.

³⁷ Canadian Media Production Association (CMPA). *Profile 2012: An Economic Report on the Screen-based Production Industry in Canada*, p. 6.

³⁸ Ibid, p. 58.

³⁹ Ibid, p. 58.

⁴⁰ Nordicité. *Profil de l'industrie interactive canadienne 2008*, p. 108.

⁴¹ Entertainment Software Association of Canada (ESAC). *Canada's Entertainment Software Industry in 2011*, p. 11.

Musique

- L'industrie ontarienne de la musique est la plus importante au Canada et génère les recettes les plus substantielles de façon générale, à hauteur de 430 millions de dollars (soit 82 p. 100 du total national)⁴². Selon un rapport publié en 2012 par Music Canada, 78 p. 100 des 3 322 emplois directs et indirects de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore se trouvent en Ontario⁴³.

Édition de revues

- Plus de la moitié des revues canadiennes sont produites en Ontario et près de la moitié des exemplaires sont livrés en dehors de la province⁴⁴. Le secteur de l'édition de revues de l'Ontario représentait 56 p. 100 des revenus d'exploitation nationaux en 2011, à hauteur de 1,18 milliard de dollars⁴⁵.

Édition de livres

- L'industrie ontarienne de l'édition de livres reste la plus importante au Canada et génère 1,3 milliard de dollars de revenus d'exploitation, soit près des deux tiers du total national. Les éditeurs de l'Ontario représentaient en outre 68 p. 100 des salaires, traitements et avantages sociaux de l'industrie⁴⁶. D'après une étude récente de l'industrie, le segment des intérêts canadiens basés en Ontario a connu un déclin général entre 2003 et 2011, conséquence des fermetures et des acquisitions d'éditeurs appartenant à des intérêts canadiens par des multinationales étrangères. Cependant, cette étude indique également que, de manière générale, les éditeurs de livres appartenant à des intérêts canadiens en Ontario ont su faire face au ralentissement économique et préserver leurs marges de profit, tout en adaptant leurs modèles opérationnels aux besoins d'un marché tourné vers le numérique⁴⁷. En outre, malgré le déclin des recettes constaté par ces derniers, l'Ontario reste en posture favorable par rapport aux autres provinces canadiennes, notamment à la Colombie-Britannique et aux Provinces des Prairies qui ont enregistré une baisse encore plus importante sur cette période.

Télévision

- D'après les estimations figurant dans le *Profil 2012* de la Canadian Media Production Association, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle a généré 57 900 emplois équivalents temps plein (ETP) au Canada en 2011-2012, dont 22 800 emplois directs dans le secteur de la production télévisuelle et 35 100 emplois indirects dans d'autres secteurs de l'économie canadienne⁴⁸. Cette année-là, l'Ontario représentait 48 p. 100 du volume de la production télévisuelle canadienne, pesant ainsi bien plus que n'importe quelle autre province⁴⁹.

⁴² Statistique Canada. *Enregistrement sonore et édition de musique 2010*, tableau 1, mars 2012.

⁴³ Music Canada. *Economic Impact Analysis of the Sound Recording Industry in Canada*, 12 avril 2012, p. 21.

⁴⁴ TCI Management Consultants. *Une étude stratégique de l'industrie de l'édition de revues en Ontario*, septembre 2008, p. 3.

⁴⁵ Statistique Canada. *L'édition du périodique 2011*, n° de catalogue 87F0005X, tableau 1, 23 janvier 2013.

⁴⁶ Statistique Canada. *Les éditeurs de livres 2012*, n° de catalogue 87F0004X, tableau 1, avril 2012.

⁴⁷ Nordicité et Castledale Inc. *Étude de l'impact économique de l'industrie de l'édition de livres en Ontario*, 4 juillet 2013, p. 11.

⁴⁸ Canadian Media Production Association (CMPA). *Profile 2012: An Economic Report on the Screen-based Production Industry in Canada*, p. 34.

⁴⁹ Ibid, p. 43.

Situation actuelle de la SODIMO

Les sociétés ontariennes doivent disposer d'importants capitaux permanents pour être en mesure d'investir dans la création et la promotion de contenu et de trouver des solutions innovantes pour faire face aux enjeux d'un marché mondial tourné vers le numérique. La demande mondiale de produits culturels croît à un rythme plus soutenu que l'économie générale sur les marchés nouveaux et émergents. En outre, la numérisation croissante du contenu a permis aux créateurs ontariens d'atteindre plus facilement un auditoire mondialisé. Misan sur leurs produits de qualité à prix compétitif, les entreprises du secteur de la création de médias culturels de l'Ontario sont bien positionnées pour tirer profit de ce marché.

Malgré la multiplication des débouchés, les producteurs de contenu de l'Ontario doivent faire face à la concurrence de plus en plus rude d'autres régions et pays qui ont également conscience du potentiel offert par le secteur du divertissement et de la création, et des possibilités de création d'emplois spécialisés et rémunérateurs qui l'accompagnent. Les industries de la création représentent aujourd'hui une part importante et croissante du PIB de nombreux pays. En conséquence, les créateurs de contenu de l'Ontario doivent rivaliser avec leurs homologues du monde entier pour attirer les talents, les investisseurs et les clients. La SODIMO continuera de répondre aux besoins des producteurs de contenu de l'Ontario en veillant à ce qu'ils bénéficient d'un accès au financement et d'un soutien favorisant la promotion et la distribution efficace de leurs produits et en les aidant à nouer des relations professionnelles cruciales à l'étranger. L'aide financière octroyée par l'intermédiaire des programmes et services de la SODIMO et des crédits d'impôt de la province comble en partie cette attente. En 2014-2015, l'organisme doit toutefois continuer à miser en priorité sur des moyens efficaces de collaboration, de promotion et de veille stratégique afin d'exploiter pleinement les occasions existantes et de minimiser les risques.

En outre, en l'absence d'augmentation de son financement de base, la SODIMO ne sera pas en mesure de maintenir son niveau actuel de soutien sectoriel et de préserver le Fonds pour les produits MIN. Par conséquent, dans un dossier d'analyse distinct, la SODIMO demande le renouvellement des subventions au titre du Fonds pour les produits MIN afin que l'organisme puisse remplir efficacement son mandat auprès de tous les secteurs qu'il dessert.

À compter de l'exercice 2013-2014, la SODIMO gèrera le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) doté de 45 millions de dollars sur trois ans, dont la création a été annoncée dans le budget de l'Ontario 2013 et a reçu l'approbation du Conseil des ministres à la fin du mois d'août. Le FOPM sera administré par le nouveau Bureau ontarien de promotion de la musique créé au sein de la SODIMO. Les programmes actuels de la SODIMO dans l'industrie de la musique seront suspendus en 2014-2015, dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être admissibles au FOPM au titre d'activités similaires. La transition vers le nouveau fonds des engagements de la SODIMO en vigueur et en cours de traitement dans l'industrie de la musique demandera encore du travail en 2013-2014. La SODIMO dispose de sept postes ETP supplémentaires à l'appui du FOPM, auxquels s'ajoutera le poste ETP dédié à l'actuel Fonds de musique de la SODIMO. Le nouveau fonds a été lancé en 2013-2014, après élaboration des lignes directrices, des processus administratifs et des composants connexes au sein du Portail de demande en ligne, de la base de données interne, du site Web et d'autres systèmes informatiques de la SODIMO. Ce programme devrait faire l'objet d'une forte demande : étant donné l'envergure du FOPM, les demandes à ce titre viendront multiplier au moins par deux le volume moyen reçu annuellement par la SODIMO pour l'ensemble de ses programmes de financement. La SODIMO prend des mesures pour anticiper les répercussions sur son fonctionnement, dont l'augmentation massive des interactions avec les parties prenantes et du temps de gestion alloué.

Comme annoncé également dans le budget de l'Ontario 2013, la SODIMO fait actuellement l'objet d'un examen portant sur tous les programmes de soutien aux entreprises et les crédits d'impôt remboursables du gouvernement afin de vérifier qu'ils permettent d'atteindre efficacement les résultats escomptés. Cet examen sera achevé d'ici l'exercice 2014-2015, mais son impact éventuel sur les programmes et activités de

l'organisme n'est pas connu à ce stade. En fonction des conclusions, la SODIMO devra peut-être envisager une réorientation stratégique. Nous espérons que cet examen donnera l'occasion de démontrer dans quelle mesure le soutien gouvernemental mis en œuvre par l'intermédiaire de l'organisme a favorisé l'innovation, l'évolution et la croissance des entreprises et des secteurs bénéficiaires, mais permettra aussi de moderniser et d'actualiser nos outils pour qu'ils répondent au mieux aux besoins des industries que nous desservons, dans l'optique d'améliorer encore les résultats obtenus au profit de la province. La SODIMO est convaincue que cet examen confirmera le rôle majeur joué par l'organisme dans la mise en œuvre d'une stratégie de développement économique axée sur la croissance et mettra en évidence la contribution essentielle de ses programmes et crédits d'impôt remboursables afin de stimuler l'activité économique et la création d'emplois en Ontario.

IV. Orientations stratégiques

Ces trois dernières années, la SODIMO a bénéficié d'un financement de base stable, à hauteur de 22,95 millions de dollars, ayant pour but de permettre à l'organisme d'offrir ses programmes et services aux parties prenantes de manière prévisible et d'axer son action sur les domaines revêtant une importance stratégique majeure pour les industries des médias culturels de l'Ontario. À compter de l'exercice 2013-2014, la SODIMO gèrera également le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) dont la dotation est fixée à 45 millions de dollars. Pendant trois ans, la SODIMO recevra donc un apport annuel supplémentaire de 15 millions de dollars, en plus de son financement de base.

Le principal défi qui attend la SODIMO en 2014-2015 concerne le non-renouvellement du soutien gouvernemental au titre du Fonds pour les produits MIN. Dans les budgets de l'Ontario 2012 et 2013, l'engagement financier précédent courant sur quatre ans n'a pas été prolongé par le gouvernement. Sans cet investissement, le financement de base de la SODIMO ne lui permet pas de soutenir l'ensemble de ses secteurs de manière prévisible et stratégique. La SODIMO prépare actuellement un dossier d'analyse demandant le renouvellement de ce financement afin de perpétuer le Fonds pour les produits MIN dont les résultats sont probants, tout en maintenant le soutien financier à l'appui d'autres fonds sectoriels importants. À défaut, la SODIMO dotera le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de dollars au titre de l'exercice 2014-2015. Pour ce faire, l'organisme devra puiser dans ses réserves de trésorerie et prélever environ 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique qui sont suspendus suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique. Si l'engagement financier n'est pas renouvelé, la SODIMO espère que le ministère sera une nouvelle fois en mesure de verser une contribution ponctuelle au titre du Fonds pour les produits MIN afin d'apporter son soutien à ce secteur important offrant un très haut rendement. Si le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport n'est pas en mesure de combler ce moins-perçu, une décision devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes.

Une évaluation menée en 2011 confirme que le Fonds pour les produits MIN constitue un outil unique et efficace à l'appui d'un secteur clé en plein essor. Depuis 2012-2013, le Fonds pour les produits MIN a octroyé un financement de 13 millions de dollars au titre de 120 projets, lesquels ont créé plus de 800 emplois et induit plus de 49 millions de dollars en dépenses de production en Ontario. Ces projets ont également permis d'engranger plus de 56 millions de dollars de recettes directes, sachant que ce chiffre continuera de croître à mesure que d'autres projets subventionnés s'achèveront⁵⁰. La SODIMO ne peut maintenir le Fonds pour les produits MIN sans obtenir un apport supplémentaire de la part du gouvernement, sans puiser dans ses réserves de trésorerie et/ou sans réduire le soutien essentiel offert par l'organisme à d'autres industries. Nous sommes persuadés que le financement de l'industrie dynamique et florissante des produits multimédias interactifs numériques en Ontario offrira le meilleur avantage économique à long terme pour la province. À nos yeux, le Fonds pour les produits MIN joue également un rôle crucial en faveur de la recherche et du développement à l'échelle du secteur tout entier : il garantira que toutes les industries des médias culturels de l'Ontario continuent d'innover et de se montrer compétitives sur la scène internationale. Par ailleurs, cette évaluation a constaté qu'au vu du niveau actuel des demandes non satisfaites, des prévisions de croissance de l'industrie et des possibilités d'élargissement des activités admissibles, ce Fonds devrait être beaucoup plus conséquent et permettre de ce fait d'obtenir des résultats proportionnellement supérieurs à l'échelle du secteur et de la province.

La SODIMO a conscience que la ponction dans ses réserves de trésorerie non engagées pour soutenir le Fonds pour les produits MIN n'est pas une solution viable à long terme. En 2010-2011, lorsque la SODIMO recevait un financement stable, l'organisme a informé le ministère du

⁵⁰ Résultats des programmes de la SODIMO, 2012-2013.

Tourisme, de la Culture et du Sport que les subventions versées (bien qu'appréciées) n'étaient pas suffisantes pour maintenir le niveau des programmes et qu'il faudrait puiser dans les réserves de trésorerie pour combler la différence. De plus, les réserves de trésorerie ont été mobilisées en 2011-2012 et 2012-2013 afin de financer le Fonds pour les produits MIN et la dotation en personnel supplémentaire au titre des crédits d'impôt. Le conseil d'administration surveille les réserves de trésorerie avec attention et prend des décisions budgétaires en accord avec sa mission visant à garantir une gestion financière prudente. L'organisme a également cherché constamment des moyens de contenir les coûts, ce qui lui a permis de réduire le recours aux réserves par rapport aux prévisions initiales sur l'exercice 2010-2011.

La SODIMO soutient activement et respecte l'ensemble des lois et directives régissant l'accessibilité auxquelles est assujettie la fonction publique de l'Ontario. Elle appuie également l'objectif stratégique du gouvernement de l'Ontario visant à intégrer la diversité dans tous les programmes, politiques et services de la fonction publique de l'Ontario. L'organisme s'est engagé à poursuivre l'expansion de ses services et programmes au profit des minorités ethnoculturelles et d'autres groupes ayant des intérêts/besoins particuliers. Par exemple, la SODIMO subventionne cette année la remise des prix annuels de la Canadian Ethnic Media Association, l'Abilities Arts Festival, le Toronto Reel Asian International Film Festival et le ReelWorld Film Festival. La SODIMO continuera de soutenir des activités similaires l'an prochain. Lors de la refonte récente de son site Web, l'organisme a placé l'accessibilité au cœur de toutes les décisions concernant l'ergonomie et les fonctionnalités. Des améliorations continuent d'être apportées régulièrement sur ce point.

Faisant fond sur le travail de planification stratégique réalisé en 2007 et 2008, la SODIMO a réalisé un examen stratégique indépendant en 2011-2012 dans le but d'étudier sa capacité à appuyer de manière optimale les industries des médias culturels de l'Ontario. Cet examen a donné lieu à l'élaboration d'un nouveau plan stratégique⁵¹, lequel confirme l'efficacité du soutien offert par l'organisme aux entreprises ontariennes des industries des médias culturels. Diverses recommandations concernant les moyens d'améliorer l'impact de la SODIMO y sont également formulées. Ce plan stratégique a été approuvé par le conseil d'administration de la SODIMO et un exemplaire a été transmis au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, mais il n'a toujours pas été présenté au ministre.

Ce plan stratégique indique que la SODIMO joue un rôle essentiel dans la stratégie ontarienne visant à stimuler l'innovation dans le secteur de la création grâce à la mise en œuvre de programmes de financement, à la gestion des certificats d'admissibilité aux crédits d'impôt, à la promotion de la province à l'étranger et des ventes à l'exportation, ainsi qu'à la réalisation d'une veille stratégique et économique portant sur les industries des médias culturels.

D'après ce plan, les industries de la création de l'Ontario sont en mutation permanente et se caractérisent à la fois par leur force, leur potentiel et leur vulnérabilité. Voici les cinq difficultés majeures identifiées :

- **Accès limité au financement** pour les entreprises du secteur des médias culturels
- **Instabilité permanente des modèles opérationnels** au fil de l'avènement des nouvelles technologies et plateformes qui viennent bouleverser les flux de rentrées traditionnels
- **Recettes limitées sur les marchés mondiaux** du fait d'une dépendance historique à l'égard des marchés intérieurs
- **Prestation des soutiens en temps utile** concernant l'accès aux crédits d'impôt

⁵¹ SODIMO. *Plan stratégique 2012-2017*, avril 2012.

- **Absence de passerelles vers les talents** nécessaires à la croissance des entreprises du secteur des médias culturels de l'Ontario, face à la concurrence qui règne sur le marché mondial

Pour surmonter ces difficultés, le plan discerne cinq stratégies essentielles, deux préconditions à remplir et neuf initiatives à mettre en place progressivement afin d'orienter la SODIMO vers une réussite pérenne :

Préconditions :

- **Comprendre les modèles opérationnels clés**
 - *Initiative 1 : Élargir la portée de la veille stratégique*
- **Collaborer avec les parties prenantes au sein du gouvernement**

Stratégies :

- A. Améliorer le processus de prestation de l'aide**
 - *Initiative 2 : Impliquer les partenaires en vue d'instaurer une vérification sélective des crédits d'impôt*
- B. Optimiser l'efficacité du soutien à l'investissement (RCI)**
 - *Initiative 3 : Mettre au point des mesures du rendement du capital investi*
 - *Initiative 4 : Impliquer les partenaires dans l'évaluation des mécanismes de soutien*
 - *Initiative 5 : Impliquer les partenaires dans la refonte des mécanismes de soutien*
 - *Initiative 5a : Impliquer les partenaires dans l'examen des garanties d'emprunt*
 - *Initiative 5b : Instaurer un financement par branche d'activité*
- C. Parvenir à une plus grande adaptabilité/souplesse des mécanismes de soutien**
 - *Initiative 5c : Impliquer les partenaires dans l'examen des crédits d'impôt en vue de les simplifier et de les rendre plus modulables*
- D. Faciliter les partenariats**
 - *Initiative 6 : Mettre sur pied un Fonds pour la collaboration et l'innovation*
 - *Initiative 7 : Créer une base de données sectorielle des partenariats*
 - *Initiative 8 : Étudier les pistes de soutien en faveur des activités de développement*
- E. Renforcer les liens avec les marchés extérieurs**
 - *Initiative 9 : Continuer d'appuyer le développement des exportations*

Les programmes et activités de la SODIMO recouvrent en grande partie ces stratégies, c'est pourquoi la plupart des initiatives de l'organisme seront maintenues l'année prochaine. Toutefois, suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique, les programmes existants de la SODIMO dans l'industrie de la musique seront suspendus en 2014-2015, dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être

admissibles au nouveau fonds au titre d'activités similaires. La transition vers le nouveau fonds des engagements de la SODIMO en vigueur et en cours de traitement dans l'industrie de la musique demandera encore du travail en 2013-2014.

En 2014-2015, en réponse à la fluctuation constante du marché, à la fusion continue du contenu entre secteurs et plateformes et à l'évolution des modèles opérationnels, la SODIMO collaborera avec le ministère et les parties prenantes afin de mettre au point et de lancer un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation, dont le premier cycle de financement est prévu pour l'exercice 2015-2016. Les fonds à l'appui de cette initiative seront réaffectés à partir de ressources existantes. À ce stade, il est prévu d'ouvrir ce nouveau fonds à tous les secteurs et de permettre aux entreprises d'opter pour la présentation d'une demande de financement au titre du nouveau programme ou d'autres volets de programme existants, selon la solution la mieux adaptée à leur modèle opérationnel et à leur projet/objectif en particulier. Le programme sera lancé début 2015, mais les premiers engagements budgétaires porteront uniquement sur l'exercice financier 2015-2016. L'orientation de ce nouveau volet de programme a été définie par le conseil d'administration de la SODIMO et s'avère conforme au plan stratégique de l'organisme. La SODIMO présentera les détails de ce programme au ministère à mesure de leur élaboration.

La SODIMO poursuivra également ses activités de recherche et de communication afin de s'assurer que les industries des médias culturels ont accès aux renseignements stratégiques dont elles ont besoin et que les enjeux les concernant sont portés à l'attention du gouvernement, à tous les échelons. Nous continuerons par ailleurs de souligner publiquement et de favoriser la réussite des créateurs de contenu de l'Ontario auprès des auditoires nationaux et internationaux.

Objectifs 2014-2015

Les objectifs 2014-2015 ont été fixés par la direction et le conseil d'administration de la SODIMO sur la base des orientations stipulées dans le plan stratégique susmentionné. La numérotation des objectifs est fournie à des fins organisationnelles uniquement et n'a aucunement vocation à indiquer un quelconque ordre de priorité. Cela étant dit, l'accès amélioré au financement reste crucial pour l'ensemble des industries des médias culturels. Si leurs entreprises ne disposent pas de capitaux permanents suffisants, les producteurs de contenu n'ont pas les moyens d'investir comme il convient dans de nouvelles activités numériques, de s'adapter aux modèles opérationnels émergents, d'élaborer du contenu de qualité supérieure ou de promouvoir stratégiquement leurs produits.

La SODIMO continuera d'appuyer le développement du secteur du divertissement et de la création de la province, et plus particulièrement les industries de l'édition de livres et de revues, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, du cinéma et de la télévision, en poursuivant les cinq objectifs suivants. L'organisme continuera également de gérer ses ressources de manière efficace, responsable et transparente, dans le respect de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert.

Objectif n° 1 : Améliorer l'accès au financement

Conforter la position concurrentielle de l'industrie des médias culturels de l'Ontario en faisant l'usage le plus efficace possible du soutien à l'investissement offert par la SODIMO et en favorisant l'investissement en capital et public.

Stratégies :

1. Contrôler et continuer d'améliorer l'efficacité du processus rationalisé relatif aux crédits d'impôt.
2. Mettre en œuvre des programmes facilitant l'accès des entreprises à des sources de financement publiques et privées.
3. Optimiser l'efficacité des programmes et services de la SODIMO.

Objectif n° 2 : Permettre l'évolution des affaires

Promouvoir l'innovation en créant des occasions pour les entreprises du secteur des médias culturels de l'Ontario de devenir des chefs de file dans un contexte commercial et un environnement numérique qui évoluent rapidement.

Stratégies :

1. Appuyer les activités et les travaux de recherche propices à l'évolution des affaires.
2. Renouveler les programmes et services de la SODIMO afin de garantir leur adaptabilité et leur souplesse dans un climat d'affaires en constante évolution.

Objectif n° 3 : Appuyer l'élaboration de contenu et l'accès aux marchés

Aider les entreprises du secteur des médias culturels à accéder aux marchés internationaux et intérieurs, à élaborer du contenu de qualité et à promouvoir l'Ontario en tant que centre de production médiatique de classe mondiale.

Stratégies :

1. Investir dans la création de contenu d'envergure mondiale favorable à l'emploi et à la multiplication des investissements réalisés en Ontario.
2. Renforcer les liens commerciaux des entreprises du secteur des médias culturels de l'Ontario afin d'améliorer l'accès aux marchés et aux plateformes.
3. Promouvoir l'Ontario en tant que centre de production médiatique de classe mondiale.

Objectif n° 4 : Encourager la collaboration

Encourager la collaboration au sein des industries des médias culturels et dans l'ensemble du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario.

Stratégies :

1. Offrir des possibilités de partenariat entre les acteurs des différentes industries des médias culturels.
2. Créer des possibilités de collaboration avec des parties prenantes du gouvernement et du secteur de la création au sens large dans le but de stimuler le transfert de connaissances et de favoriser la mise en œuvre d'activités novatrices.

Objectif n° 5 : Faire preuve d'un solide leadership pour ce qui est de faire progresser les industries des médias culturels de l'Ontario

Adopter un modèle de leadership fort et innovant en tirant parti de notre efficacité à la fois organisationnelle et opérationnelle avérée, et de notre valeur en tant que centre d'information pour les parties prenantes et le gouvernement, et en nous faisant les champions des industries des médias culturels de l'Ontario.

Stratégies :

1. Maximiser l'efficacité organisationnelle et opérationnelle de la SODIMO afin d'optimiser l'affectation des ressources, la productivité et la portée médiatique de l'organisme.

2. Fournir des renseignements stratégiques d'actualité sur l'évolution du climat d'affaires afin d'éclairer les politiques et les programmes et d'accroître la compétitivité des entreprises ontariennes.
3. Se faire le champion des industries des médias culturels de l'Ontario.

V. Vue d'ensemble des programmes et activités actuels et futurs de l'organisme

Depuis sa création, la SODIMO n'a cessé de démontrer l'efficacité de son action auprès des industries des médias culturels grâce à la prestation d'un éventail performant de programmes et de services propices à la création d'emplois et à la réalisation d'investissements en Ontario. À compter de l'exercice 2013-2014, la SODIMO gèrera le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique et suspendra ses programmes existants dans l'industrie de la musique, dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être admissibles au nouveau programme au titre d'activités similaires. Les fonds dégagés suite à la suspension du Fonds de musique de la SODIMO et du Fonds de la SODIMO pour l'exportation de la musique, dont le montant est estimé à 1 million de dollars, seront réaffectés au Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques (MIN). Dans les budgets de l'Ontario 2012 et 2013, le gouvernement n'a pas renouvelé son engagement financier à l'appui du Fonds pour les produits MIN. Par conséquent, le financement de base de la SODIMO ne suffit plus à soutenir le secteur dynamique et florissant des produits multimédias interactifs numériques en Ontario. C'est la raison pour laquelle l'organisme présente un dossier d'analyse distinct demandant le renouvellement des subventions au titre du Fonds pour les produits MIN. À défaut, la SODIMO recommandera de prélever 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique de la SODIMO qui sont suspendus et de puiser dans ses réserves de trésorerie afin de maintenir la dotation de ce fonds crucial à 3 millions de dollars en 2014-2015.

Vue d'ensemble des programmes et activités actuels

La SODIMO s'efforce d'assurer la prestation efficace de ses programmes et activités, et instaure des partenariats avec les secteurs public et privé dans le but d'exploiter des ressources et des services au profit des industries qu'elle dessert. La SODIMO procède à l'analyse régulière et à l'amélioration continue de ses actions. Le personnel de la SODIMO a démontré sa capacité à mettre en œuvre des initiatives constructives et axées sur les résultats à destination de sa clientèle dans tous les secteurs desservis. Les accomplissements mis en lumière dans cette section reflètent les résultats de mesure du rendement 2012-2013 et 2013-2014 de la SODIMO, sur la base des données disponibles à la fin du deuxième trimestre 2013-2014. En 2013-2014, outre la prestation des programmes et services, le personnel de la SODIMO a participé à des réunions avec la clientèle, à des événements sectoriels, ainsi qu'à des occasions de perfectionnement professionnel, activités qu'il réitérera de façon régulière.

La SODIMO travaille en collaboration avec le ministère des Finances, le ministère des Services gouvernementaux, le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et le ministère du Développement économique, du Commerce et de l'Emploi dans le cadre d'initiatives conjointes, lorsque l'occasion se présente. La SODIMO perpétuera ces relations et continuera également d'informer le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport avant le lancement de nouvelles initiatives. L'organisme lui transmettra en outre ses travaux et données de recherche. Par ailleurs, la SODIMO échange régulièrement avec d'autres organismes gouvernementaux par l'intermédiaire d'instances nationales comme l'Association des agences provinciales de financement, le comité national des crédits d'impôt, le Groupe de développement des affaires internationales de Téléfilm et l'Association of Film Commissioners International. La SODIMO rencontre aussi périodiquement d'autres organismes relevant du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport à l'occasion d'une table ronde portant sur des questions communes relatives aux ressources humaines, aux services financiers, aux technologies de l'information et aux communications.

Comme évoqué précédemment, en cas de non-renouvellement du financement demandé dans son dossier d'analyse, la SODIMO recommandera le maintien du Fonds pour les produits MIN en prélevant 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique de la SODIMO temporairement suspendus et en puisant dans ses réserves de trésorerie. La SODIMO espère que le ministère sera une nouvelle fois en mesure de verser une contribution ponctuelle au titre du Fonds pour les produits MIN afin d'apporter son soutien à ce secteur important offrant un très haut rendement. Si le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport n'est pas en mesure de combler ce moins-perçu, une décision

devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes. Les solutions de financement des programmes de la SODIMO pour l'exercice 2014-2015 sont présentées plus en détail dans le plan de mise en œuvre, à partir de la page 67.

La SODIMO exécute ses programmes et ses services par l'entremise des divisions suivantes :

1. **Bureau de la directrice générale et service des communications** : cette division englobe le personnel du bureau de la présidente-directrice générale et du service des communications, dont la mission est d'appuyer l'ensemble des activités de communication de l'organisme conformément à la section XIII du Plan de communication.
2. **Groupe des activités opérationnelles et de la recherche** : cette division assure l'orientation stratégique et le soutien opérationnel dont la Société a besoin pour atteindre ses objectifs, notamment : planification stratégique et commerciale, recherche et statistiques, services financiers, prise en charge des technologies de l'information et opérations administratives. Elle appuie le ministère et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles et en portant les enjeux de l'industrie à la connaissance des organismes fédéraux compétents (p. ex., Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Fonds des médias du Canada). Les services des ressources humaines sont assurés par le ministère des Services gouvernementaux par l'entremise de son service centralisé RHOntario.
3. **Groupe du développement de l'industrie** : au travers du service des initiatives pour l'industrie, de l'Unité des productions cinématographiques (également connue sous le nom de Bureau du cinéma de l'Ontario) et du nouveau Bureau ontarien de promotion de la musique, cette division offre aux industries des médias culturels des occasions de créer et de commercialiser de nouveaux produits, d'entreprendre des initiatives stratégiques propices à la croissance des entreprises et à la pénétration de nouveaux marchés, de collaborer avec les acteurs de différents secteurs, mais aussi d'attirer et de soutenir les activités de production en Ontario. Elle recueille en outre des statistiques sur ces activités de production. La division aide les entrepreneurs culturels à mettre en place des initiatives propices au développement des affaires et assure le suivi des éléments livrables, ainsi que la collecte des résultats en rapport avec les initiatives subventionnées.
4. **Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement** : cette division administre six crédits d'impôt remboursables en collaboration avec l'Agence du revenu du Canada. Elle apporte son concours au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et assure la collecte et le suivi des statistiques relatives aux crédits d'impôt qui permettent ensuite d'étayer les conseils politiques formulés à l'intention du ministère des Finances quant à la situation des industries des médias culturels et à l'efficacité des crédits d'impôt.

Programmes et activités

La SODIMO exécute des programmes et activités à l'appui des objectifs administratifs énoncés dans la section précédente. Nous mettons en lumière ci-après certains faits saillants des programmes et activités mis en œuvre en 2013-2014. Nous avons organisé cette section par objectif, mais il convient de souligner que tous les programmes et activités concourent à la réalisation de plusieurs objectifs.

Par souci de commodité, nous avons aussi préparé un plan des activités qui démontre sur une seule page le plein impact des actions de la SODIMO au regard de l'ensemble des objectifs et stratégies de l'organisme. Ce tableau est disponible à la page 28.

Plan des activités de la SODIMO

ACTIVITÉ	OBJECTIF N° 1 : AMÉLIORER L'ACCÈS AU FINANCEMENT	OBJECTIF N° 2 : PERMETTRE L'ÉVOLUTION DES AFFAIRES	OBJECTIF N° 3 : APPUYER L'ÉLABORATION DE CONTENU ET L'ACCÈS AUX MARCHÉS	OBJECTIF N° 4 : ENCOURAGER LA COLLABORATION	OBJECTIF N° 5 : FAIRE PREUVE D'UN SOLIDE LEADERSHIP
	Stratégies : - Rationaliser le processus d'administration des crédits d'impôt. - Mettre en œuvre des programmes de financement. - Optimiser l'efficacité des programmes et services.	Stratégies : - Appuyer les activités et les travaux de recherche propices à l'évolution des affaires. - Renouveler régulièrement les programmes et services.	Stratégies : - Investir dans la création de contenu d'envergure mondiale. - Renforcer les liens commerciaux. - Promouvoir l'Ontario.	Stratégies : - Offrir des possibilités de partenariat. - Stimuler le transfert de connaissances et favoriser la mise en œuvre d'activités novatrices.	Stratégies : - Maximiser l'efficacité organisationnelle. - Fournir des renseignements stratégiques d'actualité. - Se faire le champion.
Activités de communication			✓	✓	✓
Fonds de soutien en matière de création et de marketing	✓	✓	✓		
Examens du Programme de soutien en matière de création et de marketing		✓			✓
Initiatives d'affaires et informatiques					✓
Fonds de la SODIMO pour l'exportation			✓		
Unité des productions cinématographiques			✓		✓
Comités consultatifs des industries				✓	✓
Programme de développement de l'industrie		✓	✓	✓	
Programmes de développement du commerce international	✓		✓	✓	
Initiatives menées par la SODIMO (FFI à l'occasion du TIFF)			✓	✓	✓
Activités de recherche	✓	✓		✓	✓
Activités de parrainage sectoriel					✓
Plan stratégique	✓	✓	✓	✓	✓
Programmes de crédits d'impôt	✓	✓	✓		
Évaluation des crédits d'impôt axée sur le risque	✓				✓
Prix littéraire Trillium			✓		
Fonds ontarien de promotion de la musique	✓	✓	✓	✓	

Activités visant l'implication des acteurs de l'industrie

Les programmes et activités de la SODIMO sont éclairés et enrichis par l'implication régulière des parties prenantes, laquelle contribue à renforcer la capacité de l'organisme à remplir son mandat. Les parties prenantes sont sollicitées de façon formelle dans le cadre de cinq comités consultatifs dédiés aux industries suivantes : édition de livres, produits multimédias interactifs numériques, édition de revues, musique et production de contenu pour écran. Ces comités consultatifs sont constitués d'intervenants nommés par les différentes associations professionnelles représentant l'industrie concernée, pour un mandat de trois ans maximum. Un coprésident issu de l'industrie est nommé par chaque comité et la PDG de la SODIMO y siège en qualité de coprésidente de l'organisme. Les coprésidents assurent à tour de rôle la présidence des réunions, dont au moins deux se tiendront en 2012-2013. Les comités consultatifs remplissent trois fonctions :

1. Apporter la contribution précieuse des parties prenantes aux stades de planification et de conception des programmes de la SODIMO.
2. Favoriser la communication bidirectionnelle entre l'organisme et ses parties prenantes, en leur donnant notamment la possibilité de faire des présentations devant le conseil d'administration de la SODIMO, le cas échéant. Les membres de chaque comité ont pour mission de représenter l'opinion de leurs secteurs et de consulter leurs confrères et consœurs avant les réunions.
3. Informer la SODIMO des nouveaux enjeux et priorités de l'industrie.

Ponctuellement, des sous-comités sont chargés d'apporter leur concours à la SODIMO concernant des programmes ou documents spécifiques.

Le personnel de tous les services participe activement aux comités consultatifs de la SODIMO et consulte régulièrement l'industrie et les parties prenantes au sujet des questions, services et offres de programme les concernant. Le personnel mène également des activités de liaison visant à favoriser une meilleure compréhension des exigences et des processus de demande applicables à l'ensemble des programmes et crédits d'impôt de la SODIMO. À ce titre, il organise notamment des séances d'information et prend part à des groupes d'experts sectoriels.

Objectif n° 1 : Améliorer l'accès au financement

Les parties prenantes des industries des médias culturels considèrent toujours l'accès au financement comme la difficulté majeure à surmonter pour leurs entreprises. La SODIMO continuera de collaborer avec les parties prenantes pour identifier des moyens d'améliorer l'accès aux sources de financement publiques et privées.

Le financement octroyé au titre des Fonds de la SODIMO contribue à soutenir la création de contenu, les activités de promotion à l'échelon national et international, ainsi que les initiatives de développement des entrepreneurs culturels de l'Ontario. Ces fonds sont décrits en association avec d'autres objectifs dans la présente section.

Crédits d'impôt

- La SODIMO administre les six crédits d'impôt remboursables suivants en collaboration avec l'Agence du revenu du Canada, sur la base des dépenses admissibles dans les industries du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de l'édition de livres et de la musique :

- **Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes domiciliées en Ontario, qui couvre 35 p. 100 des coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.
 - **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger, domiciliées en Ontario, qui couvre 25 p. 100 des dépenses ontariennes admissibles pour les productions cinématographiques et télévisuelles admissibles.
 - **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger, domiciliées en Ontario, qui couvre 20 p. 100 des coûts de main-d'œuvre ontarienne admissibles pour l'animation numérique et les effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.
 - **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes et les sociétés sous contrôle étranger admissibles, domiciliées en Ontario, qui couvre 40 p. 100 des dépenses ontariennes admissibles pour les produits multimédias interactifs numériques créés en Ontario (35 p. 100 dans le cadre d'un accord de rémunération à l'acte).
 - **Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes admissibles domiciliées en Ontario, qui couvre 20 p. 100 des dépenses admissibles de production et de promotion pour les enregistrements sonores admissibles de nouveaux artistes ou groupes canadiens.
 - **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIO-ME)** : crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes domiciliées en Ontario, qui couvre 30 p. 100 des dépenses admissibles pour les œuvres littéraires admissibles créées en Ontario.
- En 2012-2013, la SODIMO a établi 1 714 certificats d'admissibilité à l'appui de 2 368 projets dont les budgets ont dépassé un total de 4,5 milliards de dollars, accordant ainsi près de 428 millions de dollars de crédits d'impôt aux secteurs ontariens du cinéma, de la télévision, de l'édition de livres, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques.
 - Le service des programmes de crédits d'impôt continue de collaborer avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et le ministère des Finances pour optimiser l'accessibilité et l'efficacité des crédits d'impôt. En 2012-2013, la SODIMO a réalisé un examen indépendant du crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN). L'étude a démontré que chaque dollar d'abattement accordé entre 2008 et 2012 aux entreprises de cette industrie au titre du CIOPMIN s'était traduit par 4,97 dollars de dépenses de développement et de promotion, générant par ailleurs 2,39 dollars de recettes⁵². Sur la période visée, la création et la commercialisation des produits bénéficiaires du CIOPMIN ont permis de créer 4 360 emplois ETP supplémentaires et d'accroître le PIB de 384,6 millions de

⁵² Nordicité. *An Analysis of the Impact of the Ontario Interactive Digital Media Tax Credit*, rapport préparé pour la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, février 2013, p. 65.

dollars⁵³. Ce rapport proposait également des solutions favorisant l'évolution continue du CIOPMIN, dont la mise en œuvre permettrait d'améliorer l'efficacité de ce crédit d'impôt au profit des industries des médias culturels de l'Ontario.

- En 2009-2010, la SODIMO a lancé son Portail de demande en ligne (PDL) et depuis le 31 mars 2010, les six crédits d'impôt sont accessibles par ce biais. En 2010-2011, un nouveau module a été ajouté aux fins du dépôt des demandes annuelles des entreprises de jeux vidéo, et les fonctionnalités du PDL ont été améliorées en vue d'en faciliter l'utilisation par les auteurs d'une demande. En 2011-2012, la soumission en ligne est devenue obligatoire pour toutes les demandes de crédit d'impôt afin d'accroître le rendement du processus administratif connexe.
- En 2011-2012, l'organisme a pris des mesures visant la mise en œuvre d'un processus d'évaluation des risques, en partenariat avec le ministère des Finances, dans le but d'améliorer l'efficacité des programmes de crédits d'impôt de la SODIMO au profit des parties prenantes. En raison de la nette augmentation du volume des demandes observée sur plusieurs années et de son manque chronique de ressources, la SODIMO a accumulé du retard dans l'examen des dossiers de crédit d'impôt. L'organisme a été autorisé à créer cinq postes temporaires d'agent(e) des questions financières afin d'absorber partiellement la file croissante des demandes en attente de traitement. Pendant cette période, un modèle d'évaluation des risques a été appliqué au crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (T4 2012-2013) et sa généralisation aux autres crédits d'impôt a été préparée.
- En 2013-2014, le modèle d'évaluation des risques a été appliqué avec succès au crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (T1) et au crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (T2), ce qui a permis de réduire le nombre de semaines nécessaires à l'examen et au traitement des dossiers. Ce modèle d'évaluation des risques devrait être appliqué à l'ensemble des crédits d'impôt d'ici la fin de l'exercice 2013-2014. Si les modifications apportées au processus permettront de réduire le retard sur le long terme, leur mise en œuvre prendra néanmoins du temps. Nous demandons donc au gouvernement d'autoriser la prorogation des cinq postes temporaires supplémentaires d'agent(e) des questions financières.
- En 2014-2015, l'organisme poursuivra ses efforts visant à réduire le retard des demandes de crédit d'impôt et à surveiller les modèles d'évaluation des risques dans l'optique d'améliorer encore leur efficacité et de raccourcir, dans la mesure du possible, les délais d'examen et de traitement.
- Le *Profil 2013* des industries de production de contenu pour écran établi par la Canadian Media Production Association reconnaît que les changements apportés au crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (couvrant non plus les coûts de main-d'œuvre admissibles, mais les dépenses admissibles) ont eu le mérite d'aider l'Ontario à « contrecarrer » le déclin des services étrangers de tournage en extérieur au Canada⁵⁴, la province ayant enregistré en 2011-2012 une hausse de 71 p. 100 des dépenses de production connexes (qui sont passées de 224 millions à 382 millions de dollars)⁵⁵.

⁵³ Ibid, p. 51, 55.

⁵⁴ Canadian Media Production Association (CMPA). *Profile 2012: An Economic Report on the Screen-based Production Industry in Canada*, p. 76-77.

⁵⁵ Ibid, p. 77.

Objectif n° 2 : Permettre l'évolution des affaires

Le bouleversement actuel des modèles opérationnels engendré par les innovations touchant les industries des médias culturels (comme la diffusion numérique) rend difficile l'adaptation de nombre d'entreprises ontariennes, tous secteurs confondus, face à un marché de plus en plus mondialisé. Les possibilités en matière de création et de distribution de contenu numérique sont certes en plein essor, mais cette tendance n'est pas exempte de dangers. Les parties prenantes déclarent ne pas disposer des ressources nécessaires pour investir comme il convient dans des initiatives qui permettraient à leurs entreprises d'anticiper sur l'évolution rapide des modèles opérationnels. Pour le moment, l'instabilité des modèles opérationnels reste la seule certitude concernant les industries de la création. Les programmes décrits dans le cadre de cet objectif ont été spécifiquement identifiés comme des moyens de résoudre ce problème. Toutefois, il convient de noter que tous les programmes et services de la SODIMO abordent la question dans une certaine mesure.

Le plan stratégique souligne la nécessité de mettre en œuvre des programmes et services à la fois souples et adaptables afin de garantir l'efficacité optimale des investissements consentis par le gouvernement dans ces secteurs, alors même que le climat d'affaires reste fluctuant. Par conséquent, la SODIMO continuera de surveiller ses programmes, activités, définitions et politiques internes en 2013-2014 de façon à s'assurer qu'ils offrent aux industries de la création un soutien aussi souple et adaptable que possible à l'ère du numérique. Dans cette optique, certains changements pourront être apportés aux Fonds de la SODIMO et l'organisme travaillera aux côtés de partenaires gouvernementaux pour trouver des moyens d'assouplir les crédits d'impôt. En outre, comme indiqué précédemment, la SODIMO se verra contrainte de réduire son soutien, et donc d'amoindrir les résultats des programmes concernés, si le financement au titre du Fonds pour les produits MIN n'est pas renouvelé.

Fonds du livre de la SODIMO

- Le Fonds du livre de la SODIMO est conçu pour accroître la viabilité financière et la croissance commerciale globale des éditeurs appartenant à des intérêts canadiens, basés en Ontario, et octroie à ce titre un financement maximum de 100 000 dollars à l'appui des initiatives de promotion qui présentent les œuvres d'auteurs canadiens au marché intérieur aussi bien qu'international. Les auteurs d'une demande peuvent également être admissibles au titre d'activités s'appuyant sur leur capacité numérique existante ou la développant de la manière qui correspond le mieux à leurs objectifs généraux.
- Ce programme a pour objectif d'offrir aux éditeurs des occasions de renforcer leur capacité, d'accroître leurs recettes et de développer leurs entreprises.
- Le Fonds du livre de la SODIMO a fait l'objet d'un examen indépendant qui s'est achevé en février 2013.
- Entre 2005-2006 et 2012-2013, le Fonds du livre de la SODIMO a investi 12,2 millions de dollars à l'appui de 322 projets menés par 62 maisons d'édition. Ce fonds a contribué à créer 166 emplois hautement spécialisés dans le secteur ontarien de l'édition et à préserver plus de 700 emplois directs et indirects. Depuis sa création, il a permis aux éditeurs d'accroître leurs recettes de 44,3 millions de dollars, de gagner 20 p. 100 de parts de marché et d'enregistrer 15 p. 100 de profits supplémentaires (en moyenne)⁵⁶.

⁵⁶ Communications MDR. Évaluation du Fonds du livre de la SODIMO, février 2013.

- En 2013-2014, le Fonds du livre de la SODIMO a reçu 51 demandes et investi un peu plus de 2,1 millions de dollars à l'appui de 35 projets dont les budgets dépassaient un total de 3,5 millions de dollars. Dans 94 p. 100 des cas, ces projets possédaient une composante numérique.
- Les résultats de ce programme sont mesurés par le rendement du capital investi, à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO.

Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues

- Le Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues octroie un financement maximum de 75 000 dollars aux éditeurs de revues basés en Ontario proposant des projets de développement dotés d'objectifs clairs et de résultats mesurables, portant notamment sur les axes suivants : diffusion, kiosques à journaux et ventes d'espace publicitaire, changement d'image, exploration et mise en œuvre de nouvelles stratégies de contenu, nouveaux lancements, activités de renforcement numérique des entreprises.
- Ce programme a pour objectif d'offrir aux éditeurs des occasions de renforcer leur capacité et de développer leurs entreprises par l'accroissement de leur compétitivité et de leurs recettes, et de soutenir la création de contenu par les entreprises ontariennes.
- En 2012-2013, la SODIMO a mis en application diverses recommandations et améliorations préconisées dans le cadre d'un examen indépendant du Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues. Nouveauté 2012-2013, le fonds a proposé un projet pilote axé sur l'édition numérique visant à appuyer un nombre limité d'éditeurs de revues exclusivement numériques et placé davantage l'accent sur l'innovation au sein des sociétés requérantes. Ces initiatives ont été renouvelées en 2013-2014.
- Entre 2005-2006 et 2011-2012, le Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues a investi 7,9 millions de dollars, qui ont permis la levée de 23,9 millions de dollars de recettes au profit de 103 éditeurs de revues de l'Ontario. Selon les estimations, cette activité de la SODIMO a créé 170 emplois et offert un rendement du capital investi de l'ordre de trois pour un⁵⁷.
- En 2013-2014, le Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues a reçu 63 demandes et octroyé 19 millions de dollars à l'appui de 51 projets dont les budgets totalisaient 4,1 millions de dollars.
- Les résultats de ce programme sont mesurés par la valeur de levier des projets subventionnés et par le rendement du capital investi, à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO.

Fonds de musique de la SODIMO

- Le Fonds de musique de la SODIMO octroie un financement maximum de 60 000 dollars aux maisons de disques, éditeurs de musique et agences d'imprésario appartenant à des intérêts canadiens, basés en Ontario, à l'appui de la mise en œuvre de nouvelles initiatives stratégiques d'affaires et de promotion. Les auteurs d'une demande peuvent également être admissibles au titre de projets axés sur le numérique.

⁵⁷ TCI Management Consultants. Évaluation du programme du Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues, mai 2012.

- Ce programme a pour objectif d'offrir aux entreprises de l'industrie de la musique des occasions de renforcer leur capacité et de développer leurs entreprises par l'accroissement de leur compétitivité et de leurs recettes, et de soutenir la création de contenu par les entreprises ontariennes.
- En 2013-2014, le Fonds de musique de la SODIMO a reçu 36 demandes et appuyé 14 entreprises en octroyant la somme de 688 375 dollars à l'appui de 22 projets dont les budgets totalisaient 1,36 million de dollars. Les projets subventionnés en 2011-2012 ont permis de lever 0,99 dollar de financement supplémentaire pour chaque dollar investi par la SODIMO. Les résultats des ventes ne sont pas encore connus. Sur les 34 projets subventionnés, une composante numérique était présente dans 67 p. 100 des cas.
- Entre 2005-2006 et 2011-2012, le Fonds de musique de la SODIMO a investi la somme totale de 3,42 millions de dollars à l'appui de 117 initiatives. D'après les entreprises bénéficiaires, une part de leurs recettes s'élevant à 14,3 millions de dollars, ainsi que la création d'environ 112 emplois, sont attribuables au soutien offert au titre de ce fonds. Cela représente un rendement du capital investi par la SODIMO de l'ordre de quatre pour un⁵⁸.
- Les résultats de ce programme sont mesurés par la valeur de levier des projets subventionnés et par le rendement du capital investi, à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO.
- En 2014-2015, le Fonds de musique de la SODIMO sera suspendu dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être admissibles au nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique au titre d'activités similaires.

Objectif n° 3 : Appuyer l'élaboration de contenu et l'accès aux marchés

Les programmes et activités ci-après aident les entreprises du secteur des médias culturels à accéder aux marchés internationaux et intérieurs, à élaborer du contenu de qualité et à promouvoir l'Ontario en tant que centre de production médiatique de classe mondiale. De manière générale, la SODIMO s'efforce de rendre ses programmes à la fois souples et adaptables afin de garantir l'efficacité optimale du soutien offert aux industries desservies.

Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques

- Malgré le non-renouvellement du financement au titre du Fonds pour les produits MIN dans le budget de l'Ontario 2013, la SODIMO a été en mesure de maintenir sa dotation à 3 millions de dollars en 2012-2013. Pour ce faire, l'organisme a bénéficié d'une seconde contribution ponctuelle du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport s'élevant à 1 million de dollars, puisé 1 million de dollars dans ses réserves de trésorerie et prélevé 1 million de dollars aux autres programmes de la SODIMO. **La SODIMO présente un dossier d'analyse demandant l'octroi d'une dotation annuelle de 3 millions de dollars minimum afin d'étendre le soutien offert à ce secteur capital par l'intermédiaire du Fonds pour les produits MIN décrit ici. À défaut, la SODIMO dotera le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de**

⁵⁸ Nordicité. Évaluation du programme du Fonds de musique de la SODIMO, octobre 2012.

dollars en puisant dans ses réserves de trésorerie et en prélevant des fonds aux programmes de financement de l'industrie de la musique qui sont temporairement suspendus suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique.

- Le Fonds de la SODIMO pour les produits MIN permet aux entreprises ontariennes de produits multimédias interactifs numériques d'avoir accès à la dernière tranche de financement dont elles ont besoin pour produire leurs projets de contenu. Les auteurs d'une demande retenus peuvent recevoir la somme maximale non remboursable de 150 000 dollars pour créer un produit multimédia à contenu interactif numérique immédiatement commercialisable.
- Le Fonds pour les produits MIN a été lancé en 2005 et renouvelé en 2008 par le gouvernement de l'Ontario afin de favoriser la croissance de l'économie de l'innovation en Ontario. Depuis 2012-2013, le Fonds pour les produits MIN a versé environ 13 millions de dollars à l'appui de 121 projets qui ont créé plus de 800 emplois et induit 49 millions de dollars en dépenses de production en Ontario. Les projets achevés ont déjà permis d'engranger plus de 56 millions de dollars de recettes directes⁵⁹.
- Ce programme a pour objectif d'appuyer la création et l'exploitation de produits originaux par les entreprises ontariennes et d'offrir aux producteurs de contenu multimédia interactif numérique des occasions de renforcer leur capacité et de développer leurs entreprises.
- Les récipiendaires du Fonds de la SODIMO pour les produits MIN se sont distingués par leur créativité et leur sens de l'innovation sur diverses plateformes.
 - Le jeu *Sound Shapes* de Queasy Games, financé au titre du Fonds pour les produits MIN, a été sacré dans les catégories Meilleur jeu mobile et Meilleure innovation dans le jeu à l'occasion des Prix canadiens du jeu vidéo. *Sound Shapes* était également nommé pour le prix du Choix des développeurs dans la catégorie Meilleur jeu sur appareil portable/mobile.
 - Le projet *Guidestones* produit par iThentic avec l'appui de la SODIMO a reçu un International Emmy Award récompensant la meilleure émission numérique dans la catégorie Fiction. *Guidestones* a également reçu un prix Écran canadien dans la catégorie Meilleure émission ou série originale produite pour les médias numériques.
 - *Ruby Skye PI* de Story2OH, projet financé au titre du Fonds pour les produits MIN, a reçu huit distinctions dont le Grand Prix décerné à la LAWebfest.
- En 2011-2012, la SODIMO a réalisé un examen indépendant du Fonds pour les produits MIN dont les résultats ont démontré la capacité du fonds à stimuler une activité économique supplémentaire au sein du secteur des médias interactifs numériques de l'Ontario. D'après ce rapport, le fonds a permis de lever 25,3 millions de dollars en dépenses de main-d'œuvre ontarienne et généré 56 millions de dollars de recettes directes au profit des entreprises entre 2005 et 2011⁶⁰. Si le Fonds pour les produits MIN n'est pas renouvelé, cette activité économique supplémentaire et les créations d'emploi connexes disparaîtront.

⁵⁹ SODIMO. Statistiques des programmes, septembre 2013.

⁶⁰ Montant révisé, à jour d'après les données datant d'août 2013.

- En 2013-2014, la SODIMO a reçu 77 demandes portant sur un montant de 9,2 millions de dollars. Les décisions de financement doivent être prises au mois de novembre. L'année précédente, le fonds a investi 3,2 millions de dollars à l'appui de 24 projets dont les budgets totalisaient 9,1 millions de dollars. Les projets subventionnés en 2012-2013 ont permis de lever 1,83 dollar de financement supplémentaire pour chaque dollar investi par la SODIMO, tout en générant et/ou préservant 5 369 semaines de travail.
- Les résultats de ce programme sont mesurés par le nombre d'emplois créés et/ou préservés et par la valeur de levier associée à la contribution de la SODIMO pour chaque projet.

Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique

- Le Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique accorde un soutien aux producteurs ontariens de projets de longs métrages à l'égard du financement des étapes finales du développement et de la production. Ce fonds comprend deux volets :
 - Développement : le financement est accordé sous la forme d'un prêt sans intérêt dont le montant maximum est de 25 000 dollars à l'égard de l'étape finale de développement du projet.
 - Production : le financement est accordé sous la forme d'une avance remboursable d'un montant maximum de 400 000 dollars. Il s'agit d'un financement de dernier recours permettant de compléter le financement d'un long métrage.
- Ce programme a pour objectif d'accroître les investissements réalisés et les emplois créés en Ontario par des sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario, d'aider à financer les sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario et d'accroître le nombre de longs métrages originaux de haute qualité produits en Ontario par des sociétés de production domiciliées en Ontario.
- Deux dates limites ont été fixées en 2013-2014 et 76 demandes ont été reçues (59 au titre du volet Production et 17 au titre du volet Développement) à la première échéance du mois d'avril, soit une augmentation de 58 p. 100 par rapport au volume des demandes de production reçues à la première échéance en 2012-2013. Le montant total des demandes s'élevait à 14 421 430 dollars au titre du volet Production et à 425 088 dollars au titre du volet Développement. La somme de 2 165 000 dollars a été octroyée à l'appui des étapes de production et de développement de 23 longs métrages ontariens. Une seconde date limite est fixée ultérieurement au cours de l'exercice.
- Depuis 2005-2006, la SODIMO a investi plus de 29 millions de dollars à l'appui de 212 longs métrages dont les budgets dépassaient un total de 500 millions de dollars, contribuant ainsi à générer plus de 55 000 semaines de travail en production en Ontario. Nombre de ces films ont également été acclamés par la critique, au Canada comme à l'étranger. Par exemple, cinq films subventionnés étaient à l'affiche du Festival international du film de Toronto 2013 (TIFF), dont *The Art of the Steal*, *Enemy*, *Et si jamais (Et (beaucoup) plus si affinités)*, *The Husband et Watermark*. Le film *Et si jamais (Et (beaucoup) plus si affinités)* du réalisateur Michael Dowse a fait la manchette de la presse internationale après sa sélection par CBS Films, qui aurait déboursé 2,5 millions de dollars pour s'arroger les droits de distribution aux États-Unis⁶¹. Le long métrage *Still Mine*, réalisé par Michael McGowan et récipiendaire du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique, a généré

⁶¹ McNary Dave, *Variety*. « Toronto: Daniel Radcliffe's 'The F Word' Nears Deal With CBS Films », 10 septembre 2013. (<http://variety.com/2013/film/news/toronto-daniel-radcliffes-the-f-word-nears-deal-with-cbs-films-1200606266/>)

plus d'un million de dollars de recettes dans les salles de cinéma. Sa cote sur le site Rotten Tomatoes (qui agrège les critiques de films) atteint 92 p. 100 et il figure en neuvième place des locations iTunes au Canada⁶².

- Les résultats de ce programme sont mesurés par le nombre d'emplois créés et/ou préservés et par la valeur de levier associée à la contribution de la SODIMO pour chaque projet.

Programmes de développement du commerce international

- La croissance des marchés internationaux s'est imposée comme une priorité pour toutes les industries des médias culturels de l'Ontario en vue de compenser la taille limitée du marché intérieur et l'espace de plus en plus restreint sur le linéaire des produits culturels. Elle permet également d'exploiter les possibilités de diffusion numérique qui viennent bouleverser les modèles opérationnels traditionnels. Le nouveau plan stratégique de la SODIMO met en lumière l'appui efficace de l'organisme en faveur de l'accès aux marchés internationaux des entrepreneurs culturels de l'Ontario, tout en soulignant l'importance de continuer à développer de nouveaux marchés. Les programmes de développement du commerce international de la SODIMO incluent la prestation du Fonds de la SODIMO pour l'exportation et la mise en œuvre d'initiatives stratégiques sur les marchés qui offrent des débouchés commerciaux clairement identifiés. À ce titre, la SODIMO mène également des actions collaboratives comme le soutien au kiosque canadien à l'occasion de marchés internationaux.
- Faisant fond sur la rétroaction des parties prenantes, la SODIMO a regroupé toutes ses activités de soutien à l'exportation au sein d'un seul et unique Fonds pour l'exportation en 2006-2007. Ce soutien est accordé à l'appui d'un éventail d'activités menées sur une année, notamment la participation à des événements sectoriels et la réalisation de déplacements commerciaux ciblés. Ce programme offre aux entreprises ontariennes un soutien visant à favoriser l'accès au marché international, à accroître la proportion des ventes à l'international, à attirer les investissements en faveur de nouveaux projets et à appuyer l'exploitation commerciale des produits culturels.
- En 2012-2013, le Fonds de la SODIMO pour l'exportation a permis à 204 entreprises de participer à 356 marchés internationaux. Les programmes de développement du commerce international ont permis d'assurer une présence stratégique dans le cadre de 25 marchés, dont le Festival du film de Cannes, le MIPCOM, le Salon du livre de Francfort, le Nordic Co-Production and Finance Market et le South by Southwest Music Festival.
- La SODIMO mène également des activités stratégiques en matière de développement du commerce international sous la forme de missions sectorielles, de soutien aux pavillons/kiosques à l'occasion de marchés internationaux et d'occasions ciblées de réseautage interentreprises.
- Les résultats du Fonds pour l'exportation sont mesurés par le rendement du capital investi (à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO) et par le nombre de marchés étrangers auxquels ont participé les entreprises bénéficiaires. Les résultats en matière de développement du commerce international sont mesurés par le nombre de marchés au sein desquels la SODIMO a orchestré une présence stratégique.

Prix littéraire et Prix de poésie Trillium/Prix Trillium

⁶² Données datant de septembre 2013.

- Le Groupe du développement de l'industrie décerne le Prix littéraire et le Prix de poésie Trillium/Prix Trillium rendant hommage à l'excellence littéraire en Ontario. Sous la houlette de la SODIMO, un jury de pairs est chargé de sélectionner les ouvrages finalistes, puis les lauréats dans quatre catégories distinctes.
- À l'occasion de la 26^e édition annuelle du Prix Trillium, 390 candidatures ont été présentées. La SODIMO a organisé une lecture publique des auteurs finalistes la veille de la remise des prix. Le nom des lauréats a été annoncé à l'occasion d'une cérémonie réservée aux acteurs de l'industrie le 18 juin 2013. Michael Chan, ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport, a remis :
 - le Prix littéraire Trillium (langue anglaise) à Alice Munro pour *Dear Life: Stories*;
 - le Prix littéraire Trillium (langue française) à Paul Savoie pour *Bleu bémol*;
 - le Prix de poésie Trillium (langue anglaise) à Matthew Tierney pour *Probably Inevitable*;
 - le Prix du livre d'enfant Trillium (langue française) à Claude Forand pour *Un moine trop bavard*.
- La date limite de candidature pour la 27^e édition annuelle du Prix Trillium sera fixée dans le courant du quatrième trimestre 2013-2014 et les lauréats seront annoncés au premier trimestre 2014-2015.

Unité des productions cinématographiques

- L'Unité des productions cinématographiques agit en qualité de Bureau du cinéma de l'Ontario et propose des services visant à attirer les projets de production cinématographique et télévisuelle, ainsi que les activités de post-production, d'animation et d'effets visuels, en Ontario. Ces services prévoient notamment la prospection gratuite des extérieurs pour toutes les productions (nationales et étrangères) envisageant de tourner en Ontario, l'organisation de missions promotionnelles et de visites de familiarisation, ainsi que la prestation de services de facilitation et de dépannage à l'égard des productions réalisées dans la province. Cette unité a pour objectif de faire valoir les avantages de tourner en Ontario afin d'accroître l'activité de production cinématographique et télévisuelle de la province. Elle recueille en outre des statistiques sur cette activité de production. Au premier trimestre 2013-2014, l'Unité des productions cinématographiques a assuré des services de prospection à l'appui de 34 projets.
- L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario a réalisé son meilleur exercice en 2012 et battu une fois de plus son record en injectant 1,28 milliard de dollars dans l'économie provinciale, soit une hausse de 20 millions de dollars par rapport à l'année civile précédente. En outre, cette activité a contribué à créer près de 29 000 emplois directs et indirects à temps plein. Dans le sillage des résultats enregistrés l'an dernier, ce niveau d'activité de production est le plus élevé jamais enregistré dans les annales de l'organisme depuis sa création en 1986, et ce, malgré la force soutenue du dollar canadien, la concurrence agressive des autres provinces et pays et l'incertitude économique à l'échelle mondiale.
- En partenariat avec la ville de Toronto et avec l'appui de FilmOntario, la SODIMO tient un bureau de marketing à temps plein à Los Angeles, lequel mène des actions de promotion sur le terrain afin d'attirer les producteurs en Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de l'Ontario. Le bureau de Los Angeles continue d'apporter une précieuse contribution à l'activité de production étrangère en Ontario. En 2012-2013, cinq productions qui ont injecté 75 millions de dollars dans l'économie provinciale ont bénéficié du soutien de ce bureau. Ce

chiffre concerne les productions cinématographiques et télévisuelles qui constituaient des « prospects » démarchés à l'origine par le bureau de Los Angeles. La SODIMO est l'associé-gérant du bureau.

- Déjà primée, la Photothèque numérique des extérieurs continue d'étoffer sa collection d'images. Au 24 septembre 2013, cette base de données comptait 11 541 portefeuilles renfermant plus de 249 283 images. Ce système est exploité par les équipes de production locales indépendantes, les producteurs nationaux et internationaux et le personnel de la SODIMO, qui s'en sert pour créer des forfaits promotionnels (dont 124 au cours du premier trimestre 2013-2014). La base de données est sans cesse améliorée afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs, comme en témoigne le déploiement récent d'optimisations du système.
- En 2013-2014, le guide de production sera disponible pour la première sous la forme d'une base de données en ligne interrogeable.

Financement du Groupe du Festival international du film de Toronto (Toronto International Film Festival Group)

- La SODIMO est le mécanisme par lequel le gouvernement finance annuellement (815 000 dollars en 2013-2014) la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par Cinémathèque Ontario, conformément à un protocole d'entente tripartite signé entre le ministère, l'organisme et le Groupe du Festival international du film de Toronto (TIFFG).
- En 2013-2014, la SODIMO a également octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au Festival international du film de Toronto (TIFF). L'organisme a par ailleurs accordé 150 000 dollars au bureau de vente du TIFF durant le festival et 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF au titre du Programme de développement de l'industrie afin de soutenir et de promouvoir la présentation des films canadiens à travers l'Ontario. Enfin, la SODIMO a octroyé 20 000 dollars au festival pour enfants du TIFF au titre du Programme de développement de l'industrie.

Objectif n° 4 : Encourager la collaboration

Le plan stratégique de la SODIMO souligne également le franc succès remporté jusqu'à présent par la SODIMO sur le plan de la collaboration et l'importance de poursuivre dans cette voie pour favoriser la réussite future des industries des médias culturels de l'Ontario. Les programmes et activités décrits dans cette section encouragent la collaboration entre les acteurs des différentes industries de la création de l'Ontario.

En 2014-2015, la SODIMO continuera de chercher de nouveaux moyens de favoriser la collaboration au sein des industries des médias culturels, notamment en multipliant les occasions d'appuyer des activités collaboratives impliquant des entreprises technologiques qui jouent un rôle croissant dans les industries des médias culturels mais ne sont pas spécialisées dans la création de contenu.

Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création

- Bien que le budget de l'Ontario 2012 ait annoncé la clôture du Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création en 2011-2012, l'administration des projets au titre de ce fonds se poursuivra sur plusieurs années, jusqu'à leur achèvement.
- Le Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création est administré par la SODIMO en partenariat avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport.

- Ce fonds a permis d'appuyer des partenariats stratégiques misant sur des démarches et des solutions novatrices axées sur les priorités et les besoins des parties prenantes du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario. Les projets subventionnés relevaient des thèmes suivants : perfectionnement des compétences, innovation des affaires, renforcement de la capacité et promotion sur les marchés intérieurs et internationaux.
- De sa création en 2006 à sa clôture, le Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création a octroyé plus de 15 millions de dollars à l'appui de 94 projets impliquant 576 partenaires et dont les budgets ont totalisé 38,3 millions de dollars.
- Le personnel de la SODIMO continue de fournir des conseils, des directives et un soutien à l'appui d'anciens projets et organismes qui ont bénéficié du Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création (p. ex., 3DFlic, SIRT).

Programme de développement de l'industrie

- La SODIMO offre un soutien financier et stratégique ciblé aux associations professionnelles et aux organisateurs d'événements au titre des activités propices au développement des affaires dans les six industries des médias culturels de l'Ontario.
- En 2012-2013, ce programme a appuyé 52 initiatives, notamment le Film Circuit du Festival international du film de Toronto, le Book Summit, InPlay, MagNet, le Banff World Media Festival, la Toronto International Stereoscopic 3D Conference, le Digifest, la Canadian Music Week et Game-On Finance. Les participants au programme ont déclaré avoir noué 36 304 nouvelles relations professionnelles.
- Les résultats de ce programme sont mesurés par le nombre d'initiatives subventionnées et le nombre de relations nouées par les participants.

Activités menées à l'instigation de la SODIMO

- La SODIMO travaille avec les parties prenantes de l'industrie afin de proposer des activités collaboratives intersectorielles. À titre d'exemple, citons *De la page à l'écran* qui permet aux producteurs de cinéma et de télévision de rencontrer des représentants de maisons d'édition de l'Ontario à l'occasion d'une série d'entretiens particuliers. Au cours des six dernières années, ce programme a orchestré plus de 1 900 entretiens professionnels et servi d'intermédiaire à 23 contrats d'adaptation. En 2012-2013, 66 entreprises ont participé à plus de 400 entretiens. À l'occasion de *Music Makes It!* de la SODIMO, 60 sociétés des industries ontariennes de l'édition de musique et de la production de contenu pour écran ont pris part à une série d'entretiens particuliers préorchestrés dans le but de débattre de l'exploitation sous licence de musique ontarienne dans le cadre de productions cinématographiques, télévisuelles, interactives et publicitaires. L'événement a permis de générer des pistes commerciales de grande qualité ouvrant de nouvelles perspectives d'affaires lucratives.
- Ces événements encouragent la conclusion de partenariats à l'échelle des industries des médias culturels dans l'optique de stimuler l'innovation, la productivité et la croissance de ces secteurs. Ils contribueront également à lever les obstacles entre les secteurs et permettront d'articuler leurs actions autour de perspectives d'affaires communes. Autre événement majeur en faveur de la collaboration, la conférence Dialogue numérique est organisée tous les ans par la SODIMO et se tiendra au quatrième trimestre 2013-2014. L'édition 2012-2013 du Dialogue numérique a accueilli près de 300 parties prenantes, lesquelles ont jugé qu'il s'agissait d'une occasion précieuse pour rencontrer les

créateurs de contenu de différents secteurs. Parmi les participants ayant rempli un formulaire de rétroaction, 79 p. 100 ont déclaré avoir noué de nouvelles relations professionnelles utiles. Mettant à profit la popularité de la conférence annuelle Dialogue numérique, la SODIMO a lancé en 2012-2013 une série de petits déjeuners organisés tout au long de l'année pour faire office de forum d'échange continu entre les décideurs des industries des médias culturels.

Objectif n° 5 : Faire preuve d'un solide leadership pour ce qui est de faire progresser les industries des médias culturels de l'Ontario

Les programmes et activités ci-après contribuent spécifiquement à l'adoption d'un modèle de leadership fort et innovant en garantissant la prestation efficace des programmes, en exploitant les technologies actuelles de communication numérique et en faisant office de centre d'information pour les parties prenantes et le gouvernement. Cependant, toutes les activités de la SODIMO concourent à notre objectif de devenir un leader en ce qui concerne aussi bien le modèle opérationnel de l'organisme que les programmes et services qu'il fournit.

La SODIMO se félicite de sa capacité à offrir un excellent service à la clientèle et s'est souvent distinguée aux yeux des parties prenantes pour son agilité et sa réactivité à l'égard de ses offres de programme et de service, en comparaison des autres instances gouvernementales auxquelles ils ont affaire. Dans un souci permanent d'améliorer son service à la clientèle, la SODIMO a réalisé en 2011-2012 un sondage sur la satisfaction de sa clientèle visant à identifier les domaines d'excellence et les besoins. L'organisme se fonde sur ces résultats pour perfectionner ses activités sur l'exercice en cours, ainsi qu'en 2014-2015. En outre, la SODIMO a entrepris une étude organisationnelle destinée à évaluer la convergence optimale de ses ressources humaines. Un examen des processus administratifs visant à optimiser l'efficacité des activités et la productivité de l'organisme débutera au troisième trimestre 2013-2014. Les recommandations formulées à l'issue de ces examens seront étudiées en vue de leur application en 2014-2015. Tout au long de l'année, nous continuerons également de travailler à la mise en œuvre du nouveau plan stratégique de la SODIMO aux côtés des parties prenantes du gouvernement et de l'industrie.

Par ailleurs, nous nous engageons à maintenir le dialogue avec les parties prenantes de l'industrie de façon à garantir la capacité d'adaptation de l'organisme à la nature fluctuante des industries des médias culturels au fil de leur évolution. Cette démarche est menée de façon formelle par l'entremise des comités consultatifs des industries décrits précédemment, ainsi qu'à l'occasion de réunions régulières et d'interactions quotidiennes avec la clientèle.

Activités de communication

- En 2013-2014, la SODIMO a continué d'intégrer les médias sociaux à sa trousse d'outils de communication, contribuant ainsi à renforcer son image d'organisme culturel à la pointe de la technologie. La SODIMO a élaboré des protocoles permettant d'exploiter la puissance des médias sociaux et bénéficie ainsi d'occasions constantes de faire le lien avec les parties prenantes, le gouvernement, la communauté ontarienne diversifiée du secteur de la création et la clientèle des industries des médias culturels. En hausse, le score Klout de la SODIMO (qui mesure l'influence en ligne de l'organisme) est passé l'an dernier de 45 à 56.
- La SODIMO continue de faire fond sur sa campagne de sensibilisation 2011 couronnée de succès, intitulée « We've Got it Going ON » (ON met la culture en marche). En 2012-2013, la SODIMO a notamment tourné une nouvelle vidéo d'entreprise dans laquelle des acteurs majeurs des industries de l'édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques répondent à la question « Que représente la SODIMO? ». Les témoignages filmés en toute franchise mettent efficacement en

lumière le rôle joué par l'organisme en faveur du renforcement de l'économie ontarienne. Cette vidéo a été diffusée à l'occasion d'une sélection d'événements de la SODIMO et reste disponible sur la chaîne YouTube de l'organisme.

- En outre, la SODIMO s'est engagée à fournir un site Web vivant sur lequel les renseignements concernant tous ses programmes et services sont accessibles tous les jours 24 heures sur 24 et à mettre au point des outils de formation visant à renforcer les possibilités d'apprentissage offertes aux producteurs de contenu de l'Ontario, quel que soit l'endroit où ils vivent dans la province.
- Le service des communications, appuyé par le reste de l'organisme, poursuit l'expansion de ses services et programmes au profit des minorités ethnoculturelles et d'autres groupes ayant des intérêts/besoins particuliers. Par exemple, la SODIMO continue de subventionner la remise des prix annuels de la Canadian Ethnic Media Association, l'Abilities Arts Festival, le Toronto Reel Asian International Film Festival et le ReelWorld Film Festival en 2013-2014. La SODIMO mènera des activités similaires l'an prochain.
- Un plan de communication complet est disponible à partir de la page 69.

Recherche sectorielle

- En 2013-2014, la SODIMO a continué d'offrir des subventions à la recherche aux organismes sans but lucratif admissibles dans le cadre d'études venant étoffer la base de connaissances des industries des médias culturels, de travaux de recherche commandés par la SODIMO et d'un projet conjoint d'évaluation du rendement mené en collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport. Ces subventions ont également servi à recueillir des statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario, à réaliser une analyse de la conjoncture et un suivi des questions importantes touchant les industries des médias culturels, à étoffer la Bibliothèque de recherche en ligne de la SODIMO, à préparer des profils sectoriels complets concernant les six secteurs desservis et à organiser la Vitrine de la recherche annuelle.
- En 2013-2014, la SODIMO tient son engagement en faveur de l'amélioration des processus en intégrant la présentation des demandes de subvention à la recherche au sein du Portail de demande en ligne (PDL). Le module correspondant a été activé sur le site d'essai du PDL en novembre 2013 et sera lancé sur le site public d'ici la fin de l'exercice 2013-2014.
- Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2013-2014, la SODIMO a reçu 26 demandes de subvention à la recherche et s'est engagée à financer 14 projets. Une dernière date limite de présentation des demandes est fixée au mois de mars 2014.
- En partenariat avec l'industrie, la SODIMO a réalisé huit études publiées en 2012-2013. Au cours des deux premiers trimestres 2013-2014, les études suivantes ont été publiées et mises à la disposition du public sur le site Web et dans la Bibliothèque de recherche en ligne de la SODIMO :
 - Kidsmediacentre – *An Ethical Framework for Marketing and Monetizing Digital Content Media for a 'self-published' Children's/Youth Audience*, 12 septembre 2013.
 - The Association for Art and Social Change – *A Re-Imagined Book Fair*, 8 août 2013.
 - Documentaristes du Canada – *Toute la vérité 5*, 18 juin 2013.
 - ACTRA-Toronto – *TiP Legacy Project*, 13 juin 2013.

- Au troisième trimestre 2013-2014, l'étude commandée par la SODIMO concernant l'impact économique de l'industrie de l'édition de livres en Ontario a été publiée. Elle actualise les données économiques concernant le poids de l'industrie de l'édition de livres appartenant à des intérêts canadiens en Ontario.
- La SODIMO continue de collaborer avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport dans le cadre d'un projet de recherche conjoint visant à évaluer le rendement de la SODIMO (le « projet d'évaluation du rendement »). En 2013-2014, la SODIMO entamera également la première des deux phases d'inventaire et d'évaluation des ensembles de données en sa possession.
- Les statistiques de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario pour l'année civile 2013 seront compilées au quatrième trimestre 2013-2014.
- La Vitrine de la recherche 2013 de la SODIMO s'est tenue le 9 avril au salon Bram et Bluma Appel de la Bibliothèque de référence de Toronto. Soixante-quinze participants, parmi lesquels figuraient des chercheurs subventionnés, des invités issus des industries des médias culturels de l'Ontario et des partenaires gouvernementaux, ont assisté à de brèves présentations des travaux de recherche réalisés dans le domaine des industries des médias culturels et ont pu faire du réseautage intersectoriel.
- En 2009, la SODIMO a lancé sa Bibliothèque de recherche en ligne interrogeable renfermant des renseignements qui ont trait aux industries des médias culturels et qui sont susceptibles d'en intéresser les acteurs. Cette bibliothèque est accessible tous les jours 24 heures sur 24, et ce, gratuitement. Au 24 septembre 2013, la Bibliothèque de recherche en ligne contenait 281 études nationales et internationales. Par ailleurs, 268 visiteurs uniques ont effectué 1 052 recherches au cours du premier semestre 2013-2014.
- En 2013-2014, la SODIMO continue de réviser et de publier sur son site Web des profils sectoriels complets concernant chaque industrie des médias culturels. Un nouveau protocole de publication HTML sera mis en place afin de rendre la mise à jour des profils plus efficace et plus souple. Ces profils permettent aux parties prenantes et au gouvernement de consulter des renseignements actualisés régulièrement concernant la taille et l'impact des industries, tout en présentant les tendances et les enjeux majeurs auxquels elles sont confrontées.
- Toujours en 2013-2014, la SODIMO a été invitée à rejoindre le Groupe de travail sur les statistiques culturelles sous la houlette du ministère du Patrimoine canadien.
- Les objectifs fixés par la SODIMO dans son plan de recherche 2014-2015 sont les suivants :
 - Continuer de financer les travaux de recherche de l'industrie par l'entremise du programme de subventions à la recherche
 - Organiser une Vitrine de la recherche 2014 (T1 2014-2015)
 - Réaliser une analyse de la conjoncture et un suivi des questions importantes touchant les industries des médias culturels
 - Mettre régulièrement à jour les profils sectoriels
 - Continuer d'étoffer la Bibliothèque de recherche en ligne
 - Participer au Groupe de travail sur les statistiques culturelles du ministère du Patrimoine canadien
 - Compiler des statistiques annuelles de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario

- Collaborer avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport afin de mener à bien le projet conjoint d'évaluation du rendement
- Réaliser deux projets de recherche commandés par la SODIMO :
 - 1) Deuxième phase du projet d'analyse des données de la SODIMO :
 - Examen des ensembles de données de la SODIMO (y compris ceux portant sur les crédits d'impôt et les fonds sectoriels) visant à formuler des recommandations quant aux moyens susceptibles d'aider la SODIMO à mieux comprendre et servir ses parties prenantes à la lumière de ces renseignements
 - 2) Étude exhaustive des modèles de distribution (alternatifs et nouveaux) au sein des industries des médias culturels

Évaluation du rendement du conseil d'administration

Le conseil d'administration de la SODIMO et son Comité de gouvernance ont classé l'évaluation du rendement du conseil au rang des priorités pour l'exercice 2014-2015. Bien qu'il s'agisse d'une pratique de bonne gouvernance reconnue, aucune évaluation de ce type n'a jamais été menée à la SODIMO. Les activités planifiées prévoient un examen de l'assiduité aux réunions des membres du conseil et l'élaboration de normes en la matière; un examen des règlements du conseil; et l'élaboration et la mise en œuvre d'un outil d'évaluation mesurant le rendement global du conseil, notamment au niveau stratégique et opérationnel, ainsi que sur le plan du leadership et de la contribution des membres. Un expert indépendant sera recruté au titre du dernier volet afin de garantir le respect des normes de l'industrie, l'absence d'attribution et l'objectivité du processus. Cette mesure fait office d'outil d'auto-évaluation interne sur lequel le conseil d'administration s'appuiera pour guider les activités et orientations futures. Il ne sera donc pas diffusé auprès du grand public.

Vue d'ensemble des programmes et activités futurs

Fonds ontarien de promotion de la musique

À compter de l'exercice 2013-2014, la SODIMO gèrera le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) doté de 45 millions de dollars sur trois ans, dont la création a été annoncée dans le budget de l'Ontario 2013 et a reçu l'approbation du Conseil des ministres à la fin du mois d'août. Le FOPM sera administré par le nouveau Bureau ontarien de promotion de la musique créé au sein de la SODIMO. Les programmes actuels de la SODIMO dans l'industrie de la musique seront suspendus en 2014-2015, dans la mesure où les auteurs d'une demande pourront être admissibles au FOPM au titre d'activités similaires. La transition vers le nouveau fonds des engagements de la SODIMO en vigueur et en cours de traitement dans l'industrie de la musique demandera encore du travail en 2013-2014. La SODIMO dispose de sept postes ETP supplémentaires à l'appui du FOPM, auxquels s'ajoutera le poste ETP dédié à l'actuel Fonds de musique de la SODIMO. Le nouveau fonds sera lancé à l'automne 2013 et son déploiement se poursuivra en 2013-2014, avec l'élaboration des lignes directrices, des processus administratifs et des composants connexes au sein du Portail de demande en ligne, de la base de données interne et d'autres systèmes informatiques de la SODIMO. Ce programme devrait faire l'objet d'une forte demande : étant donné l'envergure du FOPM, les demandes à ce titre viendront multiplier au moins par deux le volume moyen reçu annuellement par la SODIMO pour l'ensemble de ses programmes de financement. La SODIMO prend des mesures pour anticiper les répercussions sur son fonctionnement, dont l'augmentation massive des interactions avec les parties prenantes et du temps de gestion alloué.

Le FOPM comporte quatre volets de programme :

Développement des entreprises du secteur de la musique : vise à favoriser le développement d'entreprises performantes, innovantes et pérennes au sein du secteur ontarien de la musique; ce volet de programme sera accessible aux entreprises canadiennes du secteur de la musique, dont les maisons de disques, les éditeurs de musique, les imprésarios et les gérants de musiciens, et appuiera les activités d'enregistrement, de production, de marketing, de promotion, de présentation, d'exportation et de développement commercial. Le montant maximum du financement par société s'élèvera à 1,5 million de dollars.

Développement des talents : vise à promouvoir l'entrepreneuriat et l'essor de nouvelles entreprises, ainsi qu'à soutenir le développement et la mise en valeur de la diversité musicale de l'Ontario; ce volet de programme sera accessible à un panel diversifié de petites entreprises du secteur de la musique afin de les aider à développer et à promouvoir leurs artistes. Il permettra également de mettre en avant des genres et des communautés plus marginaux et d'appuyer les activités d'enregistrement sonore, de marketing et de promotion, de tournée/présentation et de développement commercial. Le montant maximum du financement par société s'élèvera à 50 000 dollars.

Promotion des concerts : vise à favoriser l'essor des expériences de musique en direct; ce volet de programme aidera les promoteurs et diffuseurs de musique, les gérants de musiciens, les imprésarios et certaines salles de concert à élargir la programmation de concerts mettant en vedette des artistes canadiens. Au titre des activités admissibles figureront la programmation, la tenue et la promotion de spectacles musicaux dans des festivals, des salles de concert et à l'occasion d'événements musicaux particuliers. Le montant maximum du financement pour chaque catégorie (par plan financier et par projet) s'élèvera à 250 000 dollars.

Développement de l'industrie de la musique : vise à renforcer et à élaborer les structures et les systèmes de soutien qui permettront à l'Ontario de se positionner comme chef de file du secteur de la musique sur la scène internationale en appuyant les associations professionnelles et les consortiums de l'industrie de la musique. Ce volet de programme appuiera les projets qui élargissent le rayonnement de l'industrie et multiplient les possibilités de perfectionnement professionnel, d'innovation numérique, d'éducation/de formation, de développement des exportations et de renforcement communautaire au sein l'industrie. Le montant maximum du financement par auteur d'une demande s'élèvera à 350 000 dollars.

Les volets du nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique rejoignent divers objectifs de l'organisme, comme l'illustre le plan des activités figurant à la page 28. Toutefois, un cadre d'évaluation du rendement spécifique a été élaboré en raison de la taille et du champ d'application du fonds.

Fonds pour la collaboration et l'innovation

En 2014-2015, en réponse à la fluctuation constante du marché, à la fusion continue du contenu entre secteurs et plateformes et à l'évolution des modèles opérationnels, la SODIMO collaborera avec le ministère et les parties prenantes afin de mettre au point et de lancer un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation, dont le premier cycle de financement est prévu pour l'exercice 2015-2016. Les fonds à l'appui de cette initiative seront réaffectés à partir de ressources existantes. À ce stade, il est prévu d'ouvrir ce nouveau fonds à tous les secteurs et de permettre aux entreprises d'opter pour la présentation d'une demande de financement au titre du nouveau programme ou d'autres volets de programme existants, selon la solution la mieux adaptée à leur modèle opérationnel et à leur projet/objectif en particulier. Le programme sera lancé début 2015, mais les premiers engagements budgétaires porteront uniquement sur l'exercice financier 2015-2016. L'orientation de ce nouveau volet de programme a été définie par le conseil d'administration de la SODIMO et s'avère conforme au plan stratégique de l'organisme. La SODIMO présentera les détails de ce programme au ministère à mesure de leur élaboration.

Le Fonds pour la collaboration et l'innovation de la SODIMO appuiera des projets qui sont en adéquation avec le mandat de la SODIMO mais sortent présentement des paramètres des programmes en cours, dans l'optique de favoriser l'émergence d'entreprises de nouvelle génération au sein du secteur du divertissement et de la création en Ontario. Pour relever les défis et profiter des occasions en lien avec l'économie numérique, les entrepreneurs culturels de l'Ontario doivent explorer sans cesse de nouvelles propositions de valeur et étudier l'état actuel des modèles opérationnels. La SODIMO a réussi le pari de promouvoir l'expérimentation et la transformation dans le secteur numérique grâce à l'éventail de ses programmes et fonds existants, mais l'organisme reconnaît que les outils actuels de financement sectoriel ne lui permettent pas de soutenir bon nombre de projets intéressants et de nouvelles propositions commerciales recoupant plusieurs secteurs/plateformes ou impliquant des partenariats non traditionnels. Le nouveau fonds répondra à ce besoin naissant et décuplera les avantages connexes, transformant les défis les plus impressionnants en occasions stimulantes pour les industries des médias culturels de la province, sans supprimer pour autant les outils actuels qui sont bien connus des parties prenantes, d'une part, et qui permettent de concrétiser efficacement les objectifs de développement économique de l'organisme, d'autre part. Ce fonds renforcera la capacité de la SODIMO à appuyer les objectifs stratégiques essentiels du gouvernement, y compris : le soutien en faveur de l'innovation et de l'entrepreneuriat, la transformation des idées en biens et en services et la stimulation de la croissance et de la productivité. Il contribuera également à préserver la compétitivité de l'Ontario et à renforcer notre position de leader mondial sur la scène numérique, démontrant ainsi la solide capacité des programmes gouvernementaux à favoriser la croissance économique et la création d'emplois.

Activités permettant de se faire le champion des industries des médias culturels

La SODIMO continue de travailler aux côtés des parties prenantes de l'industrie afin d'identifier les enjeux pertinents les concernant et de les aider à en faire part aux ordres compétents du gouvernement. En 2012-2013, la SODIMO a formulé des commentaires pour appuyer la Canadian Media Production Association dans le cadre de sa consultation concernant la politique de production régionale du Fonds des médias du Canada. En 2012-2013, ces activités ont inclus jusqu'à présent : la transmission de commentaires au sujet de la politique sur les artistes principaux du ministère du Patrimoine canadien; l'envoi d'une lettre d'appui concernant l'examen des marchés non réglementés de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario; l'envoi d'une lettre d'appui concernant l'enquête de la CMPA relative à l'interprétation de la clause des droits de diffusion associés aux super-licences figurant dans l'Entente commerciale du Fonds des médias du Canada; et la transmission de commentaires dans le cadre de la consultation du Fonds des médias du Canada concernant de nouveaux principes directeurs des programmes.

VI. Ressources nécessaires à la réalisation des objectifs

Les états financiers ainsi que les descriptions des programmes et services figurant dans le présent plan d'activités reposent sur un budget de statu quo pour l'exercice 2014-2015, sans renouvellement du financement au titre du Fonds pour les produits MIN. L'augmentation du financement de base de la SODIMO portée au budget provincial 2010 a permis à l'organisme de préserver sa précieuse stabilité budgétaire et d'entreprendre une planification à long terme du soutien offert aux industries des médias culturels. Cependant, en l'absence de renouvellement des subventions au titre du Fonds pour les produits MIN, les ressources actuelles de la SODIMO ne lui permettent pas de préserver l'éventail actuel de ses programmes et activités.

L'une des principales préoccupations de la SODIMO en 2014-2015 reste le maintien du Fonds pour les produits MIN. Créé en 2004-2005, ce fonds a confirmé son fort impact dans un secteur important et florissant de l'économie ontarienne. Un financement de 7 millions de dollars avait

été octroyé par le gouvernement sur une période de quatre ans qui s'est achevée en 2011-2012. Cet engagement n'a pas été renouvelé dans les budgets provinciaux 2012 et 2013. Sans cet investissement, le financement de base de la SODIMO ne lui permet pas de soutenir l'ensemble de ses secteurs de manière prévisible et stratégique. La SODIMO prépare actuellement un dossier d'analyse demandant le renouvellement de ce financement afin de perpétuer le Fonds pour les produits MIN dont les résultats sont probants, tout en maintenant le soutien financier à l'appui d'autres fonds sectoriels importants. À défaut, la SODIMO dotera le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de dollars au titre de l'exercice 2014-2015. Pour ce faire, l'organisme devra puiser dans ses réserves de trésorerie et prélever environ 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique qui sont suspendus suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique. Si l'engagement financier n'est pas renouvelé, la SODIMO espère que le ministère sera une nouvelle fois en mesure de verser une contribution ponctuelle au titre du Fonds pour les produits MIN afin d'apporter son soutien à ce secteur important offrant un très haut rendement. Si le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport n'est pas en mesure de combler ce moins-perçu, une décision devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes.

Une évaluation menée en 2011 confirme que le Fonds pour les produits MIN constitue un outil unique et efficace à l'appui d'un secteur clé en plein essor. Depuis 2012-2013, le Fonds pour les produits MIN a octroyé un financement de 13 millions de dollars au titre de 120 projets, lesquels ont créé plus de 800 emplois et induit plus de 49 millions de dollars en dépenses de production en Ontario. Ces projets ont également permis d'engranger plus de 56 millions de dollars de recettes directes, sachant que ce chiffre continuera de croître à mesure que d'autres projets subventionnés s'achèveront⁶³. La SODIMO ne peut maintenir le Fonds pour les produits MIN sans obtenir un apport supplémentaire de la part du gouvernement, sans puiser dans ses réserves de trésorerie et/ou sans réduire le soutien essentiel offert par l'organisme à d'autres industries. Nous sommes persuadés que le financement de l'industrie dynamique et florissante des produits multimédias interactifs numériques en Ontario offrira le meilleur avantage économique à long terme pour la province. À nos yeux, le Fonds pour les produits MIN joue également un rôle crucial en faveur de la recherche et du développement à l'échelle du secteur tout entier : il garantira que toutes les industries des médias culturels de l'Ontario continuent d'innover et de se montrer compétitives sur la scène internationale. Par ailleurs, cette évaluation a constaté qu'au vu du niveau actuel des demandes non satisfaites, des prévisions de croissance de l'industrie et des possibilités d'élargissement des activités admissibles, ce Fonds devrait être beaucoup plus conséquent et permettre de ce fait d'obtenir des résultats proportionnellement supérieurs à l'échelle du secteur et de la province.

De manière générale, la SODIMO a augmenté considérablement le nombre, la valeur et la complexité des programmes et services offerts ces dernières années. L'organisme a élargi son rôle sur plusieurs plans : relations avec les parties prenantes, contribution à l'élaboration des politiques, recherche et analyse sectorielles, marketing et promotion, et sensibilisation pour le compte des secteurs de la création auprès d'autres ordres du gouvernement. Les fonds et les crédits d'impôt ont été renforcés, tandis que les volumes de demande et les niveaux d'activité se sont nettement accrus. En outre, bon nombre de nos programmes comportant des engagements pluriannuels, nous devons gérer chaque année les dossiers des années précédentes en plus des nouvelles demandes retenues, de sorte que le fardeau administratif s'alourdit de façon exponentielle. Par exemple, même si le gouvernement de l'Ontario a annoncé la clôture du Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création en 2011-2012, la SODIMO est toujours responsable de l'administration des projets en cours et de la présentation des rapports exigés jusqu'à leur achèvement.

Les effectifs de l'organisme sont hautement qualifiés et extrêmement compétents dans leurs domaines de service respectifs et sont entièrement dévoués au service public et aux parties prenantes qu'ils servent. Cependant, ces ressources humaines sont désormais exploitées au-delà des

⁶³ SODIMO. Statistiques des programmes, 2012-2013.

limites du raisonnable en vue d'atteindre les résultats attendus des programmes. La SODIMO a également bien conscience des normes à satisfaire en termes de contrôle et de reddition de comptes en sa qualité d'organisme du secteur public et d'administrateur des fonds publics. Nous prêtons une grande attention au respect de nos obligations aux termes de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert, d'une part, et de nos protocoles d'entente avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et le ministère des Finances, d'autre part. La SODIMO reçoit d'ailleurs chaque année des opinions sans réserve du vérificateur. Cependant, la hausse substantielle du volume et de la complexité des demandes reçues sans augmentation connexe des ressources chargées de gérer ces dossiers met en péril notre capacité à maintenir ce niveau d'exigence tout en satisfaisant nos obligations croissantes en matière de reddition de comptes.

L'organisme est reconnaissant de la création de cinq postes ETP temporaires d'agent(e) des questions financières liées aux crédits d'impôt. Bien que ces ETP supplémentaires constituent une aide précieuse, la SODIMO manque toujours d'effectifs dans d'autres secteurs. Dans la mesure du possible, nous continuerons de chercher des moyens d'améliorer l'efficacité de nos processus administratifs et de revoir l'affectation des ressources en fonction des besoins, à mesure que d'autres projets prendront fin. La SODIMO continuera de travailler aux côtés du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport afin d'améliorer le rendement et d'accroître les ressources de façon à éviter que la position de leader occupée par l'Ontario dans le secteur de la création de contenu soit menacée.

III. Résumé des prévisions financières

ORGANISME : SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO	RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES					
	2012-2013	2013-2014	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	REEL	BUDGET	REEL PROJETÉ	BUDGET	PRÉVISION	
PROVINCE DE L'ONTARIO						
MTCs - Fonctionnement (y compris l'entretien)	22 950 300	22 950 300	22 950 300	22 950 300	22 950 300	22 950 300
MTCs - Fonds pour les produits MIN (note 2)	1 000 000		1 000 000	0	0	0
MTCs - Fonds ontarien de promotion de la musique (note 2)	0		14 870 000	15 000 000	15 000 000	0
MTCs - Produits constatés d'avance - Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création	1 030 668		0	0	0	0
MTCs - Produits constatés d'avance - Prix Écrans canadiens (note 3)	0		75 000	75 000	75 000	0
MTCs - Produits constatés d'avance - Campagne de sensibilisation	187 179		0	0	0	0
MTCs - Autre (Initiative pour la publication de livres francophones)	130 000		40 000	40 000	40 000	40 000
1> TOTAL DU FINANCEMENT PROVINCIAL	25 298 147	22 950 300	38 935 300	38 065 300	38 065 300	22 990 300
AUTRES FONDS GOUVERNEMENTAUX						
(préciser le nom du programme, l'organisme gouvernemental et la période de financement)						
2> TOTAL DES AUTRES FONDS GOUVERNEMENTAUX	0	0	0	0	0	0
RECETTES PROPRES						
Cotisations des membres						
Dons et cadeaux de particuliers (valeur comptable)						
Commandites d'entreprise						
Entrées						
Événements spéciaux						
Location d'installations						
Frais d'éducation/de programme						
Vente de programmes/produits/savoir-faire						
Restauration						
Boutique de cadeaux/de détail						
Stationnement						
Revenu de placements	324 182	275 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Subventions non gouvernementales						
Autre (préciser la source : p. ex., transferts de fonds, réserve/fonds affectés) :						
- Frais d'administration des crédits d'impôt	1 195 526	1 170 000	1 335 000	1 210 000	1 210 000	1 210 000
- Rendement du capital investi au titre des programmes d'aide	60 963	152 500	76 000	101 000	101 000	101 000
- Autres recouvrements des coûts partagés	229 377	214 000	221 500	221 500	221 500	221 500
3> TOTAL DES RECETTES PROPRES	1 810 048	1 811 500	1 982 500	1 882 500	1 882 500	1 882 500
4> TOTAL DES RECETTES : 1+2+3	27 108 195	24 761 800	40 917 800	39 947 800	39 947 800	24 872 800
DÉPENSES						
Salaires et avantages sociaux (note 8)	6 260 017	6 622 540	6 866 250	7 076 635	6 988 668	6 428 441
Subventions – exercice en cours	18 072 826	16 083 000	30 152 384	30 800 000	30 800 000	16 800 000
Subventions – exercice précédent (note 4)	6 890 778	6 059 067	0	0	0	0
Prestation de programmes	1 372 362	1 502 000	1 986 500	2 046 000	2 046 000	1 756 000
Administration (note 7)	973 507	1 067 924	1 360 708	1 199 941	1 223 940	1 183 419
Restauration						
Boutique de cadeaux/de détail						
Occupation/location	661 570	756 915	702 923	735 861	750 578	765 590
Entretien/services publics						
Parc automobile et sécurité						
Collecte de fonds et développement des adhésions						
Marketing et communication	672 493	674 500	785 000	745 000	745 000	725 000
Autre (préciser) :						
Déduction : Jalons des exercices futurs dans le cadre des subventions de l'exercice en cours/précédent (note 4)		-6 085 000				
Déduction : Réduction des dépenses de programmes pour équilibrer le budget (note 11)						-973 176
5> TOTAL DES DÉPENSES	34 903 553	26 680 946	41 853 765	42 603 437	42 554 186	26 685 273
Excédent (déficit) du résultat net : 4-5	-7 795 358	-1 919 146	-935 965	-2 655 637	-2 606 386	-1 812 473
Amortissement de l'apport reporté pour dépenses en immobilisations	0	0	0	0	0	0
Réintégration : Dépenses immobilisées sous « 5> Total des dépenses » (note 6)	127 546	352 000	160 000	160 000	160 000	160 000
Amortissement des immobilisations (note 6)	-285 701	-352 000	-160 000	-160 000	-160 000	-160 000
Excédent (déficit) du résultat net après amortissement (note 9)	-7 953 513	-1 919 146	-935 965	-2 655 637	-2 606 386	-1 812 473
Actif (déficit) net, début d'exercice	16 493 112	13 821 679	8 539 599	7 603 634	4 947 997	2 341 611
Actif (déficit) net, fin d'exercice (note 10)	8 539 599	11 902 533	7 603 634	4 947 997	2 341 611	529 137

Notes :

- (1) La colonne relative au budget 2013-2014 correspond aux instructions du plan d'activités 2013-2014. Comme le budget final de la SODIMO a été approuvé en mai 2013, le plan d'activités reflétait seulement des estimations pour l'exercice 2013-2014 disponibles en janvier 2013. Les chiffres réels projetés sont fondés sur les résultats réactualisés au T2 2013-2014.
- (2) Les recettes du Bureau ontarien de promotion de la musique (14,87 millions de dollars) et celles du Fonds pour les produits MIN (1 million de dollars) n'ont pas été incluses dans le plan d'activités 2013-2014.
- (3) Les produits constatés d'avance en 2014-2015 correspondent au dernier montant annuel du financement triennal reçu en 2012-2013 au titre des prix Écrans canadiens.
- (4) Les engagements de programmes ont fait l'objet d'un traitement comptable dans le cadre d'un plan d'activités avant la mise à jour de la politique sur les paiements de transfert dont l'actualisation avait pour objectif de satisfaire aux nouvelles normes comptables pour le secteur public. Les chiffres réels projetés ne présument aucun engagement de report; l'intégralité des montants des paiements de transfert (c.-à-d. subventions et prêts récupérables) figure à l'aligne budgétaire « Subventions – exercice en cours ».
- (5) Les 15 millions de dollars du Fonds ontarien de promotion de la musique sont notamment alloués à des subventions de l'industrie et à l'administration de programmes. Une mise en œuvre en milieu d'exercice entraînera des dépenses d'administration de seulement 0,87 million de dollars sur 1 million de dollars.
- (6) Le montant des acquisitions d'immobilisations avoisine celui de l'amortissement. Il est supposé que les deux valeurs sont égales pour les exercices 2013-2014 à 2016-2017.
- (7) Les dépenses d'administration pour l'exercice 2014-2015 supposent une augmentation de 2 % au titre de l'inflation au cours de 2013-2014.
- (8) Les salaires et avantages sociaux supposent une augmentation de 2 % au titre des mouvements au sein des échelons de rémunération existants pour le personnel de l'unité de négociation.
- (9) Pour l'exercice 2014-2015, le déficit de 2,655 millions de dollars suppose de puiser 2 millions de dollars dans les réserves de trésorerie afin de doter le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de dollars. Si le gouvernement ne renouvelle pas son soutien au titre du Fonds pour les produits MIN et que le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCs) est incapable de combler ce moins-perçu, une décision devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes.
- (10) Composition de l'actif net : actif net = actif net non affecté + immobilisations. Il est considéré que l'actif net non affecté correspond aux réserves de trésorerie de la SODIMO. Le montant des immobilisations devrait s'élever à 0,529 million de dollars au cours de la période. En conséquence, l'actif non affecté est prévu comme suit : [2013-2014 : 7,604 M \$ - 0,529 M \$ = 7,075 M \$; 2014-2015 : 4,948 M \$ - 0,529 M \$ = 4,419 M \$; 2015-2016 : 2,341 M \$ - 0,529 M \$ = 1,812 M \$]
- (11) Selon les hypothèses actuelles, il serait nécessaire de réduire les dépenses des programmes existants de 0,9 million de dollars afin d'équilibrer le budget en 2017-2018.

Parvenir à un budget équilibré

Lorsque la SODIMO a reçu un financement stable en 2010-2011, l'organisme a indiqué au ministère que, bien que ces fonds soient appréciés, le montant versé était insuffisant pour perpétuer les programmes en leur état actuel et que, dans la mesure du possible, les réserves de trésorerie non engagées seraient utilisées pour compenser la différence. Depuis, les réserves de trésorerie non engagées ont été principalement utilisées pour maintenir le Fonds pour les produits MIN et pour rémunérer les ETP temporaires supplémentaires au sein du service des programmes de crédits d'impôt. Grâce à la gestion financière prudente exercée par l'organisme et son conseil d'administration, la SODIMO est parvenue à maîtriser et à limiter les coûts, en dépit de la nette augmentation du volume de demandes et de l'accroissement des niveaux d'activité. Afin de maintenir les niveaux actuels en matière de prestation de programmes et de services, la SODIMO prévoit actuellement un déficit des recettes par rapport aux dépenses au cours des trois prochains exercices. La grande majorité (77 p. 100) de ce déficit est directement imputable aux coûts du maintien du Fonds pour les produits MIN en l'absence du renouvellement du financement gouvernemental. Bien qu'un dossier d'analyse ait été préparé pour appuyer le renouvellement du financement de ce programme et que le ministre ait formé une table ronde pour les produits MIN en vue d'étudier d'autres stratégies de financement, le présent plan d'activités envisage le scénario le plus pessimiste, c'est-à-dire celui où aucun nouveau financement ne serait disponible.

Selon les prévisions de la SODIMO, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2013-2014 s'élèvent à 7,1 millions de dollars. Compte tenu de la capacité suffisante de cette somme, l'idée de l'utiliser pour financer le déficit budgétaire constitue une solution responsable tant sur le plan fiscal que politique, car cela éviterait à l'organisme d'avoir à procéder à d'importantes réductions de programmes qui entraîneraient des résultats économiques nettement inférieurs pour la province et qui susciteraient des réactions négatives chez les parties prenantes. À cet effet, la SODIMO mobilise les ressources disponibles pour satisfaire aux normes de prestation de programmes et de services à un moment où les contraintes budgétaires provinciales rendent difficile l'accès à des ressources supplémentaires. L'organisme propose de maintenir les niveaux de prestation des programmes seulement tant que les coûts pourront être compensés par les réserves de trésorerie non engagées; en effet, le plan financier démontre que, sans investissement supplémentaire de la part du gouvernement, il sera nécessaire de procéder à d'importantes réductions de programmes et/ou de trouver d'autres recettes compensatoires, dans le cadre du plan 2016-2017. Si une autre source de financement est déterminée pour le Fonds pour les produits MIN, l'ampleur du déficit annuel s'en trouvera considérablement réduite, ce qui prolongera sensiblement la durée de la trésorerie non engagée.

Le tableau de la page suivante présente la somme qu'il est recommandé de prélever sur la trésorerie non engagée afin d'équilibrer le budget dans le cadre de ce scénario du pire :

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

Plan d'activités 2014-2015

Utilisation de la trésorerie non engagée

	en milliers de dollars			
	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	<i>RÉEL PROJETÉ</i> (note 1)	<i>BUDGET</i>	<i>PRÉVISION</i>	<i>PRÉVISION</i> (note 2)
Total des recettes	40 917,8	39 947,8	39 947,8	24 872,8
Total des dépenses	41 853,8	42 603,4	42 554,2	26 685,3
Déficit	(936,0)	(2 655,6)	(2 606,4)	(1 812,5)
Prélèvement sur la trésorerie non engagée (note 3)	936,0	2 655,6	2 606,4	1 812,5
Déficit effectif	0,0	0,0	0,0	0,0

Notes :

1 - D'après les prévisions actualisées du T2 2013-2014.

2 - Diminution du déficit en raison des réductions de dépenses prévues pour prévenir une situation de déficit cumulé (c.-à-d. trésorerie négative) à la fin de l'exercice.

3 - La « trésorerie non engagée » désigne l'actif net de la SODIMO moins les montants investis dans les immobilisations.

Si le ministère n'approuve pas l'utilisation de la réserve de trésorerie non engagée de la SODIMO pour compenser le déficit budgétaire escompté pour les exercices 2015-2016 et 2016-2017, la SODIMO collaborera avec le ministère pour déterminer comment équilibrer le budget grâce à une combinaison des stratégies suivantes :

- Augmentation des frais d'administration des crédits d'impôt : Une fois que les évaluations des risques seront appliquées aux différents crédits d'impôt et que les normes de service auront atteint des niveaux acceptables, il serait opportun d'envisager de passer à un modèle de recouvrement des coûts.
- Financement par le secteur privé : Les commandites d'entreprise ou d'autres financements du secteur privé pourraient être utilisés pour appuyer des programmes particuliers. Le Fonds pour les produits MIN serait notamment un bon candidat à cette stratégie.

- Compressions des programmes : En dernier recours, il pourrait être envisagé de supprimer purement et simplement certains programmes ou de réduire des programmes de manière ciblée, afin de parvenir à un budget équilibré.

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO	Écart 2012-2013 (fonctionnement)			
	2011-2012	2012-2013		
	RÉEL	BUDGET	RÉSULTATS RÉELS	ÉCART
SOUTIEN GOUVERNEMENTAL				
MTCS : Fonctionnement (y compris l'entretien)	22 950 300	22 950 300	22 950 300	0
MTCS - Fonds pour les produits MIN	2 000 000	0	1 000 000	1 000 000
MTCS - Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création	2 276 177	0	0	0
MTCS - Fonds ontarien de promotion de la musique	0	0	0	0
MTCS - Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création	1 161 150	0	1 030 668	1 030 668
MTCS - Produits constatés d'avance - Fonds pour les produits MIN	3 705	0	0	0
MTCS - Produits constatés d'avance - Fonds pour le développement de la PI	4 312 294	0	0	0
MTCS - Produits constatés d'avance - Campagne de sensibilisation	108 802	0	187 179	187 179
MTCS - Autre	112 859	0	130 000	130 000
RECETTES PROPRES				
Cotisation des membres			0	0
Dons et cadeaux de particuliers (valeur comptable)			0	0
Commandites d'entreprise			0	0
Entrées			0	0
Événements spéciaux			0	0
Location d'installations			0	0
Frais d'éducation/de programme			0	0
Vente de programmes/produits/savoir-faire			0	0
Restauration			0	0
Boutique de cadeaux/de détail			0	0
Stationnement			0	0
Revenu de placements	357 228	275 000	324 182	49 182
Subventions non gouvernementales			0	0
Autre (préciser)				
- Frais d'administration des crédits d'impôt	1 306 125	1 170 000	1 195 526	25 526
- Retour du capital investi au titre des programmes d'aide	274 592	152 000	60 963	-91 037
- Autres recouvrements des coûts partagés	222 111	214 000	229 377	15 377
TOTAL DES RECETTES	35 085 343	24 761 300	27 108 195	2 346 895
DÉPENSES				
Salaires et avantages sociaux	5 787 090	6 622 540	6 260 017	-362 523
Subventions – exercice en cours	18 086 316	16 083 000	18 072 826	1 989 826
Subventions/autres engagements de l'exercice précédent	4 418 491	6 059 067	6 890 778	831 711
Prestation de programmes	1 456 130	1 502 000	1 372 362	-129 638
Administration	753 033	1 067 924	973 507	-94 417
Restauration	0	0	0	0
Boutique de cadeaux/de détail	0	0	0	0
Occupation/location	1 193 092	756 915	661 570	-95 345
Entretien/services publics	0	0	0	0
Parc automobile et sécurité	0	0	0	0
Collecte de fonds et développement des adhésions	0	0	0	0
Marketing et communication	607 444	674 500	672 493	-2 007
Autre (préciser) :				
Déduction : Jalons des exercices futurs dans le cadre des subventions de l'exercice en cours/précédent	0	-6 085 000	0	6 085 000
TOTAL DES DÉPENSES	32 301 596	26 680 946	34 903 553	8 222 607
Excédent (déficit) du résultat net	2 783 747	-1 919 646	-7 795 358	-5 875 712

Note :

Conformément aux instructions du plan d'activités, le « budget 2012-2013 » correspond aux chiffres figurant dans le plan d'activités de cet exercice. Il ne s'agit pas du réel budget 2012-2013 de la SODIMO, qui a été approuvé en mai 2013 et qui reflète davantage l'information financière courante que les chiffres indiqués dans le plan d'activités approuvé. La signification de tout écart indiqué ci-dessus a donc une valeur limitée.

FREQUENTATION							
SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO							
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	RÉEL	RÉEL	PRÉVISION	PRÉVISION ACTUALISÉE	PRÉVISION		
Fréquentation :							
Entrées payantes							
Membres							
Groupes							
Entrées gratuites							
Autre (préciser : programmes payants, camps, événements avec nuitée, etc.)							
Total	0	0	0	0	0	0	0

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	RÉEL	RÉEL	PRÉVISION	PRÉVISION ACTUALISÉE	PRÉVISION		
ETP							
Total des ETP	59	64	64	71	66	66	66

Note : La diminution du nombre des ETP au 31 mars 2015 est due à l'affectation d'ETP temporaires à la suite du passage des programmes de crédits d'impôt sous le contrôle du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport au cours de l'exercice.

IV. Mesures et objectifs de rendement

Les mesures de rendement pour l'exercice 2014-2015 ont été établies pour indiquer de manière régulière si les fonds, programmes et autres activités de la SODIMO atteignent leurs objectifs.

Ces mesures cadrent parfaitement avec les objectifs stratégiques du ministère : soutenir l'innovation, l'investissement et la création d'emplois dans les industries novatrices et culturelles et aider l'Ontario à devenir un chef de file de l'économie du savoir⁶⁴. En 2014-2015, la SODIMO continuera de collaborer avec ses partenaires gouvernementaux pour renforcer et accroître le secteur ontarien du divertissement et de la création⁶⁵.

La SODIMO a également fixé des objectifs préliminaires pour chaque mesure de rendement en fonction des ressources actuelles de l'organisme présentées à la section VI (à partir de la page 63). Pour définir ces objectifs, la SODIMO s'est également efforcée d'établir des projections prudentes de manière à prendre en compte le contexte économique du prochain exercice.

Le budget de l'Ontario 2013 annonçait la création d'un Fonds ontarien de promotion de la musique doté de 45 millions de dollars sur trois ans (soit 15 millions de dollars par an). Ce fonds a reçu l'approbation du Conseil des ministres fin août 2013 et a été mis en place à l'automne de cette même année. Des mesures de rendement préliminaires ont été élaborées pour les nouveaux programmes, conformément au mémoire soumis au Conseil du Trésor le 14 août 2013, et ont été incluses.

La SODIMO travaille actuellement en partenariat avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport dans le cadre d'un projet de recherche commun afin d'évaluer les mesures de rendement de l'organisme et, le cas échéant, de mettre au point des améliorations. Le rapport devrait être prêt au 4^e trimestre de l'exercice 2013-2014.

Le tableau suivant présente les résultats intermédiaires au 30 septembre 2013 (T1 et T2 seulement) à l'égard de certaines mesures de rendement pour l'exercice 2013-2014. Il présente également des tendances en soulignant, le cas échéant, les résultats définitifs comparables de 2013-2014 et de 2012-2013.

La direction de la SODIMO surveille également les mesures de rendement relatives à l'efficacité et à l'efficacité opérationnelle, ainsi que les indicateurs de certains domaines de programmes particuliers. Bien que le présent plan d'activités n'en fasse pas état, le suivi de ces données aide la SODIMO à atteindre ses objectifs et à veiller à l'exécution de ses responsabilités en vertu des différentes directives sur l'obligation de rendre des comptes.

⁶⁴ Ministère du Tourisme et de la Culture, *Document d'information sur le budget des dépenses et la planification axée sur les résultats 2011-2012*, p. 6.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 7.

Objectif n° 1 : Améliorer l'accès au financement

Conforter la position concurrentielle de l'industrie des médias culturels de l'Ontario en faisant l'usage le plus efficace possible du soutien à l'investissement offert par la SODIMO et en favorisant l'investissement en capital et public.

Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
1. Délai de traitement moyen pour les six crédits d'impôt ⁶⁶	42,1 semaines	39,9 semaines	26,2 semaines
2. Mise en œuvre d'un processus d'évaluation des risques pour toutes les demandes de crédit d'impôt	En cours; mis en œuvre pour 3 crédits d'impôt sur 6 (CIOSP, CIO-ME, CIPCTO)	En cours; mis en œuvre pour 1 crédit d'impôt sur 6 (CIPCTO)	Nouveauté en 2012-2013
3. Rendement du capital investi ⁶⁷ du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	Indisponible avant le T4 2014-2015	Indisponible avant le T4 2013-2014	1,31 \$
4. Valeur de levier ⁶⁸ des investissements de la SODIMO dans le cadre du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	Indisponible avant le T3 2013-2014	1,04 \$	0,63 \$
5. Rendement du capital investi ⁶⁹ du Fonds ontarien de promotion de la musique	Indisponible avant le T4 2014-2015	Indisponible avant le T4 2013-2014	1,57 \$
6. Valeur de levier ⁷⁰ des investissements de la SODIMO dans le cadre du Fonds ontarien de promotion de la musique	Indisponible avant le T3 2013-2014	0,96 \$	0,99 \$
7. Valeur estimée des crédits d'impôt	146 421 642 \$	427 589 593 \$	270 749 713 \$
8. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans le cadre des six programmes de crédits d'impôt			
	CIPCTO 4,69 \$	5,56 \$	5,19 \$
	CIOSP 12,15 \$	15,00 \$	13,26 \$
	CIOESAI 9,33 \$	14,15 \$	12,04 \$
	CIOPMIN 2,83 \$	3,51 \$	3,79 \$
	CIOES 4,27 \$	4,20 \$	4,34 \$
	CIO-ME 2,38 \$	2,72 \$	2,47 \$

⁶⁶ Il est à noter qu'au cours des exercices passés, les programmes de crédits d'impôt calculaient la quantité de temps nécessaire pour délivrer des certificats à partir de la date où la demande était complète. À compter du 1^{er} avril 2011, le dépôt en ligne est devenu obligatoire pour les demandes de crédit d'impôt, et le Portail de demande en ligne (PDL) a été adapté de manière à éviter que les auteurs d'une demande présentent une demande incomplète. Étant donné que toutes les pièces justificatives sont maintenant à charger au moment du dépôt de la demande, la SODIMO calculera désormais les délais de traitement à partir de la date de réception de la demande.

⁶⁷ Le rendement du capital investi désigne la valeur des recettes générées pour chaque dollar investi par la SODIMO.

⁶⁸ La valeur de levier désigne le montant de financement supplémentaire généré pour chaque dollar investi par la SODIMO.

⁶⁹ Le rendement du capital investi désigne la valeur des recettes générées pour chaque dollar investi par la SODIMO.

⁷⁰ La valeur de levier désigne le montant de financement supplémentaire généré pour chaque dollar investi par la SODIMO.

Objectif n° 2 : Permettre l'évolution des affaires

Promouvoir l'innovation en créant des occasions pour les sociétés des médias culturels de l'Ontario de devenir des chefs de file dans un contexte commercial et un environnement numérique qui évoluent rapidement.

Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
1. Pourcentage des études de recherche financées qui appuient l'évolution des activités	33 %	2 ⁷¹ Impliquer les partenaires en vue d'instaurer une vérification sélective des crédits d'impôt	Nouveauté en 2013-2014
2. Nombre d'éléments du plan stratégique ayant été mis en œuvre	0	Impliquer les partenaires dans l'évaluation des mécanismes de soutien	Nouveauté en 2013-2014

Objectif n° 3 : Appuyer l'élaboration de contenu et l'accès aux marchés

Aider les sociétés des médias culturels de l'Ontario à accéder aux marchés internationaux et intérieurs, à élaborer du contenu de qualité et à promouvoir l'Ontario en tant que centre de production médiatique de classe mondiale.

Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
1. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans des projets au titre du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique	Résultats intermédiaires disponibles au T3 2013-2014	24,50 \$	22,86 \$
2. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans des projets au titre du Fonds pour les produits MIN	Indisponible avant le T4 2012-2013	1,83 \$	1,82 \$
3. Emplois créés/maintenus dans le cadre de projets de production relevant du Fonds pour les produits MIN et du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique	Résultats intermédiaires disponibles au T3 2013-2014 ⁷²	15 693	10 900
4. Rendement du capital investi dans des projets au titre du Fonds du livre de la SODIMO	Indisponible avant le T4 2014-2015	Indisponible avant le T4 2013-2014	2,11 \$

⁷¹ Objectif n° 2 de la stratégie n° 2 mise à jour pour 2012-2013 (nombre d'éléments mis en œuvre tirés du plan stratégique qui maximisent l'adaptabilité et la souplesse des programmes et des activités de la SODIMO pour que les entreprises des médias culturels de l'Ontario deviennent des chefs de file dans un contexte commercial en pleine évolution).

⁷² Ces résultats intermédiaires correspondent uniquement aux résultats obtenus à la première date limite de présentation des demandes au titre du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique. Pour le Fonds pour les produits MIN, des emplois supplémentaires ont été créés/maintenus au T3 2012-2013, tandis que pour le Fonds pour la production cinématographique, les résultats à la deuxième date limite seront disponibles au T4 2012-2013.

Objectif n° 3 : Appuyer l'élaboration de contenu et l'accès aux marchés

Aider les sociétés des médias culturels de l'Ontario à accéder aux marchés internationaux et intérieurs, à élaborer du contenu de qualité et à promouvoir l'Ontario en tant que centre de production médiatique de classe mondiale.

Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
5. Rendement du capital investi dans des projets au titre du Fonds de la SODIMO pour l'exportation	Indisponible avant le T2 2014-2015	Indisponible avant le T2 2013-2014	110,40 \$
6. Nombre de marchés étrangers sur lesquels des participants ontariens reçoivent du soutien dans le cadre du Fonds de la SODIMO pour l'exportation	135 ⁷³	356	265
7. Nombre de marchés au sein desquels la SODIMO a orchestré une présence stratégique (p. ex., un événement ou une rencontre d'intérêt commercial) dans le cadre des activités de développement du commerce international	12	25	24
8. Nombre de productions télévisuelles et cinématographiques canadiennes et étrangères tournées en Ontario	Canadiennes : 109 Étrangères : 24 Total : 133	Canadiennes : 174 Étrangères : 62 Total : 236	Canadiennes : 208 Étrangères : 37 Total : 245
9. Valeur des productions télévisuelles et cinématographiques canadiennes et étrangères tournées en Ontario	Canadiennes : 439 178 565 \$ Étrangères : 164 927 694 \$ Total : 604 106 259 \$	Canadiennes : 739 644 273 \$ Étrangères : 386 095 467 \$ Total : 1 125 759 740 \$	Canadiennes : 805 178 710 \$ Étrangères : 417 518 976 \$ Total : 1 222 697 686 \$
10. Proportion de projets appuyés par le bureau de Los Angeles et tournées en Ontario	19 %	7 %	17 %
11. Valeur des projets appuyés par le bureau de Los Angeles et tournées en Ontario	147 800 000 \$ ⁷⁶	75 000 000 \$	183 000 000
12. Nombre d'impressions d'audience ⁷⁴	22 314 273	29 612 611	23 629 662
13. Influence sur les médias sociaux (score Klout)	56	Nouveauté en 2013-2014	Nouveauté en 2013-2014
14. Nombre d'impressions d'audience dans le cadre du Prix littéraire Trillium ⁷⁵	67 300 000	52 200 000	47 553 539

⁷³ Les mesures 6 et 7 concernent le nombre de marchés pour le T1 et le T2 de l'exercice 2013-2014 seulement.

⁷⁴ Cette mesure provient de l'objectif n° 5, stratégie n° 3 au titre de l'exercice 2013-2014.

⁷⁵ Cette mesure provient de l'objectif n° 3, stratégie n° 2 au titre de l'exercice 2013-2014.

⁷⁶ Le chiffre donné n'est qu'une estimation.

Objectif n° 4 : Encourager la collaboration Encourager la collaboration au sein des industries des médias culturels et dans l'ensemble du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario			
Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
1. Nombre d'initiatives soutenues dans le cadre du Programme de développement de l'industrie	8	57	56
2. Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives du Programme de développement de l'industrie	6 646	36 304	22 368
3. Nombre d'initiatives menées par la SODIMO	7	18	21
4. Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives menées par la SODIMO	708	1 713	1 995

Objectif n° 5 : Faire preuve d'un solide leadership pour ce qui est de faire progresser les industries des médias culturels de l'Ontario Adopter un modèle de leadership fort et innovant en tirant parti de notre efficacité à la fois organisationnelle et opérationnelle avérée, et de notre valeur en tant que centre d'information pour les intervenants et le gouvernement, et en nous faisant les champions des industries des médias culturels de l'Ontario.			
Mesures de rendement	Résultats intermédiaires de 2013-2014	Résultats définitifs de 2012-2013	Résultats définitifs de 2011-2012
1. Nombre de produits de communication	191	471	554
2. Nombre de projets et de partenariats de recherche sur l'industrie terminés	5	Nouveauté en 2013-2014	Nouveauté en 2013-2014
3. Mise à jour des profils sectoriels publiés sur le site Web de la SODIMO	2	Nouveauté en 2013-2014	Nouveauté en 2013-2014
4. Nombre d'activités de communication avec d'autres paliers de gouvernement	1	Nouveauté en 2013-2014	Nouveauté en 2013-2014

V. Stratégies d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques

La SODIMO met régulièrement à jour des fiches d'évaluation des risques qui abordent les futures activités de l'organisme, les facteurs de risque connexes et les stratégies d'atténuation, et les présente au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport dans les trente jours ouvrables qui suivent la fin de chaque trimestre. Cette section fournit un examen général de l'évaluation des risques 2014-2015 de la SODIMO.

Pour l'exercice 2014-2015, la SODIMO a relevé 25 catégories de risque, dont les quatre plus graves figurent à la section consacrée aux risques stratégiques, politiques et liés au rendement.

Les deux premiers risques à forte incidence mentionnés dans la catégorie « Risques stratégiques, politiques et liés au rendement » concernent le non-renouvellement du soutien accordé au Fonds pour les produits MIN. Le premier risque est qu'une diminution du soutien apporté à l'industrie ontarienne des produits MIN entraîne une baisse du rendement économique de ce secteur extrêmement innovant et en forte croissance. Le deuxième risque est que le fait de réduire le soutien apporté à d'autres fonds du secteur pour perpétuer le Fonds pour les produits MIN puisse remettre en question la crédibilité du gouvernement et entraîner une baisse de la production économique des industries des médias culturels de l'Ontario. Pour atténuer ces risques, la SODIMO prépare actuellement un document d'analyse détaillé afin de demander une augmentation du financement de base en vue de perpétuer le Fonds pour les produits MIN.

Le troisième risque à forte incidence présenté dans cette section concerne la prestation du nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM). Le Fonds, mis en place à l'automne 2013, a été chargé de verser un tiers du financement total (soit environ 15 millions de dollars) avant la fin de l'exercice 2013-2014. Étant donné la taille et l'envergure du Fonds, et au vu du lancement du programme en plein milieu du troisième trimestre, la SODIMO risque de ne pas être en mesure de débloquent l'ensemble du financement avant le 31 mars 2014. Le retard dans l'allocation des fonds au cours du premier exercice risque d'entraîner le prolongement du FOPM au-delà de la date limite initiale, ce qui augmentera les coûts administratifs et réduira le montant global du financement versé au secteur de la musique. En outre, l'incapacité de la SODIMO à offrir le programme comme initialement prévu risque de nuire à la réputation de l'organisme en ce qui a trait à son aptitude à concrétiser les priorités du gouvernement, tant auprès des parties prenantes que des ministères partenaires (p. ex. le ministère des Finances), et pourrait influencer sur les décisions futures concernant la poursuite et l'administration des financements. Par ailleurs, la section « Gouvernance et risques organisationnels » liée à la prestation du FOPM fait état de risques liés à l'insatisfaction des parties prenantes et à la perception du public. Étant donné que le financement de ce programme est seulement prévu pour trois années, et qu'on peut s'attendre à un volume élevé de demandes au titre du Fonds, les parties prenantes risquent d'espérer une poursuite du financement au-delà de 2013-2016. En outre, l'augmentation du financement versé à un seul secteur peut amener d'autres parties prenantes à penser que leurs secteurs revêtent une priorité moindre pour le gouvernement et la SODIMO. Pour atténuer ces risques, la SODIMO collaborera avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport afin de gérer les attentes de chacun en cernant les problèmes et les risques au fur et à mesure et en communiquant de façon régulière avec les différentes parties prenantes.

Le quatrième risque à forte incidence dans cette section concerne la possibilité que la façon dont la SODIMO gère actuellement le crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN) et la législation en vigueur à ce sujet ne cadrent pas efficacement avec les besoins des entreprises du secteur des produits MIN. Pour mieux comprendre ce risque, la SODIMO a effectué un examen du CIOPMIN afin d'analyser comment celui-ci est utilisé par le secteur des produits MIN et de déterminer comment améliorer la gestion de ce programme de crédit. L'examen, terminé en janvier 2013, recommandait d'apporter des changements au crédit d'impôt de manière à simplifier sa gestion et à renforcer son impact sur les auteurs d'une demande. Plus précisément, l'examen a constaté que le délai de traitement s'était allongé en raison de

certaines exigences législatives plus complexes qui ne correspondent plus aux besoins des entreprises du secteur, mais aucune modification législative n'a été annoncée dans le budget 2013. De plus, afin de mieux cadrer avec les réalités du secteur, l'examen a également recommandé d'assouplir l'exigence selon laquelle le bénéficiaire doit développer 90 p. 100 du produit, en permettant notamment aux auteurs d'une demande de mettre au point et de produire des produits avec des partenaires canadiens et internationaux sans pour autant être inadmissibles au crédit d'impôt⁷⁷. En septembre 2013, un nouveau Cadre de coproduction internationale en médias numériques, élaboré par le Fonds des médias du Canada, le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell, le Fonds indépendant de production, le Fonds Québécois et le Fonds Shaw-Rocket, a été publié⁷⁸. Il propose une démarche administrative simplifiée pour faciliter les négociations entre les producteurs canadiens et leurs partenaires étrangers. De même, le Fonds des médias du Canada a lancé une nouvelle mesure incitative pour les coproductions en médias numériques, soit un programme pilote de 350 000 dollars visant à stimuler les coproductions en médias numériques entre producteurs canadiens et internationaux. L'Ontario risque de perdre son rôle de premier plan dans l'industrie des médias numériques en raison de ses outils de soutien obsolètes qui ne correspondent pas de façon adéquate aux besoins des entreprises du secteur, et ignorent notamment les possibilités de nouer des liens avec des partenaires internationaux pour concevoir conjointement des projets multimédias numériques couronnés de succès.

D'après un autre domaine à forte incidence figurant dans la section « Gouvernance et risques organisationnels », l'allongement des délais de traitement des demandes de crédit d'impôt exerce une grande pression sur les finances des parties prenantes, ce qui risque de nuire à la réputation durablement gagnée de la SODIMO. Ce problème a été présenté comme un enjeu clé dans le plan stratégique de la SODIMO, et cette dernière s'emploie activement à atténuer ce risque en travaillant avec le ministère des Finances (MFO) pour mettre en œuvre un système d'évaluation des risques simplifié. La SODIMO a d'ailleurs été autorisée à créer cinq postes ETP temporaires d'agent(e) des questions financières afin de traiter les demandes de crédit d'impôt en attente. Le processus d'évaluation des risques a d'abord été mis en œuvre pour le crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO) à la fin du mois de février 2013, puis pour le crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIO-ME) à la fin du mois de juin 2013 et, enfin, pour le crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP) en septembre 2013. À l'issue du premier trimestre de l'exercice 2013-2014, l'évaluation des risques affichait déjà des résultats positifs pour le CIPCTO. L'incidence de l'évaluation des risques sur le CIO-ME n'était pas encore connue pour le deuxième trimestre, c'est-à-dire au moment où la présente ébauche de plan d'activités a été présentée. Enfin, le modèle n'a pas été mis en place depuis assez longtemps pour que nous disposions de résultats pour le CIOSP. Bien que le processus d'évaluation des risques s'avère efficace pour réduire les délais d'examen et d'analyse, ce risque à forte incidence risque de perdurer jusqu'à ce que la mise en œuvre du processus soit terminée et que l'arriéré dans les demandes soit réglé.

Parmi les autres risques notables relevés par la SODIMO pour l'exercice 2014-2015, il faut mentionner le risque lié au service à la clientèle de la SODIMO dû à l'insuffisance des ressources humaines, le risque organisationnel lié aux crédits d'impôt dû à l'existence de systèmes de reddition de comptes et d'administration complexes et multipartites, les risques liés à la mobilisation des employés dus au surmenage du personnel, ainsi que les risques liés aux relations de travail dus à l'irrégularité du soutien fourni par les services de paie centralisés à la direction de la SODIMO et au recours obligé de la SODIMO à des employés temporaires et aux heures supplémentaires. La SODIMO tient à remercier les ETP

⁷⁷ Nordicité. *An Analysis of the Impact of the Ontario Interactive Digital Media Tax Credit*, rapport préparé pour la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, février 2013, p. 9.

⁷⁸ Fonds des médias du Canada. *Les agences de financement canadiennes adoptent un cadre de travail afin de faciliter la coproduction internationale en médias numériques*, 9 septembre 2013, consulté à l'adresse <http://www.cmf-fmc.ca/fr/avis-a-l-industrie/article/2013/09/les-agences-de-financement-canadiennes-adoptent-un-cadre-de-travail-afin-de-faciliter-la-coproduction-internationale-en-medias-numeriques/> le 28 septembre 2013.

⁷⁹ Fonds des médias du Canada. *Une nouvelle mesure incitative pour les coproductions en médias numériques*, 12 septembre 2013, consulté à l'adresse <http://www.cmf-fmc.ca/fr/avis-a-l-industrie/article/2013/09/une-nouvelle-mesure-incitative-pour-les-coproductions-en-medias-numeriques/> le 28 septembre 2013.

supplémentaires qui l'aident à traiter l'arriéré des demandes de crédit d'impôt et à mettre sur pied le Bureau ontarien de promotion de la musique. Bien que ces ETP supplémentaires fournissent une aide précieuse, la SODIMO manque toujours d'effectifs dans d'autres secteurs. Dans la mesure du possible, l'organisme déploiera des ressources dans les domaines déficitaires, à mesure que d'autres projets prendront fin.

La SODIMO a élaboré des stratégies complètes pour atténuer l'ensemble des risques relevés. Par ailleurs, elle examine les risques de manière progressive tous les trimestres, et de manière exhaustive chaque année. À mesure qu'apparaissent de nouveaux risques ou que les risques évoluent, la SODIMO s'efforcera d'informer le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et d'agir judicieusement afin de minimiser les conséquences négatives.

VI. Initiatives menées en partenariat

En sa qualité d'organisme qui administre les programmes de subventions et de crédits d'impôt pour le compte du gouvernement de l'Ontario, la SODIMO s'acquitte de toutes ses responsabilités conformément à la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert. En vertu des responsabilités qui lui incombent, l'organisme documente les processus particuliers de chaque programme et les présente au ministère. Pour chaque programme, la SODIMO définit des attentes, conclut et met en œuvre des accords, surveille les projets mis en place, prend des mesures correctives le cas échéant, et présente des rapports sur les répercussions des financements octroyés. Les risques de chaque dossier sont régulièrement évalués et atténués par le personnel de la SODIMO et transférés à l'équipe dirigeante en cas de besoin. Afin d'améliorer son efficacité et son rendement, la SODIMO collabore avec des partenaires publics et privés pour proposer des activités et des services particuliers qui soutiennent les industries des médias culturels. Voici quelques-uns de ces partenariats :

Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario)

- Comme décrit précédemment, le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) est le fruit d'un partenariat entre la SODIMO et le Toronto Film, Television and Digital Media Office (bureau du cinéma, de la télévision et des médias numériques de la ville de Toronto), avec le soutien de FilmOntario. Le bureau permet d'établir une présence promotionnelle à temps plein à Los Angeles et mène des actions de marketing sur le terrain pour attirer les productions en Ontario et soutenir les créateurs de contenu pour écran de l'Ontario.
- Créé en juin 2003, le partenariat a permis aux associés de mettre en commun leurs ressources et de s'appuyer sur une structure beaucoup plus efficace pour faire valoir les nombreux avantages de tournage à Toronto et en Ontario.
- La SODIMO est l'associé-gérant du bureau.

Groupe du Festival international du film de Toronto (TIFFG)

- La SODIMO est le mécanisme par lequel le gouvernement finance actuellement (815 000 dollars en 2013-2014) la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par la TIFF Cinematheque (anciennement appelée Cinémathèque Ontario), conformément à un protocole d'entente tripartite entre le ministère, l'organisme et le Groupe du Festival international du film de Toronto (TIFFG).
- En 2013-2014, la SODIMO a également octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au Festival international du film de Toronto (TIFF). L'organisme a par ailleurs accordé 150 000 dollars au bureau des ventes du TIFF durant le Festival et 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF au titre du Programme de développement de l'industrie, afin de soutenir et de promouvoir la présentation de films canadiens à travers l'Ontario. Le Programme de développement de l'industrie octroie également des fonds au festival pour enfants du TIFF (20 000 dollars en 2013-2014).
- Le Groupe du Festival international du film de Toronto remet à la SODIMO un rapport annuel sur ses activités, lequel décrit comment les financements sont utilisés.

Producers Lab Toronto

- La SODIMO collabore avec European Film Promotion (EFP) et le Festival du film international de Toronto (TIFF) pour organiser le forum Producers Lab Toronto (PLT). Il s'agit d'une initiative de développement commercial dédiée à la coproduction au sein de l'industrie du long métrage. La SODIMO s'associe à ce projet afin de créer de nouvelles occasions de développement commercial pour les producteurs

ontariens et canadiens, de les faire connaître au sein de l'industrie et d'accroître la visibilité de l'organisme, de l'industrie et de la province sur la scène internationale.

- La quatrième édition annuelle de PLT a eu lieu en 2013. En 2013, le partenariat a été élargi pour inclure des participants venus d'Australie et de Nouvelle-Zélande.
- Grâce à ce partenariat, la SODIMO peut, par l'intermédiaire d'EFP, bénéficier de l'enveloppe de financement prévue au titre du programme européen Media Mundus et accéder directement au groupe prestigieux d'organismes de financement et de marketing européens représentés par EFP.
- La SODIMO est l'associé-gérant canadien de cette initiative et assume la reddition de comptes en vertu d'un contrat conclu avec son partenaire européen EFP qui prévoit la délégation des responsabilités financières et l'obligation de remettre un rapport définitif des coûts.

Kiosques du Canada à l'étranger (cinéma, télévision et musique)

- La SODIMO collabore avec Téléfilm Canada et d'autres provinces pour installer des kiosques du Canada sur les principaux marchés étrangers du secteur du cinéma et de la télévision, afin de permettre aux producteurs de l'Ontario de bénéficier d'un soutien opérationnel et d'un espace de rencontre, mais aussi de participer à des comités et à des événements de réseautage.
- La SODIMO contribue de manière significative à assurer la présence du Canada sur les marchés suivants : le Festival de Cannes, le MIP-TV, le MIPCOM (télévision) et le Festival du film de Berlin.
- La SODIMO collabore également avec Téléfilm et d'autres provinces pour participer à des événements internationaux qui n'impliquent pas l'installation d'un kiosque, mais qui assurent une présence canadienne coordonnée et permettent aux producteurs de faire des affaires. Ces événements incluent notamment l'American Film Market, le Festival du film de Tokyo et Power to the Pixel.
- Enfin, la SODIMO collabore avec la CIMA (Association canadienne de la musique indépendante) pour installer des kiosques du Canada sur des marchés clés pour l'industrie de la musique, comme le MIDEM et SXSW, afin de permettre aux sociétés de production musicale de l'Ontario de bénéficier d'un soutien opérationnel, d'un espace de rencontre et d'invitations à des événements de réseautage.

VII. Plan de prestation de services informatiques/électroniques

La SODIMO assure la prestation et le soutien de ses propres services de technologie de l'information. L'organisme se charge notamment de l'entretien du réseau et des serveurs internes, de la messagerie électronique, du service BlackBerry, d'une base de données interne à des fins opérationnelles et de trois bases de données qui permettent d'accéder depuis l'extérieur à des études sur l'industrie, à la liste des lieux de tournage et aux demandes de crédit d'impôt de la SODIMO. L'organisme est responsable de l'ensemble des achats et des activités de sécurité liés à cette infrastructure.

Actuellement, cinq employés à temps plein sont chargés de l'entretien et du fonctionnement de l'infrastructure, ainsi que du service à la clientèle interne et externe. Ces employés ont pour mission de surveiller l'état du système, d'y apporter des améliorations et de répondre à toutes les demandes de soutien formulées par le personnel de la SODIMO et par les utilisateurs externes du Portail de demande en ligne de la SODIMO.

L'exercice 2014-2015 prévoit une mise à niveau du système d'exploitation des serveurs de la SODIMO, laquelle vise notamment à faire face à la demande accrue liée à la mise en place du Fonds ontarien de promotion de la musique. Des améliorations de l'infrastructure des technologies de l'information sont également prévues, comme la virtualisation de l'environnement de serveur, afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle et d'assurer le fonctionnement optimal de l'infrastructure.

En 2009-2010, la SODIMO a mis en place un système d'archivage des courriels, qui permet aux utilisateurs d'archiver leurs messages de manière transparente, dans le but de libérer de l'espace dans leurs boîtes aux lettres et d'améliorer l'ensemble des activités du serveur de messagerie électronique. Désormais, la surcapacité n'est plus source de préoccupation, étant donné que le processus d'archivage est automatisé et qu'il n'est plus nécessaire de rappeler aux utilisateurs les limites de leur boîte de réception. Ce processus a également permis au personnel utilisant la messagerie électronique à distance d'accéder à leurs archives de courriels. En 2014-2015, la SODIMO mettra à niveau son serveur Microsoft Exchange, afin d'améliorer encore l'interface d'accès à la messagerie électronique à distance, de sorte qu'elle ressemble davantage à l'interface locale.

En 2011-2012, la SODIMO a amélioré son état de préparation aux sinistres en acquérant des services de stockage hors site pour son système de sauvegarde sur bande et en automatisant le fonctionnement de ce dernier. En 2012-2013, le personnel informatique de la SODIMO a réalisé un projet d'actualisation du site Web, qui a notamment consisté à gérer l'achat d'un système de gestion de contenu et à collaborer avec les coordonnateurs de contenu du ministère afin de veiller à l'actualisation du contenu avant le lancement du nouveau site Web. Le personnel informatique a également élaboré et mis en ligne des vidéos de formation sur le Portail de demande en ligne. En 2013-2014, le personnel a mis à jour l'infrastructure de serveurs à la suite de la mise en place du Fonds ontarien de promotion de la musique et procédé à une mise à niveau vers le serveur BlackBerry Enterprise Server. Le personnel informatique a également amélioré de manière significative la base de données d'entreprise et le Portail de demande en ligne dans le cadre des projets d'évaluation des risques des demandes de crédit d'impôt. Parmi les autres projets qui restent à réaliser en 2013-2014, citons le lancement des processus de demandes au titre du Programme de subventions à la recherche de la SODIMO et du Fonds ontarien de promotion de la musique sur le PDL; la mise en place d'une version en ligne entièrement interrogeable de l'Ontario Production Guide de la SODIMO; et l'ajout de nouvelles pages de contenu sur le site Web de la SODIMO relativement au Fonds ontarien de promotion de la musique.

En 2014-2015, la SODIMO compte réaliser les projets informatiques suivants : 1) mise à jour de l'infrastructure; 2) améliorations au niveau du stockage de serveur de fichiers; 3) mise à niveau du serveur Microsoft Exchange et du système d'exploitation des serveurs; 4) mise à niveau des serveurs de bases de données (PDL/GRC) de Microsoft SQL Server 2005 vers Microsoft SQL Server 2012.

Deux bases de données accessibles depuis l'extérieur fournissent des services aux clients de la SODIMO : la Bibliothèque de recherche en ligne et la Photothèque numérique des extérieurs. Le contenu de ces deux bibliothèques est tenu à jour par le personnel des services respectifs. Ces bases de données font l'objet d'un contrat d'entretien, lequel garantit un soutien technique pour résoudre les problèmes et prévoit un taux garanti pour les améliorations apportées aux systèmes. Les demandes d'amélioration sont formulées par les équipes de recherche, de gestion des bibliothèques et de services informatiques, qui collaborent avec le fournisseur externe pour les mettre en œuvre. Les améliorations sont approuvées par l'équipe dirigeante en fonction des besoins opérationnels de l'organisme et des fonds disponibles.

La SODIMO met en œuvre une prestation électronique des services par le biais du Portail de demande en ligne (PDL). Toutes les demandes au titre des initiatives pour l'industrie ou des programmes de crédit d'impôt doivent être présentées par le biais du portail. De même, toutes les demandes au titre du Fonds ontarien de promotion de la musique doivent être présentées sur le PDL. Toute correspondance relative aux demandes passe également par le PDL. En plus de gérer et d'envoyer des rappels concernant les étapes clés et les réalisations attendues, le PDL permet aux clients de suivre l'état de leurs demandes. Les activités d'entretien et de soutien technique du système sont effectuées par le personnel informatique. Les améliorations apportées au PDL suivent la procédure décrite ci-dessus.

Par ailleurs, une base de données interne permet au personnel d'interagir avec le PDL afin d'administrer les programmes et de gérer les contacts et la correspondance de l'organisme. Comme pour les autres systèmes, les activités d'entretien et de soutien technique du système sont effectuées par le personnel interne, et les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

Pour garantir le fonctionnement continu de l'infrastructure informatique de l'organisme et la sécurité des renseignements personnels et confidentiels qu'elle contient, le personnel de la SODIMO assure la surveillance du système 24 heures sur 24. Ce travail est effectué à tour de rôle par les membres de l'équipe informatique. La SODIMO participe également à une vérification de sécurité annuelle menée par le ministère des Services gouvernementaux, afin de s'assurer que le système ne présente aucune faille importante et que la sécurité des données personnelles et confidentielles est préservée.

VIII. Plan de mise en œuvre

Le résumé des prévisions financières et les descriptions de programmes et de services contenus dans le présent plan d'activités sont fondés sur un budget de statu quo pour l'exercice 2014-2015, qui inclut toutefois de nouveaux fonds consacrés aux programmes du Bureau ontarien de promotion de la musique. Néanmoins, la SODIMO prépare actuellement un dossier d'analyse qui accompagnera le plan d'activités et demandera une augmentation du financement de base de la SODIMO afin de compenser la fin du soutien gouvernemental au Fonds pour les produits MIN. En raison de l'insuffisance du niveau actuel du financement de base, la SODIMO ne pourra pas, au cours du prochain exercice, conserver l'ensemble des engagements de programmes qu'elle a pris en 2013-2014 auprès des parties prenantes sans puiser dans ses réserves de trésorerie disponibles et/ou sans réduire le soutien essentiel offert par l'organisme à d'autres secteurs et programmes. La SODIMO estime que les investissements réalisés par le Fonds pour les produits MIN dans l'industrie dynamique et florissante des produits MIN en Ontario sont indispensables pour assurer le succès futur de l'économie culturelle de la province. C'est pourquoi, après mûre réflexion, la SODIMO a décidé de doter le Fonds pour les produits MIN de 3 millions de dollars pour 2014-2015. Pour ce faire, l'organisme puisera dans ses réserves de trésorerie et prélèvera environ 1 million de dollars aux programmes de financement de l'industrie de la musique qui sont suspendus suite à la création du Fonds ontarien de promotion de la musique. Si l'engagement financier n'est pas renouvelé, la SODIMO espère que le ministère sera une nouvelle fois en mesure de verser une contribution ponctuelle au titre du Fonds pour les produits MIN afin d'apporter son soutien à ce secteur important offrant un très haut rendement. Si le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport n'est pas en mesure de combler ce moins-perçu, une décision devra être prise afin de trancher la question d'une nouvelle ponction dans les réserves ou d'une réduction de certains programmes. La SODIMO reconnaît que le financement du Fonds pour les produits MIN à l'aide de ses réserves de trésorerie non engagées n'est pas une solution viable à long terme. Le conseil d'administration surveille attentivement les réserves de trésorerie et prend des décisions budgétaires conformément à ses responsabilités en matière de gestion financière prudente.

En 2014-2015, en réponse à la fluctuation constante du marché, à la fusion continue du contenu entre secteurs et plateformes et à l'évolution des modèles opérationnels, la SODIMO collaborera avec le ministère et les parties prenantes afin de mettre au point et de lancer un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation, dont le premier cycle de financement est prévu pour l'exercice 2015-2016. Les fonds à l'appui de cette initiative seront réaffectés à partir de ressources existantes. À ce stade, il est prévu d'ouvrir ce nouveau fonds à tous les secteurs et de permettre aux entreprises d'opter pour la présentation d'une demande de financement au titre du nouveau programme ou d'autres volets de programme existants, selon la solution la mieux adaptée à leur modèle opérationnel et à leur projet/objectif en particulier. Le programme sera lancé début 2015, mais les premiers engagements budgétaires porteront uniquement sur l'exercice financier 2015-2016. L'orientation de ce nouveau volet de programme a été définie par le conseil d'administration de la SODIMO et s'avère conforme au plan stratégique de l'organisme. La SODIMO présentera les détails de ce programme au ministère à mesure de leur élaboration.

Le Fonds pour la collaboration et l'innovation de la SODIMO appuiera des projets qui sont en adéquation avec le mandat de la SODIMO mais sortent présentement des paramètres des programmes en cours, dans l'optique de favoriser l'émergence d'entreprises de nouvelle génération au sein du secteur du divertissement et de la création en Ontario. Pour relever les défis et profiter des occasions en lien avec l'économie numérique, les entrepreneurs culturels de l'Ontario doivent explorer sans cesse de nouvelles propositions de valeur et étudier l'état actuel des modèles opérationnels. La SODIMO a réussi le pari de promouvoir l'expérimentation et la transformation dans le secteur numérique grâce à l'éventail de ses programmes et fonds existants, mais l'organisme reconnaît que les outils actuels de financement sectoriel ne lui permettent pas de soutenir bon nombre de projets intéressants et de nouvelles propositions commerciales recoupant plusieurs secteurs/platformes ou impliquant des partenariats non traditionnels. Le nouveau fonds répondra à ce besoin naissant et décuplera les avantages connexes, transformant les défis les

plus impressionnants en occasions stimulantes pour les industries des médias culturels de la province, sans supprimer pour autant les outils actuels qui sont bien connus des parties prenantes, d'une part, et qui permettent de concrétiser efficacement les objectifs de développement économique de l'organisme, d'autre part. Ce fonds renforcera la capacité de la SODIMO à appuyer les objectifs stratégiques essentiels du gouvernement, y compris : le soutien en faveur de l'innovation et de l'entrepreneuriat, la transformation des idées en biens et en services et la stimulation de la croissance et de la productivité. Il contribuera également à préserver la compétitivité de l'Ontario et à renforcer notre position de leader mondial sur la scène numérique, démontrant ainsi la solide capacité des programmes gouvernementaux à favoriser la croissance économique et la création d'emplois.

Comme indiqué précédemment, la SODIMO met actuellement en œuvre son plan stratégique. Les initiatives découlant du processus de mise en œuvre veilleront à ce que les investissements de la SODIMO soient le plus efficaces possible, en garantissant leur adaptabilité et leur souplesse dans un climat d'affaires en constante évolution et en octroyant des fonds aux parties prenantes dans des délais plus rapides. Le plan stratégique met également l'accent sur la nécessité de faciliter la collaboration entre les parties prenantes et de les aider à pénétrer les marchés extérieurs. Tous les programmes et activités de la SODIMO tiendront compte de ces priorités au cours du prochain exercice.

IX. Plan de communication

Contexte

Comme indiqué dans le préambule du plan d'activités, l'Ontario fait face à un certain nombre de défis qui pourraient nuire à ses industries culturelles à l'aube de l'exercice 2014-2015 : l'instabilité et la certitude et la faible croissance de l'économie mondiale; la timidité des dépenses de consommation dans le secteur du divertissement et de la création; et l'incertitude politique créée par la présence d'un gouvernement minoritaire. En outre, les industries culturelles de l'Ontario sont confrontées à leurs propres problèmes, au premier rang desquels figurent les difficultés constantes pour accéder à un financement adéquat et les défis liés à la pénétration des marchés étrangers.

Face à cet horizon relativement incertain, la SODIMO continuera de fournir une aide précieuse afin de garantir le succès de ses parties prenantes dans leurs activités respectives. La renommée de la SODIMO et de ses programmes et services a connu une croissance exponentielle au cours des dernières années. Le nombre d'impressions d'audience est passé de 82 millions en 2012-2013 à près de 90 millions au cours des deux premiers trimestres de 2013-2014 seulement, et ce, sans compter le rôle joué par les médias sociaux, qui ont accru davantage la visibilité de la SODIMO depuis leur mise en place en 2010-2011. Les demandes concernant les programmes et services de la SODIMO n'ont jamais été aussi élevées, y compris les demandes au titre de nouvelles initiatives comme le Fonds ontarien de promotion de la musique, qui viendront multiplier le nombre de demandes reçues par la SODIMO.

Comme indiqué dans le plan d'activités 2013-2014 de la SODIMO, les objectifs de l'organisme pour cet exercice resteront identiques : améliorer l'accès au financement; permettre l'évolution des affaires; appuyer l'élaboration de contenu et l'accès aux marchés; encourager la collaboration; faire preuve d'un solide leadership pour ce qui est de faire progresser les industries des médias culturels de l'Ontario. La SODIMO axera ses activités de communication 2014-2015 sur la nécessité d'expliquer en quoi ces différents objectifs jouent un rôle dans la vitalité économique des industries culturelles de l'Ontario.

Objectifs de communication 2014-2015

1. Mettre en exergue les retombées économiques des industries culturelles en Ontario et le rôle joué par la SODIMO pour les épauler
2. Renforcer l'association de la SODIMO à des résultats positifs
3. Continuer de valoriser l'image de marque de la SODIMO

Stratégies

1. Mettre en exergue les retombées économiques des industries culturelles en Ontario et le rôle joué par la SODIMO pour les épauler
 - Aider les parties prenantes de l'industrie à promouvoir leurs produits et leurs services et continuer de faire valoir leurs succès dans le cadre des réalisations de la SODIMO
 - Continuer d'améliorer et de consolider la dynamique des médias sociaux afin de sensibiliser le public aux programmes et services de la SODIMO et aux succès des industries culturelles de l'Ontario
2. Renforcer l'association de la SODIMO avec des résultats positifs

- Étendre la présence dans les médias grand public – si possible, en se servant d'événements et d'activités de circonstance comme accroches médiatiques pour relater les succès de la SODIMO et de ses parties prenantes
- Toucher un public plus vaste en intégrant la diversité dans toutes les tactiques de communication, y compris par le biais des relations avec les médias multiculturels et d'activités de marketing pour gagner en portée et en pertinence et trouver des occasions de sensibilisation afin de promouvoir les programmes et les services de la SODIMO auprès des communautés multiculturelles et des groupes ayant des besoins particuliers
- Créer et diffuser des messages cohérents et convaincants dans le cadre des relations avec les médias, sur les médias sociaux, au sein de présentations ou de discours, etc.
- Promouvoir tous les secteurs de manière équitable au sein des communications de la SODIMO

3. Valoriser l'image de marque de la SODIMO

- Continuer d'actualiser le contenu publié sur le site Web de la SODIMO de façon à le tenir à jour et à mobiliser le public
- Continuer d'optimiser le caractère distinctif de l'identité visuelle de la SODIMO

Groupes cibles

La SODIMO cible deux groupes distincts mais d'importance égale : les parties prenantes de l'industrie et les membres du grand public (qui sont aussi des consommateurs de produits multimédias culturels). Les deux groupes exigent des techniques de communication différentes.

Ces deux groupes peuvent se répartir de la manière suivante :

<i>Parties prenantes de l'industrie</i>	<i>Grand public</i>
• Six secteurs des médias culturels : éditions de livres et de revues, cinéma et télévision, produits multimédias interactifs numériques et musique (y compris les nouvelles parties prenantes de l'industrie de la musique dans le cadre du Fonds ontarien de promotion de la musique qui ne pouvaient pas bénéficier auparavant du soutien de la SODIMO)	• Artistes qui connaissent moins bien l'aspect commercial des industries
• Industries connexes, p. ex., animation et effets visuels, postproduction, fournisseurs de matériel, industries de la distribution et des technologies	• Médias généraux, journalistes, blogueurs, utilisateurs des médias sociaux
• Médias professionnels (<i>Playback</i>, <i>The Hollywood Reporter</i>, <i>Quill & Quire</i>, blogues)	• Consommateurs/grand public
• Personnes qui présentent ou présenteront une demande au	

<i>Parties prenantes de l'industrie</i>	<i>Grand public</i>
titre d'un programme de la SODIMO	
• Autres partenaires au sein des industries culturelles (festivals, organisations commerciales, etc.)	
• Membres du gouvernement/personnel politique	

Points importants à prendre en considération

- Les réductions du soutien gouvernemental et les pressions ainsi exercées sur les entreprises se feront probablement sentir au cours des prochaines années. La SODIMO devra continuer d'expliquer clairement au gouvernement que ses programmes et services permettent de dégager un rendement du capital investi considérable.
- Bien que les niveaux de service se soient nettement améliorés relativement aux programmes de crédits d'impôt (le modèle d'évaluation des risques ayant, en effet, simplifié le processus de demande), le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique entraînera une augmentation de la demande envers les ressources de la SODIMO. Par ailleurs, le Fonds ciblera de nouveaux groupes de parties prenantes qui ne pouvaient pas auparavant présenter de demande de fonds auprès de la SODIMO. Il conviendra d'adapter les messages clés pour les publics existants et nouveaux.
- Si la vigueur du dollar canadien par rapport au dollar américain n'a pas contribué à attirer les investissements américains au cours des dernières années, la reprise économique américaine fragile et les craintes récurrentes d'une récession mondiale pourraient ralentir les investissements en Ontario (p. ex., dans les services de production). Il sera d'autant plus nécessaire de faire valoir les avantages qu'il y a à faire affaire en Ontario et de promouvoir la gamme de mesures incitatives.

Éléments de programmes et mise en œuvre

a) Messages clés

Les messages clés servent de base aux publicités, aux brochures, aux documents d'information, aux discours, aux présentations, aux rapports annuels, aux foires aux questions, aux communiqués de presse, aux entrevues avec les médias – ainsi qu'aux conversations du quotidien. Les messages clés doivent être ciblés et étayés par des faits pertinents et des réussites exemplaires.

Reconnaissant le rôle crucial que jouent les messages clés dans la communication des buts et objectifs de l'organisme, la SODIMO a conçu une série de brefs profils sectoriels qui mettent en relief, en une seule page, les données clés et les réussites exemplaires de chaque industrie et qui soulignent des citations positives de la part de parties prenantes. Bien qu'ils soient principalement utilisés pour contextualiser des articles dans les médias, ces documents peuvent également servir de référence aux porte-parole de la SODIMO en vue d'une entrevue avec les médias.

La SODIMO continuera de mettre à jour son calendrier de messages clés, de manière à mettre en évidence un secteur différent chaque mois : janvier est le mois des produits MIN (Dialogue numérique); février est le mois du cinéma et de la télévision (statistiques 2013 en matière de productions); mars est le mois de la musique (prix Juno); avril est le mois de la recherche (Vitrine de la recherche); mai est le mois des livres (préparatifs du Prix Trillium); juin est le mois des revues (MagNet); juillet et août célèbrent tous les secteurs; septembre est le mois du cinéma (TIFF); octobre est le mois de la télévision; novembre est le mois de la musique; décembre est le mois des réussites exemplaires dans tous les secteurs. Le calendrier des messages clés est croisé avec le calendrier de planification globale de la SODIMO qui indique les dates clés et les événements importants de l'organisme afin de planifier les activités. Par exemple, dans le cas des médias sociaux, des messages Twitter peuvent être rédigés à l'avance, traduits et publiés au moment opportun (p. ex., pour annoncer les dates butoirs d'un programme). Les messages clés et les calendriers de planification de la SODIMO continueront d'être mis à jour de manière régulière.

Mise en œuvre :

- Examiner les bases de données des messages clés et des réussites exemplaires, et les mettre à jour au besoin; actualiser le calendrier des messages clés et le calendrier de planification de la SODIMO et les distribuer à l'équipe dirigeante – à partir du 1^{er} trimestre
- Concevoir des messages clés personnalisés selon les besoins, les examiner avec les membres de l'équipe dirigeante et les copier aux membres du conseil d'administration, le cas échéant – à partir du 1^{er} trimestre

b) Conseillers en relations publiques

Au fil des ans, afin de compléter et de renforcer les outils du service des communications de l'organisme, la SODIMO a sollicité l'appui de conseillers de relations publiques qui lui ont fourni des services et des tactiques de communication efficaces. Bien que les conseillers en relations publiques se soient notamment penchés sur les relations avec les médias, ils ont également contribué à déterminer de nouvelles plateformes de communication (p. ex., médias sociaux, possibilités de prises de parole, médias ethnoculturels, etc.).

Les objectifs en matière de relations publiques sont les suivants :

1. mettre en avant le rôle essentiel que joue la SODIMO pour soutenir l'économie culturelle de l'Ontario;
2. toucher de nouveaux publics en privilégiant les communautés multiculturelles importantes et les médias non traditionnels;
3. contribuer à la stratégie de la SODIMO en matière de médias sociaux.

La stratégie consistera à démontrer le rendement du capital investi par la SODIMO, tant sur le plan culturel qu'économique, dans les six secteurs culturels qu'elle appuie.

L'organisme atteindra ses objectifs grâce à un large éventail de tactiques, dont voici quelques exemples :

- concevoir des présentations thématiques liées à des événements particuliers;

- atteindre de nouveaux publics – p. ex., des groupes multiculturels et des blogueurs;
- publier des articles de journaux et des communiqués de presse audio;
- orienter l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de médias sociaux.

L'agence de relations publiques contribuera également à surveiller la couverture médiatique et à présenter un rapport à ce propos.

Mise en œuvre :

- Élaborer des recommandations et un calendrier au premier trimestre et les présenter à l'équipe dirigeante de la SODIMO, puis au Comité des communications du conseil d'administration
- Mise en œuvre à partir du premier trimestre

c) Relations avec les médias

Les relations avec les médias demeurent un des piliers de la stratégie de communication de la SODIMO et ont gagné en efficacité au fil du temps. Comme indiqué précédemment, le nombre d'impressions d'audience au cours des deux premiers trimestres de l'exercice 2013-2014 s'élève à 90 millions, contre environ 82 millions pour l'ensemble de l'exercice précédent.

La SODIMO continuera de s'appuyer sur des articles très médiatisés pour asseoir sa réputation de chef de file en matière de soutien aux industries culturelles de l'Ontario. Par ailleurs, la SODIMO poursuivra ses efforts pour intégrer les médias sociaux et les blogues dans sa stratégie de relations avec les médias.

La SODIMO collabore avec des conseillers en relations publiques afin de surveiller en permanence la couverture médiatique et de s'assurer que les messages sont au bon diapason.

Sur le plan des relations avec les médias, les principales tactiques demeureront les suivantes :

- concevoir et diffuser des messages clés cohérents dans le cadre des relations avec les médias;
- intégrer des messages à valeur économique dans des histoires captivantes sur le secteur des médias culturels de l'Ontario, afin de montrer l'importance et les retombées du soutien apporté par la SODIMO;
- mettre l'accent sur les médias grand public pour atteindre le plus large auditoire possible;
- rechercher des activités de circonstance – p. ex., acheter des publireportages dans des médias clés de l'industrie (p. ex., *The Hollywood Reporter*);
- concevoir des articles de journaux à visée publicitaire de manière à atteindre un public plus large;
- concevoir des présentations proactives à l'intention des journalistes qui interrogent des porte-parole et couvrent des études de cas/réussites exemplaires, afin de maintenir une trame narrative cohérente;
- soutenir des événements majeurs (p. ex., le Prix littéraire Trillium) avec une équipe promotionnelle;
- veiller à ce que la SODIMO établisse des liens avec des journalistes de renom par le biais des médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube).

Mise en œuvre :

- Mettre en œuvre un programme de relations avec les médias – à partir du 1^{er} trimestre
- Examiner la stratégie de relations avec les médias et ses indicateurs – de manière continue et dans le cadre de la publication des résultats trimestriels

d) Médias sociaux

La SODIMO est active sur quatre sites de médias sociaux : Facebook, Twitter, YouTube et LinkedIn. La stratégie de la SODIMO à l'égard des médias sociaux consiste à diffuser des bulletins de nouvelles sur l'organisme et les parties prenantes au plus large public possible et à créer des espaces de dialogue et d'échanges avec les parties prenantes. L'activité ne cesse d'augmenter : le compte Twitter de la SODIMO rassemble plus de 3 600 abonnés. Sur Twitter, la SODIMO communique des messages sur ses programmes, ses services et ses dates butoirs, présente les dernières actualités sur les parties prenantes et le soutien octroyé aux six secteurs, et publie des communiqués de presse, des liens vers des revues de presse et des données clés sur des événements marquants, et ce, en français comme en anglais. Le score Klout de la SODIMO (qui mesure l'influence en ligne de l'organisme) est passé l'an dernier de 45 à 56.

La chaîne YouTube de la SODIMO continue de croître et présente un vaste éventail de contenu, dont les petits déjeuners et les conférences Dialogue numérique, le Prix littéraire Trillium, les entrevues avec des célébrités du TIFF et la vidéo d'entreprise de 60 secondes de la SODIMO. Il ne s'agit pas simplement de fournir un compte rendu des événements de la SODIMO, mais aussi de tenir le public informé et de favoriser sa participation. La SODIMO réalise des vidéos pour tous ses événements et les publie peu après sur ses comptes Twitter et Facebook.

La page Facebook de la SODIMO a déjà reçu plus de 1 500 mentions « J'aime » et ce succès va grandissant. L'organisme publie notamment des renseignements sur ses programmes, des liens vers des revues de presse et des annonces de la SODIMO et des parties prenantes. La stratégie consistera à s'assurer que les messages sont publiés avec une fréquence suffisante pour maintenir l'intérêt du public et favoriser sa participation (par le biais de Facebook, la SODIMO peut toucher un public de plus de 500 000 personnes). Des rapports mensuels sont créés pour tous les sites de médias sociaux afin de suivre de près les réussites.

La SODIMO poursuit sa collaboration avec un conseiller en médias sociaux pour l'aider à cerner les occasions à saisir, mettre au point des stratégies et s'assurer que les nouvelles sont diffusées dans les meilleurs délais. En outre, la SODIMO participe activement au forum interministériel sur les médias sociaux, qui se tient tous les deux mois pour discuter des problèmes et des pratiques exemplaires propres aux pouvoirs publics. La SODIMO continuera également à travailler en étroite collaboration avec des conseillers en relations publiques pour élaborer la stratégie la plus efficace à adopter à l'égard des médias sociaux.

L'objectif est d'utiliser les médias sociaux pour renforcer l'image de marque de la SODIMO.

Mise en œuvre :

- Collaborer avec l'agence de relations publiques et le conseiller en médias sociaux pour élargir l'audience – à partir du 1^{er} trimestre

- Téléverser des événements vidéo de la SODIMO sur YouTube et les promouvoir sur Twitter et Facebook – à partir du 1^{er} trimestre

Renforcer l'image de marque de la SODIMO

e) Publicité

La SODIMO poursuit ses efforts pour élargir la portée de sa campagne publicitaire en créant des partenariats novateurs avec des médias clés, comme *The Walrus*, *The Hollywood Reporter* (Festival de Cannes et TIFF) et *Persian Tribune*. La publicité payante dans ces médias a également permis de mettre en exergue, d'une part, le Prix littéraire Trillium qui contribue à mieux faire connaître le secteur ontarien du livre et, d'autre part, les programmes parrainés ou soutenus par la SODIMO, comme le FFI (Forum sur le financement international durant le TIFF) et Producers Lab Toronto (PLT), qui génèrent des occasions de financement/coproduction pour les réalisateurs de l'Ontario. La SODIMO continuera de porter ses messages dans les médias sociaux, payants et non payants, dans le cadre de ses événements et de ses activités de communication.

L'annonce télévisée de 60 secondes de la SODIMO figure sur notre site Web et renvoie vers les sites de médias sociaux. La vidéo véhicule un message toujours aussi puissant, et la SODIMO continuera de s'en servir dans le cadre d'événements pour attirer l'attention de l'auditoire avant toute prise de parole, mais aussi au sein des troupes de commandites qui exigent des supports en ligne. En 2013, nous avons mis à jour de nombreuses images de la vidéo afin de prolonger sa durée de vie pour quelques années supplémentaires.

Le service des communications continuera d'examiner chaque occasion de publicité pour maximiser l'impact de ses investissements. Aux fins de la planification, le service des communications a élaboré un calendrier marketing pour prévoir suffisamment de temps pour la création et le placement des publicités. Le calendrier fait l'objet de mises à jour dès que de nouvelles possibilités de publicité voient le jour, tandis que les publicités existantes sont évaluées pour vérifier qu'elles demeurent pertinentes.

En 2014-2015, la SODIMO poursuivra ses efforts pour trouver des occasions de diffuser ses messages et de valoriser son image de marque auprès d'un public plus large en envisageant des placements dans des médias clés ou en projetant des partenariats avec ces derniers.

Le plan de communication 2014-2015 continuera de mettre en avant la nécessité de consolider les réussites actuelles en matière de communication et de renforcer l'image de marque de la SODIMO.

Mise en œuvre :

- Examiner et mettre à jour le calendrier marketing – à partir du 1^{er} trimestre
- Collaborer avec les différents services de la SODIMO et des médias ciblés pour placer des annonces, selon le besoin – à partir du 1^{er} trimestre
- Rechercher des activités de circonstance (publications des métiers clés et d'intérêt général, etc.) – à partir du 1^{er} trimestre

f) Identité visuelle et normes graphiques

La campagne de sensibilisation menée de façon dynamique en 2011 par la SODIMO a permis d'établir une identité visuelle pour l'organisme. Cette identité visuelle continuera d'être utilisée dans tous les documents imprimés et en ligne. À cette fin, un guide de style et des modèles ont été

élaborés pour que les annonces, les bulletins, les signatures de courriels, les infolettres, les brochures et autres supports soient conformes aux exigences stylistiques de la SODIMO. Au fur et à mesure de l'élaboration de nouveaux produits (p. ex., nouveau site Web), le service des communications continuera de veiller au respect de l'identité visuelle et du guide de style de la SODIMO.

Mise en œuvre :

- Préserver l'intégrité de l'image de marque de la SODIMO dans tous les supports et documents – à partir du 1^{er} trimestre

g) Mise à jour du site Web

La SODIMO a lancé son site Web réactualisé début 2013. Le site Web de la SODIMO est une source d'information essentielle et un point de rencontre pour les parties prenantes de l'industrie et le grand public. Afin de préserver l'efficacité de cet outil de communication, l'organisme doit mettre à jour son contenu de façon régulière. Le service des communications a établi un calendrier ordinaire pour mettre régulièrement à jour le contenu du site Web et favoriser la participation du public visé. La SODIMO a également chargé un fournisseur extérieur d'actualiser les réussites exemplaires des parties prenantes.

À mesure que la SODIMO continue de suivre les résultats, le service des communications veillera à ce que le site Web parvienne à tenir les parties prenantes informées et à favoriser leur participation. Ces objectifs seront étayés par le nombre de pages vues et d'autres indicateurs pertinents.

Mise en œuvre :

- Mettre à jour le contenu du site Web – à partir du 1^{er} trimestre
- Suivre les pages du site les plus visitées – à partir du 1^{er} trimestre

Initiatives et événements spéciaux

h) Fonds ontarien de promotion de la musique

Le gouvernement a lancé le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) en octobre 2013. Le FOPM est un fonds de 45 millions de dollars qui seront octroyés sur trois ans par le biais du Bureau ontarien de promotion de la musique (BOPM), organe nouvellement créé au sein de la SODIMO.

L'objectif de ce fonds est de développer et de promouvoir l'industrie musicale de l'Ontario, qui contribue fortement à l'expansion de la culture et de l'économie de la province. La plus grande partie de l'industrie musicale canadienne se situe en Ontario : la province génère, en effet, plus de 80 p. 100 des recettes nationales. L'Ontario est également le berceau de nombreuses maisons de disques canadiennes (producteurs majeurs et indépendants), ainsi que d'importantes associations professionnelles.

De même que la SODIMO a contribué à développer et à renforcer la position de l'Ontario en tant que province productrice de films et d'émissions télévisées grâce au Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique, le Fonds ontarien de promotion de la musique permettra à la SODIMO d'aider à faire de l'Ontario l'endroit idéal pour enregistrer de la musique, organiser des festivals, accueillir des concerts et faire de l'industrie musicale un secteur florissant.

De nombreuses parties prenantes n'étaient pas auparavant admissibles aux financements de la SODIMO. Le service des communications devra travailler en étroite collaboration avec le Bureau ontarien de promotion de la musique de la SODIMO et les conseillers en relations publiques, afin de s'assurer que les messages délivrés sont clairs et cohérents.

Les objectifs du service des communications sont les suivants :

- encourager les personnes répondant aux critères à présenter une demande au titre du Fonds ontarien de promotion de la musique;
- placer le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique au cœur des programmes de la SODIMO;
- faire valoir le franc succès que connaît la SODIMO pour faire de l'Ontario le porte-drapeau des industries de la création et un chef de file en matière de gestion des subventions culturelles;
- mettre en lumière la valeur qu'apporte l'industrie musicale à la province;
- axer le rôle du FOPM sur le développement de l'industrie musicale, afin de différencier le fonds des autres programmes et subventions;
- expliquer clairement les critères d'admissibilité aux différents volets du FOPM afin d'aider les éventuels auteurs d'une demande à savoir s'ils peuvent se porter candidats;
- consolider l'appui des parties prenantes à l'égard du FOPM.

Mise en œuvre :

- Collaborer avec le Bureau ontarien de promotion de la musique afin de s'assurer que les messages sont clairs et cohérents – à partir du 1^{er} trimestre

i) Jeux panaméricains et parapanaméricains

Les Jeux panaméricains et parapanaméricains se tiendront en 2015 en Ontario dans la ville de Toronto et ses environs. La SODIMO a déjà fourni au ministère une liste de recommandations sur la manière dont le secteur culturel de l'Ontario peut être intégré/mis en valeur à l'occasion des Jeux. Le service des communications travaillera, à l'approche des Jeux, en étroite collaboration avec les autres services de la SODIMO et le ministère de sorte que les produits multimédias culturels en Ontario jouissent d'une bonne visibilité auprès d'un public international.

De plus, la SODIMO cherchera à donner une dimension sportive à ses communications et à trouver des connexions cohérentes permettant de promouvoir le sport notamment dans les publicités, sur les réseaux sociaux, par le biais du site Web, etc.

Mise en œuvre :

- Collaborer avec le Groupe de développement de l'industrie et le ministère pour s'assurer que les produits multimédias culturels en Ontario jouissent d'une excellente visibilité avant et pendant les Jeux – à partir du 1^{er} trimestre

j) Relations auprès des communautés multiculturelles ou des groupes ayant des besoins particuliers

La SODIMO s'engage à continuer d'étendre ses services et ses programmes dans l'intérêt des groupes ethnoculturels ou ayant des besoins particuliers. La SODIMO poursuivra ses nombreux efforts pour mobiliser les communautés de médias ethniques du Canada afin de proposer ses programmes et services à des groupes de langue tierce :

- en repérant des histoires pertinentes pour les médias multiculturels et en faisant la promotion de récits culturels ayant une portée plus large et visant tous les publics;
- en distribuant des éditoriaux, des articles, des photographies et d'autres supports aux organes multiculturels;
- en actualisant notre stratégie publicitaire, c'est-à-dire en étudiant les nouveaux événements et commandites à caractère multiculturel et ceux qui existent déjà.

La SODIMO collaborera avec des conseillers en relations publiques pour cibler les campagnes médiatiques à l'intention des médias culturels ethniques, le cas échéant, et trouver de nouvelles activités de circonstance; pour contrôler et actualiser les produits de communication de la SODIMO destinés aux communautés francophones afin de s'assurer que ces dernières sont correctement informées des programmes et des services de l'organisme; et pour épauler les communautés ayant des besoins particuliers (p. ex., l'Abilities Art Festival, le site Web de l'ACTRA pour la diversité).

Dans la mesure du possible, la SODIMO continuera d'inclure la diversité dans toutes ses tactiques de communication, y compris par le biais des relations avec les médias multiculturels et d'activités de marketing pour gagner en portée et en pertinence et trouver des occasions de sensibilisation afin de promouvoir les programmes et les services de la SODIMO auprès des communautés multiculturelles et des groupes ayant des besoins particuliers.

Mise en œuvre :

- Cerner les occasions de sensibilisation avec les différentes communautés – 1^{er} trimestre
- Collaborer avec Sharifa Khan et le Comité des communications en vue de mettre au point une stratégie
- Collaborer avec une agence de relations publiques et cerner des occasions à saisir au sein des communautés multiculturelles – à partir du 1^{er} trimestre
- Collaborer avec la Canadian Ethnic Media Association (CEMA) et des organismes similaires afin d'identifier les groupes ethnoculturels et d'établir un premier contact – en cours
- Formuler des recommandations en matière de communication pour ces groupes et commencer à les mettre en œuvre – à partir du

1^{er} trimestre

- Mettre en avant les réussites exemplaires sur le site Web de la SODIMO – à partir du 1^{er} trimestre

k) Événements de l'industrie

La SODIMO parraine ou organise un certain nombre d'événements et d'initiatives stratégiques de l'industrie : Fêtons l'Ontario, le FFI (Forum sur le financement international durant le TIFF), Producers Lab Toronto, les conférences Dialogue numérique et les petits déjeuners du Dialogue numérique, De la page à l'écran, la Vitrine de la recherche, le Prix littéraire Trillium, etc. Si certaines de ces initiatives ont lieu tous les ans, d'autres se tiennent au gré des événements (p. ex., projections spéciales). Toutes ces activités sont destinées à mettre en exergue le leadership de la SODIMO et son soutien à l'industrie, à promouvoir ses programmes, ses fonds et ses services, à souligner les réussites exemplaires et à mettre sur pied des tribunes où les parties prenantes de l'industrie peuvent réseauter et trouver des occasions d'affaires au sein de leur propre secteur ou d'un secteur différent.

Sur le plan de la communication, ces événements revêtent les objectifs suivants :

- se concentrer sur l'amélioration de la communication autour des événements existants (y compris par le biais d'activités de sensibilisation non traditionnelles);
- mettre à profit les périodes précédant les événements (p. ex., deux ou trois semaines à l'avance) pour attirer l'intérêt des médias à l'égard des activités de la SODIMO;
- explorer de nouvelles formes de communication (p. ex., les médias sociaux) pour mettre en relief les événements existants ou nouveaux en mettant l'accent sur la collaboration intersectorielle.

Le service des communications consacrera un budget à la projection d'un film au cours de cet exercice et à deux autres activités de circonstance à des fins de sensibilisation.

La SODIMO se penchera également sur l'élaboration d'un processus d'organisation d'événements plus dynamique et plus proactif, qui mettra l'accent non seulement sur les événements dont la SODIMO est à l'origine, mais également sur les événements dont la SODIMO fait partie. Il s'agira en fait de tirer profit des événements qui ne relèvent pas de la SODIMO pour promouvoir ses programmes et ses services auprès d'un plus large public.

Mise en œuvre :

- Se concentrer sur la valorisation des événements existants – à partir du 1^{er} trimestre
- Tirer profit des périodes précédant les événements pour susciter l'intérêt des médias – en cours
- Explorer de nouvelles occasions à saisir – en cours

l) Prix littéraire Trillium

Le Prix littéraire Trillium reste l'un des événements les plus prestigieux du calendrier de la SODIMO. L'édition 2013 a généré un chiffre record de 67 millions d'impressions d'audience. Le service des communications travaillera en étroite collaboration avec les conseillers en initiatives pour l'industrie et en relations publiques afin de déterminer les activités de publicité et de relations avec les médias à mettre en place pour l'exercice 2014-2015

Mise en œuvre :

- Collaborer avec les conseillers en initiatives pour l'industrie et en relations publiques afin de formuler et de mettre en œuvre les recommandations visant à accroître la publicité entourant le Prix littéraire Trillium 2014 – 1^{er} trimestre

Leadership éclairé et prises de parole

Les membres du conseil d'administration et de l'équipe dirigeante de la SODIMO s'emploient en permanence à communiquer les buts et les objectifs de l'organisme qui ont été mis en évidence dans le plan stratégique pour « influencer les personnalités influentes », c'est-à-dire identifier les personnes et les groupes qui peuvent mettre en avant la SODIMO auprès de décideurs clés. Voici quelques propositions d'activités de communication en vue d'asseoir le leadership éclairé de la SODIMO:

m) Discours/présentations

Les porte-parole de la SODIMO sont souvent amenés à prendre la parole lors d'événements de l'industrie ou chez les parties prenantes. Ces interventions peuvent prendre la forme de brèves allocutions prononcées au cours de certains événements (p. ex., pour présenter des conférenciers) ou de présentations plus élaborées au sujet du mandat de l'organisme, de ses programmes, de ses fonds et de ses services aux différents secteurs. Dans tous les cas, la SODIMO évalue les occasions au cas par cas et veille à ce que les messages clés soient bien transmis.

Les discours sont susceptibles d'intéresser les médias, et les points clés peuvent être repris dans des communiqués ou des articles de presse. Les prises de parole permettent également aux porte-parole de la SODIMO de mettre en avant les réussites exemplaires de l'organisme. Le service des communications collaborera avec l'équipe dirigeante et les conseillers en relations publiques pour cerner les éventuelles plateformes de discours et élaborer des présentations types qui pourront être mises à jour, adaptées et personnalisées en fonction des occasions. Les plateformes de discours exigent généralement un délai de préparation assez long. C'est pourquoi cette activité ne devrait pas commencer avant la fin du 2^e trimestre.

Mise en œuvre :

- Travailler avec les conseillers en relations publiques et l'équipe dirigeante afin de cerner les plateformes de discours de l'industrie et d'autres secteurs appropriés – à partir du 1^{er} trimestre
- Examiner les discours et les présentations existants pour éventuellement les mettre à jour et les transformer en articles signés – à partir du 1^{er} trimestre

Supports de publication et de communication

L'agence Media Profile a effectué une vérification de tous les supports de communication de la SODIMO à la fin de l'année 2013. Les résultats de l'étude éclaireront les futures décisions à prendre sur le contenu et la présentation.

Les supports de communication existants peuvent servir à transmettre aux parties prenantes de l'information sur les programmes, les services et les réussites exemplaires de la SODIMO, ainsi que des messages clés tirés du plan stratégique et du plan d'activités 2014-2015. Ils comprennent les éléments suivants :

n) Bulletins

Les bulletins ont pour objectif d'informer les parties prenantes des programmes et des services de la SODIMO, de présenter les réussites exemplaires au sein des programmes et des parties prenantes, de mettre en valeur de manière équitable les six secteurs culturels, de souligner les travaux de recherche sur l'industrie et de proposer un calendrier des événements propres à l'industrie.

Mise en œuvre :

- Diffusion mensuelle

o) Rapport annuel/Bilan de l'année

Depuis cinq ans, la SODIMO produit chaque année un document intitulé « Bilan de l'année », lequel souligne les activités et les succès de l'organisme. En 2012-2013, le contenu du « Bilan de l'année » constitue la base du *Rapport annuel 2012-2013* de la SODIMO, lequel contient également plusieurs sections requises par la loi (lettre d'accompagnement, engagements de programmes, état financier, etc.), et nous envisageons de garder à nouveau cette structure cette année.

Le « Bilan de l'année » sera d'abord publié en langue anglaise en version papier, et en version PDF sur le site Web de la SODIMO. Une version en langue française sera également disponible, uniquement en version PDF sur la section française du site Web de la SODIMO (une version papier est disponible sur demande). Le « Bilan de l'année » est un document marketing à caractère informatif prêt à l'emploi. Le service des communications produira le document d'ici la fin du 1^{er} trimestre.

Le *Rapport annuel* sera produit dans un second temps. Ce document bilingue sera imprimé et publié séparément en anglais et en français sur le site Web de la SODIMO après avoir été déposé à l'Assemblée législative de la province.

Mise en œuvre :

- Document « Bilan de l'année » rédigé et produit avant la fin du 1^{er} trimestre en version papier et en version électronique publiée sur le site Web
- Le contenu du *Rapport annuel* (lettres, rapport du vérificateur, état financier, engagements de programmes et résultats, etc.) sera ajouté, remodelé, imprimé et envoyé au ministère au début du 3^e trimestre. Il doit être reçu 60 jours après que le conseil d'administration a reçu les

états financiers vérifiés et validés par le Bureau du vérificateur général.

n) Supports marketing de la SODIMO

Les différents services de la SODIMO (Développement de l'industrie, Programmes de crédits d'impôt et de financement, Activités opérationnelles et recherche) ont tous des obligations en matière de publication : un document d'une page relatif aux programmes de crédits d'impôt, des livrets pour le Festival de Cannes et le TIFF, ou encore des brochures sur les événements à Los Angeles et les nombreuses autres manifestations organisées ou soutenues par la SODIMO. Le service des communications continuera de collaborer avec ces différents services afin de cerner leurs besoins et d'y répondre en leur apportant toute l'aide nécessaire en matière de rédaction et de mise en page.

Mise en œuvre :

- Apporter aux différents services de la SODIMO toute l'aide nécessaire en matière de rédaction et de mise en page – à partir du 1^{er} trimestre

o) Vidéographie d'entreprise SODIMO pour les événements de la SODIMO

La SODIMO continuera de recruter des vidéographes pour filmer des événements à inclure sur sa chaîne YouTube. Ces vidéos sont importantes pour documenter les événements et revêtent un caractère utile pour les personnes n'ayant pas pu y assister (p. ex., la conférence Dialogue numérique). En 2014-2015, la SODIMO tâchera d'approfondir l'utilisation de ce segment.

Mise en œuvre :

- Vidéographie des événements de la SODIMO – à partir du 1^{er} trimestre
- Révision et actualisation de la vidéo d'entreprise, création d'un produit final – 1^{er} trimestre

X. Ressources en personnel et dotation en personnel

Tous les employés de la SODIMO sont membres de la fonction publique de l'Ontario et sont rémunérés selon les modalités de leur convention collective.

Annexe I. Organigramme
(au 25 octobre 2013)

Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

