

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

*Plan d'activités 2016-2017*



Présenté le 15 janvier 2016



**Ontario**

Ontario Media Development  
Corporation  
Société de développement  
de l'industrie des médias  
de l'Ontario



met la culture en marche

## TABLE DES MATIÈRES

Addenda du plan d'activités de 2016-2017 .....	i
I. Résumé .....	1
II. Mandat .....	11
III. Analyse de l'environnement .....	14
IV. Orientations stratégiques .....	26
V. Vue d'ensemble des programmes et activités actuels et futurs de l'organisme.....	30
VI. Ressources nécessaires pour atteindre les objectifs .....	53
VII. Budget financier .....	55
VIII. Mesures de rendement.....	56
IX. Stratégies d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques .....	61
X. Initiatives menées en partenariat.....	64
XI. Plan relatif à la technologie de l'information et à la prestation électronique des services .....	66
XII. Plan de mise en œuvre.....	69
XIII. Plan de communication .....	70
XIV. Ressources humaines et dotation en personnel .....	73
Organigramme .....	74
Annexe A : Mesures de rendement 2016-2017 .....	75
Annexe B : Plan du mandat et des objectifs de la Sodimo .....	77

## ADDENDA DU PLAN D'ACTIVITÉS DE 2016-2017

*Veuillez prendre note que cet addenda a été rédigé en avril 2016, à la suite de l'annonce des réductions budgétaires à la SODIMO en 2016-2017. Il précise les changements correspondants au Plan d'activités de l'organisme, soumis en janvier 2016, avant les modifications au budget.*

### **Introduction**

Le budget provincial de 2016, annoncé le 25 février 2016, comportait une réduction budgétaire de 7,5 millions de dollars à la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), dans le cadre de la stratégie du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) pour atteindre son objectif budgétaire. La réduction du budget de la SODIMO comporte deux parties : une réduction ponctuelle de 4 millions de dollars des réserves d'argent de l'organisme et une réduction de 3,5 millions de dollars de l'allocation de base annuelle de l'organisme.

Le Plan d'activités de la SODIMO de 2016-2017 a été achevé en janvier, avant l'annonce du budget. Par conséquent, les programmes et les initiatives stratégiques décrits dans le Plan sont fondés sur l'hypothèse d'un budget annuel supérieur à ce qui est présentement disponible à l'organisme. L'addenda du Plan d'activités de la SODIMO ne présente que les mises à jour de ce qui a changé par rapport au Plan original. Il décrit également les réductions et l'approche de priorisation adoptée pour compenser les 7,5 millions de dollars ponctuels et les coupures du financement de base effectuées.

Le but premier de la stratégie de réduction de l'organisme, présentée ici, était de minimiser l'impact direct des coupures sur l'industrie, tout en s'assurant de la durabilité financière et stratégique à long terme du Plan de l'organisme. Ce plan laisse intacts le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) et le Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds pour les produits MIN), à 15 millions de dollars et à 10 millions de dollars respectivement, et dans la mesure du possible, atténue l'impact des coupures pour d'autres programmes et activités. Une version mise à jour des prévisions financières reflète le budget révisé de la SODIMO (voir annexe A).

### **Économies de coûts et revenus supplémentaires**

#### **Économies administratives et opérationnelles**

Pour compenser une partie de la réduction du budget, la SODIMO pouvait diminuer certains coûts administratifs et opérationnels afin de minimiser les coupures sur les programmes et les services directs de l'industrie. Plutôt que d'établir un budget pour le « pire scénario », le plan révisé fait une estimation des coûts administratifs et opérationnels à un niveau inférieur en 2016-2017, selon l'expérience véritable des dernières années, tout en conservant un budget responsable, géré en fonction du risque. En outre, l'organisme a fait des coupures dans des secteurs comme les communications, le voyage, la formation, la traduction, les dépenses locales et du conseil d'administration, en plus de reporter d'autres activités, comme les améliorations au bail pour les années futures. Ces changements ne sont pas censés avoir d'incidence directe sur l'industrie; cependant, cette stratégie réduira la capacité générale de la SODIMO d'être souple et réceptive face aux possibilités émergentes pour l'année en cours.

#### **Augmentations des frais administratifs des crédits d'impôt**

Tel qu'indiqué dans les Plans d'activités de 2015-2016 et de 2016-2017, et tel que recommandé par le

vérificateur interne, la SODIMO s'orientera vers un modèle de recouvrement des frais administratifs des crédits d'impôt. La SODIMO accélérera l'élaboration de ce modèle de recouvrement des frais, et mettra en œuvre les augmentations des frais administratifs au cours du troisième et du quatrième trimestre de 2016-2017. L'organisme se penche actuellement sur les modèles de frais et élaborera un plan de communications de l'industrie, une fois la conception du programme déterminée. Les augmentations des frais d'administration ont été mis en œuvre en dernier en 2006 (plus tôt, pour certains crédits). Le revenu généré par les frais d'administration des crédits d'impôt vise seulement à récupérer les coûts directs de prestation du programme et ne sera pas conçu comme un centre de profit pour l'organisme.

### **Programmes et activités de base**

Des réductions des programmes et des activités de base de la SODIMO ont été effectuées en dernier recours, et seulement après avoir cerné toutes les autres mesures d'économies des coûts et sources supplémentaires de revenu. En réaffectant les ressources, le plan original de 2016-2017 avait inclus de légères augmentations de budget pour plusieurs programmes. Ces augmentations ont été effectivement inversées, et au besoin, des fonds supplémentaires ont été coupés. Des efforts ont été déployés pour minimiser ces coupures de programmes et les distribuer à travers une série de secteurs de programmes, notamment la recherche, les subventions d'investissements et les événements spéciaux. Il s'agit d'une occasion manquée pour les entreprises de médias créatifs de l'Ontario de progresser, et pour la province, de tirer profit de la création d'emplois supplémentaires et des bénéfices économiques que le soutien rehaussé aurait offert. L'organisme a également cerné certaines activités moins prioritaires, en plus de déterminer que ces activités pourraient être annulées ou reportées à de futures années.

Voici les changements aux programmes et initiatives de base, à partir de ceux qui sont présentés dans le Plan d'activités :

- **Fonds du livre de la SODIMO** : augmentations reportées aux plafonds de financement, et capacité réduite pour accroître le nombre d'éditeurs financés (les chiffres de financement sont censés concorder avec 2015-2016);
- **Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revue** : augmentations reportées aux plafonds de financement et capacité réduite pour accroître le nombre d'entreprises financées (les chiffres de financement sont censés concorder avec 2015-2016);
- **Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique** : faible réduction qui donnera lieu à moins de films financés pour le développement et/ou au financement réduit par film (par rapport aux niveaux de financement de 2015-2016);
- **Recherche et planification stratégique** : annulation de la Vitrine de la recherche; réduction du budget de la conférence Dialogue numérique; et réduction du budget de subventions de la SODIMO à la recherche;
- **Développement du commerce international** : réduction du soutien aux activités internationales, notamment une enveloppe moindre pour les subventions du Fonds de la SODIMO pour l'exportation et moins de marchés internationaux soutenus (par rapport aux niveaux de financement de 2015-2016). En plus, aucune mission commerciale officielle n'aura lieu au cours de l'année financière 2016-2017;
- **Programme de développement de l'industrie** : soutien réduit du développement de l'industrie et des activités sectorielles de marketing, de sorte qu'un plus petit nombre de projets et d'organisations sont financés, et plusieurs à des montants inférieurs.

## ***Initiatives stratégiques***

Le Plan d'activités de la SODIMO de 2016-2017 a présenté un budget équilibré entre les programmes, les activités et les opérations de base de l'organisme, en plus d'activer une série d'initiatives stratégiques ponctuelles qui visaient à explorer les nouvelles stratégies de développement et à rehausser la croissance de l'industrie.

Le personnel et le conseil d'administration de la SODIMO ont examiné et réduit ces initiatives stratégiques afin de trouver un équilibre entre la création de stratégies nouvelles, et novatrices, et le besoin de fournir un soutien stable aux principaux programmes. Dans certains cas, des initiatives stratégiques pouvaient commencer avant la date prévue et étaient mises sur pied au cours de l'année financière 2015-2016, et dans d'autres cas, des initiatives stratégiques étaient assez importantes pour continuer (soit en entier ou à un niveau moindre) en 2016-2017. Les autres initiatives ont été annulées pour 2016-2017 et seront envisagées à nouveau si les ressources le permettent, au cours des prochaines années. Les changements suivants ont été apportés aux initiatives présentées dans le Plan d'activités :

### ***Découvrabilité***

Le budget de 600 000 \$ destiné aux initiatives de découvrabilité a été réduit de 390 000 \$. Le Fonds de la SODIMO pour les tournées d'auteurs ontariens sera toujours offert en 2016-2017; cependant, moins de financement sera disponible, et par conséquent moins d'auteurs et de marchés seront soutenus. La SODIMO financera également la distribution de longs-métrages nationaux et une initiative de marketing, mais à un niveau inférieur à ce qui avait été planifié, réduisant ainsi le nombre de projets financés ou le montant de financement de chaque projet d'environ 40 %.

### ***Développement des entreprises***

Le budget total des initiatives de développement des entreprises a été réduit de 600 000 \$ à 50 000 \$. Tant l'initiative de développement international d'édition de livre à Londres que la collaboration avec Artscape concernant l'initiative Launchpad ont commencé plus tôt que prévu et ont été mises sur pied en 2015-2016. L'initiative de développement du commerce international de l'industrie des revues a été conservée, tandis que l'initiative visant à octroyer des fonds aux coproductions cinématographiques a été annulée pour 2016-2017. Les coproductions continueront d'être financées par l'entremise du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique et l'initiative sera prise en considération à nouveau en 2017-2018.

### ***Célébrer l'excellence canadienne***

Le budget pour cette série d'initiatives a été réduit à partir d'une estimation originale de 200 000 \$ à 25 000 \$. Les plans pour la célébration du 30<sup>e</sup> anniversaire du Prix Trillium ont été revus à la baisse. La SODIMO n'offrira que la moitié de la programmation du Prix Trillium qui était planifiée à la base, limitant le nombre d'activités et de présentations qui ont lieu partout dans la province. Le budget révisé élimine donc l'initiative du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada et l'initiative visant à reconnaître l'excellence.

### ***Améliorations du processus opérationnel***

Plusieurs améliorations ponctuelles des opérations et de la technologie de l'information (TI) ont été

maintenues à 110 000 \$, notamment la mise en œuvre d'un système de paiement électronique, un système de stockage SharePoint et en nuage, afin d'améliorer davantage les services et de compter sur un système interne efficace.

### ***Autres changements – subvention transitoire de crédit d'impôt***

Les 6 millions de dollars que la SODIMO était censée recevoir du MTCS en 2016-2017 pour administrer une subvention transitoire en lien avec les crédits d'impôt a été réduite à 3 millions de dollars. La subvention transitoire vise à alléger le fardeau des productions qui bénéficient du Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP) et du Crédit d'impôt pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIESAI) qui ont été touchées par la réduction des taux de crédit d'impôt dans le budget de 2015 et qui ne répondent pas au critère de droits acquis. Les demandes devaient être remises à la fin de 2015 et on prévoit que l'argent de la subvention commencera à être versée en 2016-2017. La période de demande est maintenant terminée et la valeur totale réduite de la subvention est fondée sur la valeur estimée des demandes reçues. Ce changement n'est pas lié à la réduction générale du budget de la SODIMO.

### ***Conclusion***

Le budget révisé de 2016-2017 atténue et minimise l'impact direct de la réduction du budget sur l'industrie, grâce à diverses stratégies, notamment des ajustements au calendrier, la compression des coûts, les modifications aux programmes, l'augmentation des revenus et enfin, les réductions de programme. Il conserve la logique comprise dans le plan d'affaires où le budget de base est équilibré et la réserve d'argent est utilisée seulement pour soutenir des initiatives à durée limitée qui ne créeront pas d'attentes à long terme pour les intervenants. Le but premier de la SODIMO était de minimiser l'impact direct sur nos programmes de base et nos initiatives de l'industrie. Bien que ces changements au plan d'affaires et au budget aient été faits dans la perspective de minimiser l'impact sur l'industrie, une coupure de cette ampleur ne peut pas être faite sans répercussion. Le budget révisé entraînera des possibilités manquées, un retour réduit sur l'investissement, et à une souplesse et une capacité diminuées pour la SODIMO de répondre à un changement soudain et à des possibilités émergentes.

## ANNEXE A : RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES

ORGANISME : SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES (milliers de \$)	RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES			
	2016-2017 BUDGET	2016-2017 BUDGET (révisé)	2017-2018 PRÉVISIONS	2018-2019
<b>REVENU</b>				
Financement du MTCS	48 330,0	40 464,3	44 475,4	44 446,7
Subvention transitoire CIOSP/CIOESAI	6 000,0	3 000,0	-	-
Recettes propres (note 1)	2 031,0	2 498,5	2 998,5	2 998,5
<b>REVENU TOTAL</b>	<b>56 361,0</b>	<b>45 962,8</b>	<b>47 473,9</b>	<b>47 445,2</b>
<b>DÉPENSES</b>				
Salaires et avantages sociaux	7 256,0	7 006,2	7 103,1	7 201,4
Opérations (note 2)	2 539,0	2 106,1	2 130,2	2 154,7
Subventions	38 351,7	36 118,5	36 118,5	36 078,5
Subvention transitoire CIOSP/CIOESAI	6 000,0	3 000,0	-	-
Initiatives stratégiques avec durée limitée	1 500,0	575,0	575,0	575,0
Prestation de programmes	2 163,8	1 730,3	1 730,3	1 730,3
<b>DÉPENSES TOTALES</b>	<b>57 810,6</b>	<b>50 536,2</b>	<b>47 657,1</b>	<b>47 739,8</b>
<b>Résultat/(déficit) net</b>	<b>-1 449,6</b>	<b>-4 573,3</b>	<b>-183,1</b>	<b>-294,6</b>

### Notes :

- (1) Inclut les frais d'administration des crédits d'impôt, les intérêts et autre revenu.  
(2) Inclut les coûts d'occupation, d'administration, de marketing et de communications

## I. RÉSUMÉ

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) 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. Le secteur du divertissement et de la création de l'Ontario, qui emploie plus de 200 000 personnes et génère plus de 12,4 milliards de dollars de produit intérieur brut (PIB) direct, est un moteur clé de la valeur économique directe<sup>1</sup>.

Un secteur de la création florissant procure d'importants avantages économiques, culturels et sociaux qui se répercutent dans d'autres secteurs de la province. Le secteur du divertissement et de la création, et plus particulièrement les industries des médias de la création, créent directement des emplois fondés sur le savoir en Ontario. Ils contribuent à la croissance économique de la province grâce à leur apport au PIB, à leurs activités résolument tournées vers l'exportation et à leur impact dans d'autres secteurs comme le tourisme. Ils font aussi de l'Ontario un endroit où il fait bon vivre, permettant ainsi d'attirer et de retenir une main-d'œuvre hautement qualifiée et diversifiée qui profite aux employeurs dans tous les secteurs, qui permet d'accroître les recettes et qui favorise l'investissement et l'innovation dans de nombreux secteurs en Ontario. Sur le plan international, l'Ontario se classe au troisième rang derrière la Californie et New York parmi les économies du divertissement et des médias les plus florissantes en Amérique du Nord; la province est d'ailleurs un chef de file mondial en matière de génération de revenus et de création d'emplois au sein des industries de la création<sup>2</sup>. Dans un environnement économique difficile, les industries des médias de la création représentent un excellent investissement dans la croissance future de l'économie du savoir de l'Ontario.

La SODIMO s'engage à fournir un soutien hautement efficace pour stimuler la croissance et la productivité au sein des industries des médias de la création de l'Ontario, ainsi que pour renforcer leur capacité et leur compétitivité. Grâce à une trousse d'outils spécialisés incluant des crédits d'impôt, des programmes et des services destinés aux industries du cinéma et de la télévision, de l'édition de revues et de livres, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques, la SODIMO sert les objectifs stratégiques du gouvernement : promouvoir une économie créative prospère et durable; appuyer l'innovation, l'investissement et la création d'emplois; aider les sociétés ontariennes du secteur de la création à soutenir la concurrence sur les marchés intérieurs et internationaux; et aider l'Ontario à devenir un chef de file de l'économie du savoir. En offrant un éventail performant de programmes prévisibles, fiables et souples, la SODIMO continue de jouer un rôle central dans la mise en œuvre d'une stratégie de développement créatif et économique à l'échelle de la province.

Voici quelques exemples décrivant le rôle crucial joué par la SODIMO en vue de stimuler l'activité économique et la création d'emplois dans la province de l'Ontario :

---

<sup>1</sup> Données de Statistique Canada, analyse du MTCS. Les données sur le PIB sont tirées des *Comptes économiques provinciaux et territoriaux, 2011* de Statistique Canada. Les données sur la population active sont tirées de l'*Enquête sur la population active* de 2012. Ces données portent sur l'ensemble du secteur, dans les catégories suivantes : écrits et ouvrages publiés, cinéma et télévision, radiodiffusion, artistes de spectacle, musique, produits multimédias interactifs numériques, publicité, conception, artistes indépendants et services architecturaux.

<sup>2</sup> 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.

- Avec l'appui des services de prospection et de facilitation proposés par le **Bureau du cinéma de l'Ontario** et le **Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario)**, ainsi que par le biais de la trousse de programmes et de crédits d'impôt de la SODIMO, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario a **injecté 1,29 milliard de dollars dans l'économie de la province** en 2014, franchissant pour la quatrième année consécutive le seuil du milliard de dollars. L'activité de production cinématographique et télévisuelle a représenté plus de 28 000 emplois directs et indirects à temps plein en Ontario<sup>3</sup>.
- La SODIMO a certifié **2 923** projets de livres, de films, d'émissions de télévision et de produits multimédias interactifs numériques dont les budgets de production totalisent 6,1 milliards de dollars. L'investissement consenti par l'Ontario au titre des **crédits d'impôt**, dont le montant est estimé à 578 millions de dollars, a permis de lever 9,63 dollars supplémentaires pour chaque dollar investi dans le secteur de la création de médias culturels<sup>4</sup>.
- Les entreprises ontariennes bénéficiaires du **Fonds de la SODIMO pour l'exportation** ont engrangé **341 millions de dollars de recettes**, ce qui représente un rendement de 190 dollars pour chaque dollar investi par la SODIMO<sup>5</sup>.
- La SODIMO a ouvert **40 000 nouvelles pistes d'affaires** aux sociétés ontariennes à l'occasion d'événements de **développement de l'industrie** parrainés par l'organisme pour faciliter les partenariats et la collaboration<sup>6</sup>.
- La SODIMO a créé **64 emplois directs à temps plein** au sein de l'économie du savoir de l'Ontario pour chaque million de dollars consenti<sup>7</sup>.
- **3,27 dollars de PIB** ont été générés pour chaque dollar investi par le biais des **fonds** et des **crédits d'impôt de la SODIMO**<sup>8</sup>.

La SODIMO continuera de faire fond sur ces succès par le biais de ses programmes et activités.

## Analyse de l'environnement

La SODIMO réalise régulièrement une analyse de la conjoncture et un suivi des enjeux majeurs touchant les industries des médias de la création, et publie notamment un profil sectoriel complet des six secteurs qu'elle soutient.

De plus, pour éclairer et enrichir ses programmes et ses activités, la SODIMO organise régulièrement des consultations auprès des parties prenantes, ce qui contribue à renforcer son aptitude à remplir son mandat avec succès. Ces consultations formelles se font par le biais des cinq comités consultatifs sectoriels de la SODIMO qui se réunissent tout au long de l'année.

<sup>3</sup> Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO). Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle, 2015.

<sup>4</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

<sup>5</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2013-2014.

<sup>6</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

<sup>7</sup> PricewaterhouseCoopers. *OMDC Performance Measures: Final Report*, 30 mars 2015.

Remarque : Ces chiffres proviennent des données 2013-2014.

<sup>8</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

Parmi les tendances et les défis majeurs reliés aux industries des médias de la création de l'Ontario et à la SODIMO, citons les évolutions suivantes :

### ***Tendances et évolutions externes du secteur***

- Les indicateurs économiques prédisent une croissance modérée pour l'Ontario.
- La croissance des exportations de l'Ontario a pratiquement doublé en 2014 et cette tendance devrait se poursuivre.
- Le niveau concurrentiel du dollar canadien contribue actuellement à stimuler les exportations et attire de nombreuses productions étrangères en Ontario.
- Les dépenses canadiennes sur le marché des loisirs et des médias devraient croître et atteindre 58 milliards de dollars d'ici 2019.
- La population canadienne continue de consommer du contenu sur un nombre croissant de plateformes numériques et traditionnelles.
- Les industries de la création de l'Ontario occupent une position de chef de file à l'échelle nationale.
- Le gouvernement libéral fédéral nouvellement élu a promis d'accroître son financement à la Société Radio-Canada, à Téléfilm Canada et au Conseil des arts du Canada et de réaliser d'autres investissements en faveur de la culture et des industries culturelles.

***Défis auxquels sont confrontées les industries des médias de la création de l'Ontario*** (recensés dans le plan stratégique de la SODIMO)

- Accès limité au financement
- Instabilité permanente des modèles opérationnels
- Accès restreint aux marchés mondiaux et recettes limitées sur les marchés mondiaux
- Prestation de soutiens hors délai
- Absence de passerelles vers les talents

### ***Tendances et évolutions internes***

- La demande à l'égard des programmes et services de la SODIMO continue de croître au point de dépasser les ressources disponibles.
- Le mandat de la SODIMO fait actuellement l'objet d'un examen; les recommandations qui en découleront devraient être remises au Conseil du Trésor au début de l'année 2016.
- La province est en train de créer sa première stratégie pour la culture et son premier cadre stratégique pour les arts.
- Le gouvernement a rendu permanent le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) et l'a doté d'un budget annuel de 15 millions de dollars.
- Une version améliorée du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds pour les produits MIN) a été rendue permanente et dotée d'un budget annuel porté à 10 millions de dollars, à compter de 2016-2017.
- Annoncées dans le budget 2015, plusieurs modifications importantes de plusieurs crédits d'impôt auront des répercussions opérationnelles sur l'organisme au cours des prochaines années.

## ***Orientations stratégiques***

Les objectifs de la SODIMO pour l'exercice 2016-2017 reposent toujours sur le plan stratégique et le mandat de l'organisme et cadrent avec les priorités fixées par le gouvernement de l'Ontario, à savoir bâtir une économie créative solide et innovante par le biais d'investissements dans les industries des médias de la création.

Les objectifs suivants ont été fixés pour l'exercice 2016-2017 :

- stimuler la croissance, la productivité et l'emploi au sein des industries des médias de la création de l'Ontario;
- offrir des possibilités d'innovation et de collaboration dans le domaine des affaires;
- élargir l'accès aux marchés internationaux et appuyer l'élaboration de contenu;
- faire preuve d'un solide leadership pour faire progresser les industries des médias de la création de l'Ontario;

L'actuel plan stratégique de la SODIMO prendra fin en 2016-2017. Une fois l'examen du mandat de la SODIMO terminé, l'organisme examinera et mettra à jour le plan stratégique en vue de créer un nouveau plan qui débutera en 2017-2018.

### ***Programmes et activités***

La SODIMO continuera d'examiner, d'évaluer et d'adapter ses programmes et ses services afin qu'ils soient pertinents, très actuels et à même d'engranger d'importantes retombées au fur et à mesure de l'évolution des réalités du marché et de l'environnement commercial des industries de la culture. La SODIMO continuera de mettre au point des initiatives innovantes, comme le projet pilote du Fonds pour la collaboration et l'innovation, afin d'offrir de nouvelles possibilités aux entreprises des médias de la création de l'Ontario et de mieux cibler les priorités du gouvernement. En outre, la SODIMO travaillera en étroite collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) et le ministère des Finances (MFO) en vue de moderniser et d'améliorer l'efficacité des crédits d'impôt destinés aux entreprises ontariennes.

La SODIMO continuera d'offrir les programmes et services suivants aux industries des médias de la création de l'Ontario :

- **Création de contenu**  
Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique, Fonds pour les produits MIN, programmes de crédits d'impôt, Fonds ontarien de promotion de la musique
- **Marketing et innovation des activités**  
Fonds du livre de la SODIMO, Fonds d'aide aux éditeurs de revues, programmes de crédits d'impôt, Fonds ontarien de promotion de la musique
- **Développement de l'industrie à l'étranger**  
Fonds de la SODIMO pour l'exportation, initiatives stratégiques, Fonds ontarien de promotion de la musique
- **Soutien global à l'industrie**  
Programme de développement de l'industrie, activités menées par la SODIMO, marketing du secteur, veille stratégique et recherche

- **Bureau du cinéma**

Promotion de l'Ontario auprès de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle, notamment par le biais de services de prospection des extérieurs et de facilitation.

Voici les changements majeurs prévus pour l'exercice 2016-2017 :

- **Fonds pour la collaboration et l'innovation (FCI)** : Étant donné que les projets financés au titre de l'année pilote (2015-2016) ne seront pas achevés avant le troisième trimestre de l'exercice 2016-2017, la SODIMO n'offrira pas ce fonds au cours du prochain exercice afin de se laisser suffisamment de temps pour évaluer les résultats du programme et étudier dans quelle mesure la mouture élargie du Fonds pour les produits MIN pourrait atteindre des objectifs similaires. Une décision sera prise quant à l'avenir du FCI pour l'exercice 2017-2018.
- **Financement supplémentaire dans le cadre du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques** : Comme cela avait été annoncé dans le budget 2015, le Fonds pour les produits MIN a été doté d'un financement permanent d'un montant annuel de 10 millions de dollars à compter de 2016-2017. En 2015-2016, le fonds avait été doté d'un budget de 6 millions de dollars et avait été complété par un nouveau volet Définition du concept, en plus du volet Production existant. Pour cette deuxième année et par la suite, la SODIMO conservera les actuels volets Production et Définition du concept. Des consultations de l'industrie ont été menées à l'automne 2015 pour obtenir des avis et des commentaires sur les améliorations possibles du programme, notamment dans les domaines suivants : développement du marché et à l'étranger; incubation et lancement de nouvelles entreprises; développement de l'industrie et initiatives stratégiques.
- **Subvention transitoire** : La SODIMO recevra 6 millions de dollars en 2016-2017 pour administrer une subvention transitoire qui procurera un allègement partiel aux productions bénéficiant du crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP) et du crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI) qui ont été touchées par la baisse des taux des crédits d'impôt prévue dans le cadre du budget 2015 et qui ne répondent pas aux critères de maintien des taux. Les demandes devaient être présentées d'ici le 30 novembre 2015, la subvention étant versée à compter de 2016-2017, et ce, jusqu'à ce que le financement prévu soit alloué.
- **Initiatives stratégiques limitées dans le temps** : Dans le but d'accroître la visibilité des contenus créés en Ontario auprès de publics plus larges dans le monde entier, de trouver de nouveaux débouchés à l'étranger, d'améliorer les compétences, les habiletés et le sens des affaires des entrepreneurs créatifs, de contribuer à la célébration de l'excellence canadienne et de rendre les processus opérationnels plus efficaces par le biais de solutions technologiques, la SODIMO puisera dans ses fonds de réserve pour mettre en œuvre un certain nombre d'initiatives ciblées en 2016-2017, en plus d'offrir les programmes de base décrits ci-dessus.

### *Ressources nécessaires pour atteindre les objectifs*

- L'actuelle enveloppe budgétaire annuelle, qui comprend le financement propre au Fonds pour les produits MIN et au FOPM, fournira à la SODIMO les ressources financières suffisantes pour fonctionner en maintenant le statu quo.
- L'organisme dispose également d'un nombre suffisant de postes en équivalent temps plein (ETP) pour fonctionner dans son état actuel. Cependant, les ressources humaines sont mises à rude épreuve, ce qui fait qu'il est difficile pour la SODIMO de répondre à la croissance, de saisir des occasions nouvelles et imprévues et de mettre en œuvre des idées novatrices.
- Pour parvenir à atteindre ses objectifs, l'organisme poursuivra sa collaboration et ses partenariats avec les partenaires gouvernementaux, dont le MTCS et le MFO.

### **Budget et dotation en personnel**

Le présent plan d'activités fait état d'un statu quo budgétaire, dans le cadre duquel aucune augmentation n'a été demandée pour obtenir des ressources financières ou humaines supplémentaires, outre ce qui a déjà été annoncé par le gouvernement. En voici les détails :

- Il est prévu que les dépenses de la SODIMO pour l'exercice 2016-2017 s'élèvent à 57,8 millions de dollars aux fins de la comptabilité, avant amortissement et prise en compte des acquisitions d'immobilisations. Ces dépenses comprennent un montant de 1,5 million de dollars destiné à des initiatives à durée limitée, qui seront financées à partir des réserves de trésorerie, et la somme de 6 millions de dollars pour un programme ponctuel de subventions transitoires concernant des crédits d'impôt.
- L'enveloppe budgétaire annuelle allouée par le gouvernement de l'Ontario à la SODIMO pour l'exercice 2016-2017 devrait s'élever à 47,95 millions de dollars, dont 10 millions de dollars affectés à une version élargie du Fonds pour les produits MIN et 15 millions de dollars alloués au FOPM.
- Les recettes de la SODIMO en 2016-2017 comprendront aussi un montant supplémentaire de 6 millions de dollars au titre d'un programme de subventions transitoires destinées aux productions admissibles au CIOSP et au CIOESAI.
- L'organisme recevra également un financement fédéral de 40 000 dollars à destination d'une initiative pour la publication de livres francophones et offrira un financement équivalent à celui de son Fonds du livre. Ce financement prendra fin en 2017-2018.
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2015-2016 s'élèvent à 9,4 millions de dollars. 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 des programmes et des services. Par ailleurs, la SODIMO puisera dans ses fonds de réserve en 2016-2017 pour mettre en œuvre un certain nombre d'initiatives stratégiques d'une durée limitée visant à améliorer les résultats dans les domaines du développement de l'industrie, de la découvrabilité, de la célébration de l'excellence et des processus opérationnels.
- Aucun changement n'est prévu dans le personnel de l'organisme, qui compte 71 ETP.

## *Mesures de rendement*

Les mesures de rendement de l'organisme ont été conçues pour indiquer de manière régulière si les fonds, programmes et autres activités atteignent leurs objectifs. La SODIMO prévoit d'atteindre ou de dépasser les objectifs de rendement de 2015-2016 d'ici à la fin de l'exercice, à l'exception de ce qui suit :

- Les délais totaux de traitement des certificats d'admissibilité aux crédits d'impôt ont augmenté. En raison de la mise en œuvre non planifiée de plusieurs modifications complexes aux programmes de crédits d'impôt, annoncées dans le budget 2015, des ressources habituellement chargées du traitement des demandes ont été affectées aux travaux d'analyse et de planification de la mise en œuvre effectués conjointement avec le MTCS et le MFO, et le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement a dû répondre à un nombre nettement plus élevé de demandes de renseignements. Les délais de traitement commenceront à revenir aux niveaux 2014-2015 une fois que la mise en œuvre sera terminée et que les demandes de crédits d'impôt concernées auront été traitées.
- La SODIMO prévoit également que la valeur des certificats de crédit d'impôt dépassera les montants estimés. En effet, les demandes au titre du CIOSP ont connu un pic inattendu en raison de la date limite des demandes 2015-2016 pour les productions qui ont été touchées par la modification des taux des crédits d'impôt prévue dans le budget 2015 mais qui répondaient aux critères de maintien des taux. Un second pic de demandes au titre du CIOSP sera peut-être observé plus tard au cours de l'année, à l'approche de la date limite des demandes au titre de la subvention transitoire. Il ne s'agit probablement que d'une question de calendrier, qui se corrigera spontanément en 2016-2017.
- Il est prévu que la valeur de la production cinématographique et télévisuelle en Ontario dépassera les anticipations pour l'exercice 2015-2016. En effet, le niveau concurrentiel du dollar canadien a, comme on pouvait s'y attendre, attiré un plus grand nombre de productions étrangères. La production de longs métrages ontariens a également été forte cette année, ce qui illustre l'efficacité du travail accompli par la SODIMO pour favoriser la croissance et la stabilité de l'industrie.

À compter de 2016-2017, la SODIMO rendra compte des mesures de rendement à l'aide d'un nouveau cadre élaboré en partenariat avec le MTCS. Ce cadre a été créé pour permettre à l'organisme de mieux attribuer l'impact économique de ses programmes et services dans les industries culturelles chaque année. L'annexe A présente la liste complète des nouvelles mesures de rendement.

## *Stratégies d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques*

Tous les trimestres, la SODIMO met à jour des rapports d'évaluation des risques détaillés et les présente au ministère. Ces rapports abordent les facteurs de risque, l'impact des risques et les stratégies d'atténuation.

Voici quelques-uns des risques à impact élevé auxquels la SODIMO et les industries de la création seront confrontées au cours des trois prochaines années :

- La SODIMO continuera d'examiner ses programmes et ses services et de mettre en œuvre ou de recommander (le cas échéant) des mises à jour afin qu'ils restent pertinents, souples et hautement efficaces dans un environnement en constante évolution. Les programmes et services

désuets qui ne s'adaptent pas efficacement à l'environnement actuel risquent de diminuer la productivité des entreprises et réduisent l'impact des investissements réalisés par le gouvernement en faveur des industries des médias de la création.

- L'allongement des délais de traitement des crédits d'impôt retardera le versement des sommes dues aux demandeurs, ce qui risque de compromettre la stabilité et la productivité des entreprises. Dans la mesure du possible, la SODIMO affectera ses ressources de manière à traiter les demandes en file d'attente et à gérer les attentes des demandeurs soucieux de bien planifier leurs financements.
- Les modifications apportées au crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN), qui concerneront les demandes qui étaient déjà en attente de traitement au moment de la mise en place du nouveau critère relatif aux coûts de main-d'œuvre, risquent de fragiliser certaines entreprises qui ne seront plus admissibles au crédit d'impôt. Ces changements ralentiront davantage le traitement, ce qui risque de nuire à la réputation de l'organisme et du gouvernement. Afin d'atténuer ces risques, la SODIMO travaillera avec les parties prenantes afin de communiquer clairement les changements apportés. L'organisme continuera de travailler avec le MFO à l'élaboration de règlements définitifs en veillant à ce qu'ils ne soient pas involontairement restrictifs. Une ébauche de modifications réglementaires a été publiée en novembre pour donner au public l'occasion de formuler des commentaires. Les modifications proposées contiennent certaines mesures d'allégement destinées aux demandeurs qui ont présenté une demande à la SODIMO, mais qui n'ont pas été certifiés le 23 avril 2015 ou avant.
- Les programmes de la SODIMO sont extrêmement sollicités, et l'incapacité de financer des projets de qualité représente autant d'occasions perdues pour la province. Si le budget de l'organisme venait à être réduit, ce qui n'est toutefois pas prévu, certains de ses programmes pourraient devoir être suspendus ou des fonds d'un montant inférieur pourraient être octroyés à un plus petit nombre de demandeurs. Un tel scénario pourrait aussi entraîner une réduction des ressources de fonctionnement de l'organisme. La SODIMO poursuivra ses efforts pour démontrer la rentabilité des investissements de l'Ontario tant pour le gouvernement que pour le public, grâce à l'utilisation de nouvelles mesures de rendement et à la stratégie de communication de l'organisme. La SODIMO continuera également de perfectionner ses programmes en vue de garantir leur efficacité et de mieux cibler les priorités stratégiques. En outre, elle continuera de mettre en œuvre les recommandations émanant d'un examen tiers des processus opérationnels, afin de réaliser des économies au sein de ses ressources actuelles.

## *Initiatives menées en partenariat*

La SODIMO collabore avec des partenaires publics et privés tiers pour proposer des activités et des services particuliers qui appuient les industries des médias de la création. Voici quelques-uns de ces partenaires :

- la Ville de Toronto dans le cadre de l'exploitation du Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario);
- le Groupe du Festival international du film de Toronto;
- European Film Promotion et le Festival du film international de Toronto dans le cadre de l'initiative Producers Lab Toronto;
- des partenaires fédéraux, provinciaux et sectoriels en vue de la promotion des industries des médias de la création de l'Ontario sur les marchés et lors d'événements internationaux clés (p. ex. Téléfilm).

## *Technologie de l'information*

La SODIMO assure la prestation et le soutien de ses propres services de technologie de l'information, et notamment de la maintenance 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 travaux de recherche sectorielle, à un inventaire de lieux de tournage et aux demandes en vertu des programmes et des crédits d'impôt de la SODIMO.

Voici quelques-unes des principales activités prévues dans le cadre du plan relatif à la technologie de l'information 2016-2017 de l'organisme :

- Nouvelles améliorations de l'infrastructure de technologie de l'information, y compris une virtualisation accrue de l'environnement de serveur pour toutes les bases de données accessibles depuis l'extérieur (Portail de demande en ligne, Photothèque numérique des extérieurs et Bibliothèque de recherche en ligne).
- Mise en œuvre d'un système électronique pour les paiements entrants et sortants.
- Introduction d'un système de gestion de la relation client plus robuste. Ce nouveau système permettra de mieux gérer et intégrer les données avec Microsoft Outlook, le PDL et le système de comptabilité.

## *Plan de communication*

Le rôle du groupe des communications est de soutenir les programmes et les activités de la SODIMO en créant des moyens de communication efficaces qui contribuent à faire connaître le mandat, les programmes et les services de l'organisme, ainsi que les succès et les défis de l'industrie auprès des publics visés. Le plan de communication 2016-2017 est axé sur la publicité du rôle que les programmes, services et activités de la SODIMO jouent en faveur de la vitalité économique des industries de la création de l'Ontario. Il s'appuiera sur les stratégies suivantes :

- Mettre en exergue les retombées économiques des industries de la création en Ontario et le rôle joué par la SODIMO pour les épauler.
- Renforcer l'association de la SODIMO à des résultats positifs en établissant une présence dans les médias grand public, en touchant un public plus large et en diffusant des messages convaincants.
- Continuer de valoriser l'image de marque de la SODIMO en attirant les publics par des contenus actualisés et en optimisant l'identité visuelle de la SODIMO.

## **Conclusion**

Ce plan contient un éventail de programmes et de services qui représentent un budget de fonctionnement total de 57,8 millions de dollars pour l'exercice 2016-2017. Ce document fait état d'un statu quo budgétaire, sans augmentation des ressources financières ou humaines outre ce qui a déjà été annoncé par le gouvernement. L'investissement conséquent réalisé en continu par le gouvernement de l'Ontario en faveur de la SODIMO permet à l'organisme de soutenir la création et la diffusion de contenus, d'accroître l'activité d'exportation, de veiller à ce que les entreprises et les produits de l'Ontario occupent une place de choix sur les marchés internationaux, et d'établir de nouveaux programmes pour encourager les partenariats, la collaboration et l'innovation par-delà les secteurs et les frontières. En apportant son soutien à de jeunes entreprises et à des sociétés établies qui élaborent de nouveaux modèles opérationnels, la SODIMO leur a permis d'atténuer leurs risques, de renforcer leurs capacités et de connaître un succès qui n'aurait pas été possible sans le soutien de l'organisme. Les investissements du gouvernement donneront à la province les moyens de jouer un rôle de chef de file au plan international, en offrant un soutien novateur et 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.

## II. MANDAT

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) est un organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario. Elle 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 établissant la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne en 1986.) Il convient de souligner que le mandat de la SODIMO est actuellement examiné par le gouvernement de l'Ontario et des recommandations devraient être remises au Conseil du Trésor au début de l'année 2016. Les éventuelles modifications apportées au mandat à la suite de l'examen ne sont pas encore connues.

En vertu de ce Règlement, la SODIMO a pour mandat de stimuler l'emploi et l'investissement 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 création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province;
- b) facilitant et appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs;
- c) favorisant et facilitant 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) contribuant à la promotion et à 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 ou d'une 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. [Traduction libre]

### **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, à savoir établir un secteur culturel solide et stable et une économie prospère de la création en aidant les producteurs de l'Ontario à créer des contenus multimédias compétitifs sur la scène internationale et à même de générer des emplois spécialisés et de soutenir la prospérité aujourd'hui et à l'avenir. Organisme essentiel à la prestation de programmes et d'activités à destination des industries des médias de la création 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'innovation. L'annexe B présente une description détaillée de la façon dont le mandat de la SODIMO converge avec les priorités du gouvernement et les programmes et activités de l'organisme. La SODIMO doit rendre compte au MTCS de la réalisation de son mandat.

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

### **Conseil d'administration**

La SODIMO 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 sont désignés par le LGC parmi les membres nommés. Le conseil d'administration se réunit régulièrement, à raison d'au moins six fois par an. En août 2015, le mandat de neuf ans de Kevin Shea à la présidence du conseil d'administration a pris fin. L'organisme attend la nomination d'un nouveau président ou d'une nouvelle présidente. Le conseil d'administration de la SODIMO compte actuellement 15 membres :

Nyla Ahmad	Patrick Bourbonnais
Alexandra Brown (vice-présidente)	Paul Bronfman
Adam Caplan	Susan de Cartier
Nathon Gunn	Sharifa Khan
Leesa Levinson	Sarah MacLachlan
Ildiko Marshall	Anita McQuat
Marguerite Pigott	Mark Sakamoto
Blake Tohana	

### **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.

### **Rapport annuel, vérification et investissements**

La SODIMO 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 sa disposition. 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.

### ***Accessibilité***

La SODIMO soutient activement et respecte toutes les lois et directives ontariennes régissant l'accessibilité, y compris la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*. Elle est déterminée à atteindre l'objectif stratégique du gouvernement de l'Ontario visant à intégrer la diversité dans l'ensemble des programmes, politiques et services proposés. Elle s'est engagée à poursuivre l'expansion de ses services et programmes au profit des minorités ethnoculturelles et d'autres groupes ayant des intérêts/besoins particuliers. Elle poursuivra de manière proactive son travail de sensibilisation pour faire en sorte que ses services soient transmis et accessibles aux particuliers et aux entreprises partout en Ontario. Les politiques et le plan pluriannuel d'accessibilité de la SODIMO sont affichés sur son site Web.

### ***Reddition de comptes***

Les liens de la SODIMO avec le ministère et ses obligations envers lui sont exposés dans un protocole d'entente. Ce protocole est un document interne qui est réexaminé tous les cinq ans ou à l'occasion d'un changement de ministre ou de président du conseil d'administration de l'organisme. Le protocole d'entente, ainsi que les plans d'activités et les rapports annuels de l'organisme, sont affichés sur le site Web de la SODIMO dans le cadre de l'Initiative pour un gouvernement ouvert de l'Ontario. En plus de ces documents, la SODIMO publie les frais de déplacement, de repas et d'accueil de son conseil d'administration (dont les membres sont nommés) et de sa présidente-directrice générale (personnel dont le niveau de rémunération correspond au moins au niveau 3 du Groupe des cadres supérieurs). Ces frais sont affichés chaque trimestre, une fois qu'il a été procédé aux approbations et remboursements appropriés.

### III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

#### *Les industries des médias de la création de l'Ontario*

Le secteur du divertissement et de la création de l'Ontario, qui emploie plus de 200 000 personnes et génère plus de 12,4 milliards de dollars de produit intérieur brut (PIB) direct, est un moteur clé de la valeur économique directe<sup>9</sup>. Entre 2005 et 2011, la croissance dans ce secteur a dépassé celle observée globalement dans la province<sup>10</sup>. D'après les estimations du ministère des Finances de l'Ontario, le secteur du divertissement et de la création a créé plus de 48 000 emplois nets depuis 2000, soit une hausse de 30 p. 100 contre seulement 15 p. 100 dans l'économie d'ensemble<sup>11</sup>. De plus, les personnes travaillant dans ce secteur, qui sont généralement hautement qualifiées, bien formées et très créatives, contribuent à l'ensemble de l'économie du savoir de l'Ontario, qui devrait être le fer de lance d'une croissance à long terme dans la province. L'Ontario demeure l'une des instances qui génèrent le plus de revenus au monde dans le secteur de la création et se classe au troisième rang sur le plan des emplois, derrière la Californie et New York<sup>12</sup>.

#### **Économie**

L'incertitude économique continue d'influer considérablement sur tous les secteurs de l'économie fédérale et provinciale, y compris les industries de la création. Les indicateurs continuent de prévoir que l'Ontario enregistrera une croissance modérée, le PIB réel devant progresser de 2,7 p. 100 en 2015<sup>13</sup>. Néanmoins, le PIB provincial a diminué de 0,1 p. 100 au cours du premier trimestre 2015<sup>14</sup>. Le niveau concurrentiel du dollar canadien contribue actuellement à stimuler les exportations et attire de nombreuses productions étrangères en Ontario.

PricewaterhouseCoopers (PwC) indique que les dépenses nord-américaines sur le marché des loisirs et des médias ont augmenté de 5,2 p. 100 en 2014, soit près de 1 p. 100 de plus que la croissance de l'année précédente<sup>15</sup>. Les recettes mondiales du secteur du divertissement devraient augmenter à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 5,1 p. 100 au cours des cinq prochaines années, passant ainsi de 1 740 milliards de dollars américains à 2 230 milliards de dollars américains en 2019<sup>16</sup>. D'après les prévisions, les recettes au Canada croîtront de manière constante, à un TCAC de 5,2 p. 100, très légèrement supérieur au taux de croissance des recettes mondiales, et s'élèveront à près de 58 milliards de dollars en 2019<sup>17</sup>.

---

<sup>9</sup> Données de Statistique Canada, analyse du MTCS. Les données sur le PIB sont tirées des *Comptes économiques provinciaux et territoriaux, 2011* de Statistique Canada. Les données sur la population active sont tirées de *l'Enquête sur la population active de 2012*. Ces données portent sur l'ensemble du secteur, dans les catégories suivantes : écrits et ouvrages publiés, cinéma et télévision, radiodiffusion, artistes de spectacle, musique, produits multimédias interactifs numériques, publicité, conception, artistes indépendants et services architecturaux.

<sup>10</sup> Ministère des Finances de l'Ontario. Statistiques sur le secteur du divertissement et de la création, 2013.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> 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.

<sup>13</sup> Ministère des Finances de l'Ontario. *Budget de l'Ontario 2015*, p. 233.

<sup>14</sup> Ministère des Finances de l'Ontario. *Comptes économiques de l'Ontario : premier trimestre de 2015*, juillet 2015, p. 1.

<sup>15</sup> PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global entertainment and media outlook: 2015-2019*, prévisions par segment du marché des loisirs et des médias en Amérique du Nord, 17 août 2015.

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

### ***Tendances de consommation***

La population ontarienne est de plus en plus connectée. Soixante-dix-neuf pour cent des ménages canadiens sont abonnés à un service Internet haute vitesse et plus de 19 millions de Canadiennes et Canadiens ont un abonnement mobile à large bande<sup>18</sup>. En 2014, 66 p. 100 des Canadiennes et Canadiens âgés de 18 ans ou plus utilisaient des téléphones intelligents, et 49 p. 100 utilisaient des tablettes pour communiquer et consommer du contenu<sup>19</sup>. Bien que cela puisse sembler contradictoire, les ventes de disques vinyle longue durée ont progressé de 40 p. 100 au cours de l'année écoulée, et les ventes de livres et de revues au format papier continuent de représenter une part importante des recettes des maisons d'édition<sup>20</sup>. Il est évident que les consommateurs ne voient aucun fossé important entre médias numériques et traditionnels. Ils exigent de la souplesse, de la liberté et de la convivialité pour pouvoir consommer du contenu quand ils le veulent, comme ils le veulent. Ainsi, les entreprises devront offrir aux utilisateurs des expériences fluides dans tous les canaux de distribution afin de tirer leur épingle du jeu dans un contexte marqué par la primauté du contenu et l'indifférence au support utilisé.

### ***Internationalisation***

Toutes les industries des médias de la création de l'Ontario continueront de viser en priorité la croissance des marchés internationaux en vue de compenser la taille limitée du marché intérieur des produits culturels. Le plan stratégique de la SODIMO souligne que les efforts déployés par l'organisme pour aider les entrepreneurs culturels de l'Ontario à accéder aux marchés internationaux portent leurs fruits, et qu'il est important de continuer de développer de nouveaux marchés. Les activités de développement de l'industrie de la SODIMO à l'étranger incluent la prestation du Fonds de la SODIMO pour l'exportation ainsi que 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 parrainage du Stand du Canada sur les marchés internationaux.

### ***Évolution des modèles opérationnels***

Du fait de la transformation numérique, les modèles de production et de distribution des contenus créatifs sont en constante évolution. Dans ce contexte, l'Ontario a l'occasion de soutenir des modèles opérationnels en pleine évolution afin de créer des entreprises compétitives et une économie de la création prospère. La SODIMO continuera de répondre à ce besoin en assurant le financement nécessaire aux activités de développement de l'industrie, y compris à la création et à la mise en œuvre de nouvelles initiatives commerciales et marketing stratégiques. Il sera également crucial de soutenir les associations professionnelles dans le cadre d'événements, d'activités et de travaux de recherche pour contribuer à la croissance de l'industrie.

### ***Collaboration et innovation***

Au fur et à mesure du décloisonnement des industries de la création et de la convergence accrue d'entreprises créatrices de contenu sur diverses plateformes, la SODIMO a la possibilité de faciliter les partenariats et de promouvoir l'innovation pour appuyer la croissance commerciale et la création d'emplois au sein du secteur du divertissement et de la création. L'organisme travaille avec les parties prenantes des industries des médias de la création afin de proposer des activités collaboratives intersectorielles et offre des programmes qui permettent aux entreprises ontariennes de travailler au sein de leur propre secteur et au-delà pour transformer des idées novatrices et entrepreneuriales en biens et en services qui stimuleront la croissance et la productivité. Ces activités seront essentielles pour

---

<sup>18</sup> Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). *Rapport de surveillance des communications*, octobre 2015, p. 2.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Nielsen. *2015 Mid-Year Music Canada Report*, juillet 2015.

encourager la conclusion de partenariats et nouer des relations à l'échelle des industries des médias de la création dans l'optique de stimuler l'innovation, la productivité et la croissance de ces secteurs.

Chaque industrie des médias de la création de l'Ontario continue d'occuper une position de chef de file national au rayonnement international. Ensemble, elles forment un socle solide sur lequel repose le secteur du divertissement et de la création de la province. Un bref descriptif des industries du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, de l'édition de revues et de l'édition de livres de l'Ontario est proposé ci-après<sup>21</sup>.

### **Édition de livres**

L'édition de livres en Ontario est une industrie qui génère 1,23 milliard de dollars de recettes, soit deux tiers des recettes nationales, et qui verse 256 millions de dollars en salaires, traitements et avantages sociaux<sup>22</sup>. En 2010, l'édition de livres de l'Ontario a généré un PIB de 499 millions de dollars et 5 435 emplois<sup>23</sup>. Une enquête menée en janvier 2015 auprès des éditeurs canadiens a révélé que 93 p. 100 produisent des livres numériques en plus des livres imprimés<sup>24</sup>.

En Ontario, l'écosystème de l'édition de livres inclut de grandes maisons d'édition appartenant à des intérêts étrangers ainsi que de plus petites entreprises appartenant à des intérêts canadiens. Le secteur ontarien de l'édition sous contrôle canadien est principalement composé d'entreprises privées établies de longue date. D'après un récent sondage, près des trois quarts des maisons d'édition de l'Ontario interrogées sont en activité depuis plus de 20 ans, et la moitié des entreprises interrogées pourraient être considérées comme de petites entreprises, ayant déclaré des revenus inférieurs à 1 million de dollars en 2011<sup>25</sup>. Les plus grosses maisons d'édition de livres en activité au Canada appartiennent à des intérêts étrangers. La plupart des maisons d'édition de l'Ontario publient des livres en anglais et sont établies à Toronto. Les six maisons d'édition de langue française sont situées à Ottawa, à Sudbury et à Toronto<sup>26</sup>.

Avec l'adoption du projet de loi C-11 en 2012, la *Loi sur le droit d'auteur* du Canada a été modifiée par de nouvelles dispositions sur l'utilisation équitable, lesquelles permettent de contourner le paiement des droits de licence de certaines œuvres pour certaines utilisations. La notion d'utilisation équitable est aujourd'hui interprétée comme s'appliquant aux utilisations de ressources à des fins pédagogiques, ce qui a d'importantes conséquences sur l'industrie de l'édition de livres et entraîne une baisse des recettes du secteur de l'édition de livres scolaires<sup>27</sup>. En novembre 2014, HarperCollins Canada a annoncé l'externalisation de sa distribution canadienne vers les États-Unis d'ici l'été 2015, infligeant ainsi un coup dur à plusieurs maisons d'édition indépendantes établies en Ontario qui distribuaient jusqu'alors les livres de HarperCollins depuis son entrepôt de Scarborough<sup>28</sup>. Aux États-Unis, certains chiffres allant jusqu'à la mi-2015 indiquent un ralentissement des ventes de livres numériques (œuvres de maisons d'édition traditionnelles), à mesure que certains consommateurs de livres numériques reviennent vers les livres

---

<sup>21</sup> La SODIMO publie régulièrement des profils sectoriels visant à fournir des renseignements sur la taille et l'impact économique de chaque industrie des médias culturels, ainsi que sur les tendances et les enjeux auxquels les secteurs sont confrontés. Ils sont disponibles sur la page [Profils sectoriels](#) du site Web de la SODIMO.

<sup>22</sup> Statistique Canada. *Les éditeurs de livres, 2012*, n° 87F0004X au catalogue, tableau 1, mars 2014.

<sup>23</sup> Statistique Canada. « Compte satellite provincial et territorial de la culture, 2010 », tableau 7 : Produit intérieur brut des industries de la culture et du sport aux prix de base, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010; tableau 7 : Emplois dans les industries de la culture et du sport, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010 (perspective de l'industrie).

<sup>24</sup> BookNet Canada. *The State of Digital Publishing in Canada 2014*, juin 2015.

<sup>25</sup> Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO). *Étude de l'impact économique de l'industrie de l'édition de livres en Ontario*, juillet 2013, p. 8 et 9.

<sup>26</sup> Lucie Hotte et coll. *La Chaîne du livre en Ontario français : un état des lieux*, juin 2010, Chaire de recherche sur les cultures et les littératures francophones du Canada, p. 83.

<sup>27</sup> Access Copyright. « Impacts of the education sector's interpretation of "fair dealing" », [Accesscopyright.ca](#).

<sup>28</sup> Baldassi, Julie. « HarperCollins Canada moves distribution to U.S., lays off president and CEO David Kent », 4 novembre 2014.

imprimés ou lisent les deux formats<sup>29</sup>. Au Canada, cette tendance n'a pas été documentée et la plupart des maisons d'édition déclarent que leurs recettes provenant des livres numériques ont augmenté entre 2013 et 2014; toutefois, les livres numériques représentent encore moins de 15 p. 100 des recettes de la plupart des maisons d'édition<sup>30</sup>. Les maisons d'édition vendent des livres numériques par le truchement de divers canaux de vente, notamment par le biais de détaillants de livres numériques, de la vente directe, de la vente en gros et des services d'abonnement<sup>31</sup>. Les livres imprimés continuent de dominer le paysage et représentent plus des deux tiers du marché du livre au Canada<sup>32</sup>.

La découvrabilité constitue un défi majeur, notamment en raison de la diminution de l'espace réservé aux livres papier dans les rayons des principaux revendeurs (à mesure que l'offre des détaillants s'étend au-delà des livres), ainsi que du recul rapide de ces magasins, dans la mesure où plusieurs librairies indépendantes et grands établissements ont fermé boutique en Ontario au cours des deux dernières années. BookNet Canada laisse entendre qu'en raison de problèmes techniques, comme le manque de métadonnées (images de couverture, descriptions, critiques) ou une indisponibilité dans certains formats, il se peut que des consommateurs n'aient pas accès à certains titres sur les plateformes de livres numériques<sup>33</sup>. Dans ce contexte, la mise en relation directe des consommateurs avec les auteurs par le biais de tournées d'auteurs et de lectures publiques constitue aujourd'hui pour les maisons d'édition une stratégie importante et croissante pour toucher le public.

### **Cinéma et télévision**

En 2014, l'industrie cinématographique et télévisuelle de l'Ontario a injecté 1,29 milliard de dollars au PIB provincial, franchissant pour la quatrième année consécutive le seuil du milliard de dollars, et la production ontarienne représentait 61 p. 100 du chiffre total. L'industrie du cinéma et de la télévision dans la province représente près de 28 000 emplois directs et indirects à temps plein, soit 2 600 de plus qu'en 2013<sup>34</sup>. L'Ontario appuie environ 35 p. 100 de tous les emplois de production cinématographique et télévisuelle à l'échelle nationale<sup>35</sup>. La plus grande partie des recettes de la distribution cinématographique et télévisuelle au Canada est générée en Ontario. En 2011, les distributeurs établis en Ontario ont enregistré des recettes de 1,6 milliard de dollars, soit 86 p. 100 de toutes les recettes de la distribution au Canada<sup>36</sup>.

Le secteur de la production cinématographique et télévisuelle de l'Ontario se compose principalement de petites et de moyennes sociétés qui produisent à la fois leurs propres productions exclusives et des productions étrangères avec des partenaires internationaux. Une grande partie des sociétés et de la main-d'œuvre de la production cinématographique et télévisuelle canadienne est concentrée en Ontario (en particulier dans la région du grand Toronto)<sup>37</sup>. La province abrite également des studios d'animation et d'effets visuels de renommée mondiale. Les productions ontariennes maintiennent un bon rendement et continuent de susciter l'intérêt tant au pays qu'à l'étranger pour leur excellence.

---

<sup>29</sup> Alter, Alexandra. « The Plot Twist: E-Book Sales Slip, and Print Is Far From Dead », *The New York Times*, 22 septembre 2015.

<sup>30</sup> BookNet Canada. *The State of Digital Publishing in Canada 2014*, juin 2015.

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019*, « Canada: Book publishing », juin 2015.

<sup>33</sup> BookNet Canada. *The State of Digital Publishing in Canada 2013*, mars 2014.

<sup>34</sup> SODIMO. Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle, 2015.

<sup>35</sup> Association canadienne de la production médiatique (ACPM). *Profil 2014 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*.

<sup>36</sup> Association cinématographique – Canada et ACPM. *The Economic Contribution of the Film and Television Sector in Canada*, juillet 2013, p. 67.

<sup>37</sup> Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T), *Frame Work II : La main-d'œuvre dans les industries télévisuelles au Canada*, janvier 2012, p. 41.

Les récents changements stratégiques apportés aux paliers fédéral et provincial ont des répercussions sur les acteurs de l'industrie cinématographique et télévisuelle de l'Ontario. Début 2015, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a rendu ses décisions à la suite de « Parlons télé », son examen du système de télévision canadien. Parmi les principaux changements annoncés, citons la réduction des quotas d'émissions canadiennes sur les chaînes locales et spécialisées, la suppression des règles de protection de genre pour les chaînes spécialisées, la plus grande souplesse octroyée aux radiodiffuseurs en matière de promotion du contenu canadien et la modification de la définition de ce qu'est une production canadienne. En vertu de ces nouvelles règles, les radiodiffuseurs peuvent demander la suppression de l'exigence d'adhérer aux modalités préalablement négociées des ententes commerciales avec les producteurs indépendants<sup>38</sup>. Ces changements ont également accentué la concurrence sur le marché de la diffusion numérique en continu, dans la foulée du lancement des services par contournement canadiens comme Shomi et CraveTV. Cette tendance est encore plus prononcée aux États-Unis, où des chaînes câblées comme HBO offrent désormais des services par contournement directement à leurs clients, ce qui leur permet de se passer entièrement des câblodistributeurs<sup>39</sup>. Les instructions du gouvernement fédéral en faveur du dégroupement des services de câble n'ont pas encore été pleinement mises en œuvre, mais il est déjà prévu que certains services de télévision ne survivront pas dans cet environnement. Autre changement important : le budget de l'Ontario 2015 a réduit les taux du crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP) et du crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI), ce qui fragilise les producteurs nationaux et étrangers. La faiblesse du dollar canadien devrait atténuer certains des effets de la réduction des taux pour les entreprises étrangères<sup>40</sup>.

Parmi les grandes tendances qui se dessinent dans le paysage cinématographique et télévisuel, citons la hausse de l'accès à d'autres méthodes de financement, comme les partenariats avec des marques ou le lancement de campagnes de financement participatif en vue de combler les lacunes de financement. Le secteur du documentaire, en particulier, s'intéresse aux façons de mieux tirer parti du soutien de la communauté philanthropique<sup>41</sup>. À mesure que la distribution s'étend aux plateformes numériques, la découvrabilité devient un enjeu croissant pour les producteurs; le CRTC organise d'ailleurs un Sommet de la découvrabilité en 2016 pour recueillir des idées sur les solutions envisageables. On assiste dans ce contexte à une diversification des options viables de lancement des produits; les stratégies de distribution sont généralement conçues d'une manière unique et adaptée au projet, plutôt que sur la base de fenêtres de lancement successives comme cela a souvent été la norme dans le passé<sup>42</sup>.

L'usage de la télévision classique continue de baisser dans toutes les tranches d'âge; néanmoins, cette tendance est nettement plus prononcée chez les jeunes Canadiens âgés de 18 à 34 ans qui se tournent vers la télévision par Internet. Alors que la consommation de vidéos numériques augmente pour toutes

---

<sup>38</sup> Les politiques et les résumés des consultations sont disponibles sur le site Web du CRTC à l'adresse <http://www.crtc.gc.ca/fra/parlonstele-talktv.htm>.

<sup>39</sup> Mudhar, R. « While Canada watches, cable unbundling already underway in U.S. », *Toronto Star*, consulté le 15 octobre 2015 à l'adresse <http://www.thestar.com/business/2015/03/18/while-canada-watches-cable-unbundling-already-underway-in-us.html>.

<sup>40</sup> Ministère des Finances de l'Ontario. *Budget de l'Ontario 2015*, p. 329-330.

<sup>41</sup> Pour de plus amples renseignements, consultez les travaux de recherche financés par la SODIMO, dont les études suivantes : Association canadienne de la production médiatique. *Divertissement de marque : un nouveau paradigme de financement de la production* – premier livre blanc, novembre 2013; Documentaristes du Canada. *Growing the Pie: Alternative Financing and Canadian Documentary*, mai 2014; Documentaristes du Canada. *Financement philanthropique du documentaire au Canada : vers une stratégie globale pour l'industrie*, septembre 2015.

<sup>42</sup> Voir, par exemple, la série de profils « Coming Soon » de la publication spécialisée *Playback* sur les stratégies de distribution des productions individuelles.

les tranches d'âge<sup>43</sup>, le contenu généré par les utilisateurs sur des plateformes comme YouTube constitue une caractéristique importante du paysage médiatique. Google indique que le Canada est le troisième pays le plus prolifique sur YouTube, et d'après comScore, les Canadiens regardent plus de 2 milliards de vidéos sur YouTube chaque mois, notamment du contenu lié à la musique, au sport, à la comédie et à des émissions de télévision<sup>44</sup>. Il s'agit donc d'un public très précieux pour les annonceurs<sup>45</sup>. Une étude réalisée par *Variety* a révélé que, chez les adolescents américains, huit des 10 principaux influenceurs sont des créateurs de vidéos YouTube, et non des célébrités du cinéma, de la télévision et de la musique. En particulier, les vedettes YouTube spécialisées dans les jeux vidéo comptent parmi les influenceurs les plus appréciés<sup>46</sup>.

### **Produits multimédias interactifs numériques**

Le secteur ontarien des produits MIN est le plus important au Canada en termes d'emploi et de revenus. En 2008, il employait 16 000 personnes et dégagait des recettes de près de 1,5 milliard de dollars<sup>47</sup> et, en 2010, il a généré un PIB de 917 millions de dollars<sup>48</sup>. Le segment du jeu vidéo de l'Ontario emploie plus de 1 800 personnes dans 96 entreprises<sup>49</sup>. En 2013, les créateurs indépendants de séries Web établis en Ontario ont collectivement affiché des recettes de 3,14 millions de dollars et enregistré des volumes de production totalisant 7,45 millions de dollars<sup>50</sup>.

Le terme « produits multimédias interactifs numériques » (produits MIN) recouvre plusieurs types de contenus interactifs disponibles sur diverses plateformes numériques et divers appareils, notamment des appareils mobiles, des tablettes, des consoles de jeu et des applications en ligne. Les produits MIN au Canada représentent une industrie florissante qui évolue rapidement, sous l'impulsion des évolutions technologiques et des changements de comportement des consommateurs. Le secteur élargi des produits MIN comprend des entreprises qui produisent du contenu interactif, ainsi que des sociétés qui offrent divers types de produits ou de services permettant la production de contenu interactif. On parle parfois d'entreprises de produits MIN « noyaux » et « périphériques »<sup>51</sup>. Le noyau des entreprises de produits MIN se penche notamment sur les jeux vidéo (y compris les jeux sur PC, sur console, sur mobile et sur les médias sociaux), les produits de divertissement multiplateformes, les séries Web et les produits d'apprentissage et de formation en ligne.

Après avoir annoncé dans son exposé annuel d'automne 2014 un examen général des engagements relatifs aux crédits d'impôt, le gouvernement provincial a, dans son budget du printemps 2015, adopté des mesures pour que le crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN) cible les produits de divertissement et les produits éducatifs destinés aux enfants de moins de 12 ans. Le budget prévoit une nouvelle règle quantitative, désormais fondée sur les coûts de main-d'œuvre associés à la conception d'un produit, remplaçant ainsi la « règle des 90 p. 100 » pour tous les produits déterminés et non déterminés. Il y aura probablement une période d'adaptation au cours de laquelle les producteurs clarifieront les paramètres des produits admissibles. Dans le budget du

---

<sup>43</sup> Krashinsky, Susan. « Advertisers channel the power of YouTube's growing audience », *The Globe and Mail*, 29 mars 2013; Farrell, David. « YouTube's Journey to Reinvent Television on Mobile », *MediaPost*, 23 juillet 2015; Ault, Susan. « Digital star popularity grows versus mainstream celebrities », *Variety*, 23 juillet 2015.

<sup>44</sup> « YouTube FanFest set for Toronto », *cbc.ca*, 31 mars 2015.

<sup>45</sup> Krashinsky, Susan. « YouTube set to launch Canadian ad blitz », *The Globe and Mail*, 6 avril 2015.

<sup>46</sup> Ault, Susan. « Digital star popularity grows versus mainstream celebrities », *Variety*, 23 juillet 2015.

<sup>47</sup> Alliance interactive canadienne (CIAIC). *Profil de l'industrie interactive canadienne 2008*, avril 2009.

<sup>48</sup> Statistique Canada. « Compte satellite provincial et territorial de la culture, 2010 », tableau 7 : Produit intérieur brut des industries de la culture et du sport aux prix de base, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010.

<sup>49</sup> Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD). *Faits essentiels 2014 sur le secteur canadien du jeu vidéo*, p. 13.

<sup>50</sup> Créateurs Indépendants de Séries Web du Canada. *Industry Profile of the Independent Web Series Creators of Ontario*, 23 juin 2014.

<sup>51</sup> Alliance interactive canadienne (CIAIC). *Profil de l'industrie interactive canadienne 2012*, septembre 2013, p. 10.

printemps, le gouvernement a également annoncé l'accroissement du financement du Fonds pour les produits MIN, qui permettra de subventionner un plus grand nombre de projets interactifs.

Parmi les grands enjeux du secteur des produits MIN, citons tout d'abord la difficulté à collaborer avec des partenaires à l'étranger, qui s'explique par l'absence d'un traité-cadre de coproduction dans ce domaine et par la possibilité de devoir renoncer aux crédits d'impôt provinciaux suivant la structure de l'entente de collaboration<sup>52</sup>. La réalité virtuelle est un nouveau domaine propice à l'expérimentation de contenus interactifs, dont certains succès critiques se sont déjà vus récompensés. On prévoit que l'industrie de la réalité virtuelle pourrait peser 6 milliards de dollars d'ici 2025<sup>53</sup>. Des plateformes en ligne comme Twitch et YouTube Gaming donnent aux utilisateurs la possibilité de diffuser leurs parties de jeu auprès du public, un passe-temps qui gagne en popularité<sup>54</sup>. Cineplex, comprenant l'essor du jeu de compétition au Canada, a récemment acquis WorldGaming (WG), une plateforme de jeu en ligne consacrée au sport électronique. La société compte organiser des projections de jeu et des tournois locaux de jeux vidéo multijoueurs, dans le but d'attirer à elle les 15-30 ans (principalement des hommes)<sup>55</sup>. Enfin, alors que les applications mobiles avaient fait l'objet d'une attention particulière ces dernières années, les marchés des consoles et des PC susciteraient aujourd'hui un regain d'intérêt : cette tendance s'explique par le fait que les modèles opérationnels y sont plus prévisibles, tandis que les défis liés à la découvrabilité et à la monétisation persistent dans le secteur des applications mobiles<sup>56</sup>.

### **Édition de revues**

En Ontario, l'industrie de l'édition de revues génère 1,13 milliard de dollars de recettes d'exploitation, soit plus de la moitié des recettes nationales, et verse plus de 370 millions de dollars par an au titre des salaires, traitements et avantages sociaux<sup>57</sup>. Plus de la moitié des revues canadiennes sont produites en Ontario et près de la moitié des exemplaires sont livrés à l'extérieur de la province<sup>58</sup>. En 2010, l'industrie des revues en Ontario a généré un PIB de 739 millions de dollars et soutenu 8 516 emplois<sup>59</sup>.

Le secteur des revues comprend les magazines d'intérêt général et les publications interentreprises, dont le contenu est diffusé à la fois en version imprimée et, de plus en plus souvent, en version numérique, par divers canaux de distribution en ligne et mobiles. Les sociétés de presse magazine canadiennes sont extrêmement hétéroclites en termes d'importance et de production : certaines grandes entreprises publient plus de 20 titres dans diverses catégories, alors que d'autres éditeurs ne publient qu'un ou deux titres très spécialisés<sup>60</sup>.

Dans le cadre de son budget 2015, le gouvernement de l'Ontario a annoncé l'élargissement du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques, indiquant que l'industrie des revues pourrait

---

<sup>52</sup> Interactive Ontario. *Coproductions internationales en médias numériques : Guide pour les entreprises canadiennes*, septembre 2014.

<sup>53</sup> Bailey, Katie. « Why Secret Location is on the 'Frontline' of VR », *Stream Daily*, 25 septembre 2015; Rody-Mantha, Bree. « Get real: A deeper look at the VR industry », *Stream Daily*, 1 juin 2015.

<sup>54</sup> Keng, Cameron. « Online streaming and professional gaming is a \$300,000 career choice », *Forbes*, 21 avril 2014.

<sup>55</sup> Friend, David. « Cineplex looks to draw crowds from burgeoning gamer community by hosting competitions », *The National Post*, 14 mai 2015; « Cineplex's eSports Play », *Playback*, 18 septembre 2015.

<sup>56</sup> Commentaires présentés au cours de la discussion « Game of Thrones: Leading Industry CEOs debate the Future, Financing and Funding Models » lors de la conférence GameON Ventures d'Interactive Ontario, 30 septembre 2015.

<sup>57</sup> Statistique Canada. *Tableau 361-0032 - Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires, aux 2 ans*, CANSIM (base de données). Statistique Canada inclut les activités liées à l'édition de périodiques publicitaires, de bulletins d'information et d'autres types de périodiques.

<sup>58</sup> Données de l'Alliance for Audited Media pour 2014, gracieusement fournies par Magazines Canada.

<sup>59</sup> Statistique Canada. « Compte satellite provincial et territorial de la culture, 2010 », tableau 7 : Produit intérieur brut des industries de la culture et du sport aux prix de base, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010; tableau 7 : Emplois dans les industries de la culture et du sport, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010 (perspective de l'industrie).

<sup>60</sup> TCI Management Consultants. *A Strategic Study of the Magazine Industry in Ontario*, septembre 2008, p. 3. Une synthèse en français (*Une étude stratégique de l'industrie de l'édition de revues en Ontario*) est disponible.

bénéficiaire de cette source de financement. Dans le même budget, les règles relatives au crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN) ont été restreintes de sorte que certains projets de revues auparavant admissibles peuvent désormais être exclus. Fin 2014 et début 2015, l'industrie des revues au Canada a fait l'objet d'une consolidation, tant dans le secteur des magazines d'intérêt général que dans celui des publications interentreprises. Dans le premier cas, plusieurs marques de l'Est du Canada ont été vendues à une société établie au Québec, alors que dans le second, un partenariat formé par deux sociétés ontariennes a acquis des marques qui appartenaient à une entreprise implantée en Colombie-Britannique<sup>61</sup>. Dans le secteur numérique, de nombreuses revues tendent à développer des sites Web adaptés aux mobiles (c.-à-d. des sites Web optimisés pour tout navigateur ou système d'exploitation), délaissant ainsi les applications pour tablettes<sup>62</sup>. Les sociétés de presse magazine continuent d'étendre leurs marques à une variété de plateformes : manifestations, conférences, télévision ou encore livres imprimés<sup>63</sup>. D'après les chiffres publiés en avril 2015 par le Print Measurement Bureau (PMB), le lectorat de revues numériques a presque triplé en deux ans<sup>64</sup>. Malgré la croissance des médias numériques, la population canadienne continue de choisir le format papier, les titres mesurés par PMB attirant en moyenne plus d'un million de lecteurs<sup>65</sup>.

### **Musique**

L'industrie ontarienne de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique est la plus importante au Canada. En 2010, elle a généré un PIB de 275 millions de dollars et 5 296 emplois<sup>66</sup>. En 2013, les producteurs et les distributeurs de disques ontariens ont généré des recettes d'exploitation de 373 millions de dollars, soit 78 p. 100 des recettes nationales<sup>67</sup>. PricewaterhouseCoopers (PwC) estime que le marché des concerts au Canada valait 784 millions de dollars américains en 2014, soit 64 p. 100 de l'ensemble du marché de la musique grand public et publicitaire du pays<sup>68</sup>.

L'industrie canadienne de la musique comprend une vaste gamme d'artistes et d'entrepreneurs qui créent, produisent, éditent et commercialisent de la musique canadienne originale. Elle rassemble des musiciens, des compositeurs, des maisons de disques, des gérants, des agents, des promoteurs de concert et des éditeurs de musique. Le marché canadien est dominé par les grandes maisons d'édition et de disques appartenant à des intérêts étrangers, mais inclut aussi un solide secteur indépendant qui se compose principalement de petites et moyennes entreprises dont les secteurs d'activité vont du développement d'artistes à l'édition, la gestion et l'organisation de tournées. La grande majorité du contenu canadien est mis en vente par des étiquettes indépendantes d'appartenance et sous contrôle canadien.

---

<sup>61</sup> Canadian Magazines. « Annex Media buys print and digital B2B properties from Glacier Media for 19.7 million », 26 janvier 2015; Canadian Magazines. « Transcontinental sells all its eastern Canadian consumer magazines to TVA », 17 novembre 2014.

<sup>62</sup> Magazines Canada. *The Opportunity for an Electronic Market Connecting Magazine Publishers to Video and Application Vendors*, 2014; Ratliff, Evan et Jefferson Rabb. « Goodbye, native mobile apps: Why Atavist is betting on the web », *The Atavist*, 23 septembre 2015.

<sup>63</sup> Citons, à titre d'illustration, les partenariats conclus par *The Walrus* avec l'éditeur Coach House Press et la société de production Blue Ant Media (pour la chaîne WalrusTV) ou encore le partenariat entre *Cottage Life Magazine* et Blue Ant Media.

<sup>64</sup> « NADbank and PMB release spring 2015 readership studies », *Newspapers Canada*, 22 avril 2015.

<sup>65</sup> Print Measurement Bureau, automne 2014.

<sup>66</sup> Statistique Canada. « Compte satellite provincial et territorial de la culture, 2010 », tableau 7 : Produit intérieur brut des industries de la culture et du sport aux prix de base, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010; tableau 7 : Emplois dans les industries de la culture et du sport, par domaine et sous-domaine, Ontario, 2010 (perspective de l'industrie).

<sup>67</sup> Statistique Canada. *Tableau 361-0034 - Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires, aux 2 ans*, CANSIM (base de données). Les chiffres provinciaux pour le segment de l'édition de musique ne sont pas disponibles pour l'année 2013; les recettes d'exploitation de l'édition de musique au Canada ont atteint 192,2 millions de dollars cette année-là.

<sup>68</sup> PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019*, données du secteur de la musique, juin 2015.

Le secteur de la musique a connu plusieurs changements stratégiques majeurs au cours des deux dernières années. En particulier, le gouvernement fédéral a prolongé la durée du droit d'auteur pour les enregistrements sonores, en la faisant passer de 50 à 70 ans, comme annoncé dans le budget d'avril 2015<sup>69</sup>. Par ailleurs, en mai 2014, la Commission du droit d'auteur du Canada a rendu une décision sur les taux de redevances applicables aux services de diffusion de musique en continu de façon non interactive et semi-interactive. Cette décision a quelque peu déçu l'industrie de la musique, notamment parce qu'elle ne reconnaît pas les taux précédemment négociés entre l'industrie et les fournisseurs de contenu musical numérique et que ces taux, s'élevant à 10,2 cents par millier d'écoutes, sont inférieurs aux taux de redevances aux États-Unis et dans d'autres pays<sup>70</sup>. De son côté, le gouvernement de l'Ontario s'est engagé dans son budget 2015 à maintenir le Fonds ontarien de promotion de la musique à 15 millions de dollars par an, tout en supprimant le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES).

Les analystes prévoient que le point de basculement à partir duquel les recettes de la musique enregistrée sur support numérique dépasseront les recettes des supports physiques sera atteint au Canada en 2016. Actuellement, les téléchargements permanents constituent la majeure partie des recettes provenant du support numérique et cette tendance devrait se poursuivre au cours des cinq prochaines années; néanmoins, la diffusion en continu devrait croître pour atteindre environ 30 p. 100 du marché numérique d'ici 2019<sup>71</sup>. En 2015, Apple Music et TIDAL ont fait leur entrée sur le marché canadien, accroissant ainsi le nombre d'options de diffusion de musique en continu à la disposition des consommateurs canadiens. Dans le cadre de la diffusion de musique en continu, la mise en place d'une compensation équitable pour les titulaires de droits musicaux et les maisons de disques continue de poser problème<sup>72</sup>.

### **Situation actuelle de la SODIMO**

Grâce à une enveloppe budgétaire stable s'élevant à 47,95 millions de dollars, dont 10 millions de dollars affectés à une version élargie du Fonds pour les produits MIN et 15 millions de dollars alloués au Fonds ontarien de promotion de la musique, la SODIMO sera en mesure de fournir d'importants financements aux industries des médias de la création de l'Ontario par le biais de ses programmes de base. La SODIMO contribuera ainsi à bâtir une économie créative prospère en finançant la conception et la distribution de contenus numériques, en fournissant un soutien à l'exportation pour assurer aux entreprises et aux produits de l'Ontario une place de premier plan sur les marchés internationaux, et en facilitant les partenariats, la collaboration et l'innovation dans tous les secteurs et par-delà les frontières.

#### **Modifications aux programmes**

La SODIMO continuera de perfectionner ses programmes et ses services pour qu'ils continuent de répondre à l'évolution permanente de l'environnement de consommation et du climat des affaires en vue de la conception et de la distribution d'un contenu créatif. La SODIMO poursuivra également son travail de collaboration avec le MTCS et le MFO afin d'adapter ses programmes de crédits d'impôt pour mieux

---

<sup>69</sup> Bliss, Karen. « Canada officially extends copyright term to 70 years », *Billboard*, 25 juin 2015.

<sup>70</sup> Ré:Sonne. « Ré:Sonne dépose une demande de révision judiciaire concernant la décision de la Commission du droit d'auteur du Canada à l'égard de Ré:Sonne Tarif n° 8 – Webdiffusions non interactives et semi-interactives (2009-2012) », communiqué, 16 juin 2014.

<sup>71</sup> PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019*, données du secteur de la musique, juin 2015.

<sup>72</sup> McLeod, P. « Making cents makes no sense: Canadian musicians to fight streaming music royalties », *The Chronicle Herald*, 22 juillet 2014, consulté le 15 octobre 2015 à l'adresse <http://thechronicleherald.ca/novascotia/1224673-making-cents-makes-no-sense-canadian-musicians-to-fight-streaming-music-royalties>.

refléter les tendances actuelles du marché numérique. Pour favoriser une solide économie de la création en Ontario, il demeure en effet primordial de garantir un accès cohérent et fiable à des financements propices à la création de contenu, au développement des affaires et à l'innovation grâce aux programmes et aux crédits d'impôt de la SODIMO.

Pour s'adapter à l'environnement dans lequel évoluent actuellement les créateurs de contenu, la SODIMO a, en 2015-2016, mis à l'essai un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation. Le but du programme pilote était de promouvoir l'émergence d'entreprises de nouvelle génération au sein du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario et d'aider les entreprises des industries culturelles de l'Ontario à relever les défis et à exploiter les possibilités de l'économie numérique tandis qu'elles étudiaient de nouvelles propositions de valeur parallèlement aux modèles opérationnels actuels. Il est prévu que les projets financés en 2015-2016 ne seront pas achevés avant le troisième trimestre 2016-2017. Ainsi, la SODIMO n'offrira pas le programme l'année prochaine, afin de se laisser suffisamment de temps pour évaluer les résultats du programme en vue de formuler des recommandations sur l'avenir du FCI pour l'exercice 2017-2018.

Comme cela avait été annoncé dans le budget 2015, une version améliorée du Fonds pour les produits MIN a été dotée d'un financement permanent d'un montant annuel de 10 millions de dollars à compter de 2016-2017. En 2015-2016, le fonds avait été doté d'un budget de 6 millions de dollars et avait été complété par un nouveau volet Définition du concept, en plus du volet Production existant. Pour cette deuxième année et par la suite, la SODIMO conservera les actuels volets Production et Définition du concept. Des consultations de l'industrie ont été menées à l'automne 2015 pour obtenir des avis et des commentaires sur les améliorations possibles du programme, notamment dans les domaines suivants : développement du marché et à l'étranger; incubation et lancement de nouvelles entreprises; développement de l'industrie et initiatives stratégiques.

### ***Crédits d'impôt***

Le budget 2015 a eu une incidence considérable sur les crédits d'impôt de l'Ontario. Parmi les changements notables, citons la réduction des taux du CIOSP et du CIOESAI et la suppression du crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES). Le crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO) a également été modifié de manière à éviter que la participation gouvernementale réduise le montant du crédit d'impôt. Plusieurs modifications ont également été apportées au CIOPMIN pour rétrécir les critères d'admissibilité et améliorer l'efficacité du traitement des demandes. Des subventions transitoires et de nouveaux taux ont également été mis en place pour certains crédits d'impôt. La mise en œuvre des modifications aux crédits d'impôt qui ont été annoncées dans le budget 2015 devrait continuer de mobiliser des ressources importantes tout au long de l'exercice 2016-2017. En conséquence, les délais totaux de traitement des demandes de crédits d'impôt augmenteront de façon temporaire par rapport à la moyenne de 26,6 semaines en 2014-2015. Il est prévu que les délais de traitement commenceront à revenir aux niveaux 2014-2015 une fois que la mise en œuvre sera terminée et que les demandes de crédits d'impôt concernées auront été traitées. La SODIMO continue d'examiner la possibilité d'augmenter les frais administratifs des crédits d'impôt.

### ***Nouvelles mesures de rendement***

Bien que réelle, la croissance de l'économie ontarienne est moins forte que prévu et la réduction du déficit reste une préoccupation essentielle du gouvernement. Pour atteindre ses objectifs en la matière, l'Ontario a maintenu ses dépenses de programmes par habitant au niveau le plus bas par rapport aux

autres provinces<sup>73</sup>. Dans un contexte de restrictions budgétaires, la SODIMO doit continuer d'optimiser les ressources et démontrer l'importance du rendement du capital investi par le gouvernement pour aider les industries de la création de l'Ontario. En 2016-2017, la SODIMO commencera à utiliser un nouveau cadre de mesure du rendement. Ce cadre, élaboré par PricewaterhouseCoopers (PwC) en collaboration avec la SODIMO et le MTCS, a été créé pour permettre à l'organisme de mieux déterminer l'impact économique de ses programmes et services dans les industries culturelles chaque année. À compter de 2016-2017, la SODIMO rendra des comptes en utilisant ces nouvelles mesures de rendement (rendement économique du capital investi, création d'emplois, qualité des emplois, efficacité de la prestation des programmes et effet de levier des investissements), mais également des indicateurs opérationnels et des mesures de productivité et de prospérité industrielle. L'annexe A présente la liste complète des nouvelles mesures de rendement.

### **Initiatives gouvernementales**

Plusieurs initiatives des gouvernements provincial et fédéral, en cours ou à venir, peuvent avoir une incidence sur la SODIMO au cours des prochaines années. En voici quelques exemples :

- **Examen du mandat** : Comme cela avait été annoncé dans le budget 2014, le gouvernement de l'Ontario continuera de renforcer sa surveillance des organismes provinciaux, et notamment d'examiner régulièrement leur mandat. Le gouvernement mène actuellement un examen du mandat de la SODIMO. Les recommandations du rapport final devraient être analysées par le Conseil du Trésor au début de l'année 2016. Dans la mesure où les résultats de l'examen ne sont pas encore connus, les modifications du mandat pourront influencer sur les priorités et les activités stratégiques de la SODIMO en 2016-2017.
- **Stratégie pour la culture et cadre stratégique pour les arts** : Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport mène actuellement une consultation publique provinciale en vue de l'adoption de la première stratégie pour la culture et du premier cadre stratégique pour les arts de l'Ontario. La SODIMO apportera toute son aide au ministère en promouvant la consultation et en lui faisant part de ses commentaires sur la stratégie. Celle-ci pourrait avoir des répercussions sur l'organisme, ses programmes et ses activités.
- **Processus d'examen, de renouvellement et de réorganisation des programmes** : Dirigé par la présidente du Conseil du Trésor et appuyé par un sous-comité du Conseil du Trésor/Conseil de gestion du gouvernement, le processus d'ERRP vise à déterminer, à l'échelle du gouvernement, quelles sont les possibilités à envisager pour réorganiser les programmes et les services.
- **Données ouvertes** : Le Secrétariat du Conseil du Trésor élabore actuellement une directive sur les données ouvertes de l'Ontario qui s'appliquera à tous les ministères et organismes provinciaux de la province, dont la SODIMO. La directive énonce les exigences régissant la divulgation proactive et continue de données gouvernementales. La SODIMO prend actuellement des mesures pour recenser et préparer les ensembles de données devant être diffusés auprès du grand public.

---

<sup>73</sup> Ministère des Finances de l'Ontario. *Budget de l'Ontario 2015*, mai 2015, p. 198.

- **Effectif** : La plupart des employés de la SODIMO sont membres de l'Association des employées et employés gestionnaires, administratifs et professionnels de la couronne de l'Ontario (AEEGAPCO) ou du Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario (SEFPO). La convention collective la plus récente établie entre l'AEEGAPCO et la FPO a été ratifiée en août 2014 et expirera en mars 2018. De leur côté, les membres du SEFPO ont ratifié une convention collective le 30 octobre 2015, laquelle expirera en décembre 2018.
- **Financement fédéral** : Le gouvernement libéral fédéral nouvellement élu a promis d'accroître son financement à la Société Radio-Canada, à Téléfilm Canada et au Conseil des arts du Canada et de réaliser d'autres investissements en faveur de la culture et des industries culturelles.
- **Partenariat transpacifique** : Le nouvel accord commercial conclu par le gouvernement fédéral sortant aura probablement des répercussions sur le régime canadien du droit d'auteur, le secteur des télécommunications et potentiellement le secteur culturel. Le projet de texte a été récemment publié, mais les conséquences de l'accord sont encore largement inconnues à ce jour.

## IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Ces cinq dernières années, la SODIMO a bénéficié d'un financement de base stable qui lui a permis d'offrir des programmes et des services fiables à ses parties prenantes et d'axer son action sur les domaines revêtant une importance stratégique majeure pour les industries des médias de la création de l'Ontario. En raison de la réduction ponctuelle du budget alloué à la SODIMO en 2015-2016 (500 000 dollars en moins), la SODIMO a puisé dans ses réserves de trésorerie non engagées, avec l'approbation du MTCS, afin de maintenir ses dépenses pour 2015-2016 au niveau approuvé par le conseil d'administration de l'organisme. En 2013-2014, la SODIMO a lancé le nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM), lequel est devenu permanent en 2015 et a été doté d'un budget annuel de 15 millions de dollars. Le gouvernement a également fourni un financement supplémentaire dans le cadre du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds pour les produits MIN) : 6 millions de dollars en 2015-2016, puis 10 millions de dollars par an à compter de 2016-2017, ce qui portera le financement de base de l'organisme à 47,95 millions de dollars en 2016-2017.

L'actuel plan stratégique de la SODIMO prendra fin en 2016-2017. Bien que le plan de l'organisme ait été élaboré il y a près de cinq ans, les principaux défis et les stratégies clés qui y sont décrits sont toujours d'actualité. L'élaboration du nouveau plan stratégique est actuellement en suspens, en attendant les résultats de l'examen du mandat. Une fois l'examen terminé, la SODIMO travaillera avec les parties prenantes et les partenaires gouvernementaux pour examiner et mettre à jour son plan stratégique en vue de créer un nouveau plan qui débutera en 2017-2018.

L'actuel plan stratégique de l'organisme a été élaboré en 2012-2013. Faisant fond sur le travail de planification stratégique qu'elle a réalisé en 2007 et 2008, la SODIMO a sollicité un examen stratégique indépendant en 2011-2012 dans le but d'étudier sa capacité de soutenir de manière optimale les industries des médias de la création de l'Ontario. Cet examen a donné lieu à l'élaboration d'un nouveau plan stratégique, lequel confirme l'efficacité du soutien offert par l'organisme aux entreprises ontariennes des industries des médias de la création. Diverses recommandations concernant les moyens d'améliorer l'impact de la SODIMO y sont également formulées.

Ce plan stratégique indique que la SODIMO joue un rôle essentiel dans la stratégie ontarienne visant à stimuler l'innovation au sein du 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, au soutien des ventes à l'exportation, ainsi qu'à la réalisation d'une veille stratégique et de travaux de recherche sur les industries des médias de la création.

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. Cinq difficultés majeures ont été recensées :

- **Accès limité au financement** pour les entreprises des médias culturels
- **Instabilité permanente des modèles opérationnels** au fur et à mesure que de nouvelles technologies et plateformes viennent bouleverser les flux de recettes traditionnels
- **Recettes limitées sur les marchés mondiaux** du fait d'une dépendance historique à l'égard des marchés intérieurs
- **Prestation de soutiens hors délai** en matière d'accès aux crédits d'impôt
- **Absence de passerelles vers les talents** nécessaires à la croissance des entreprises des médias culturels de l'Ontario, face à la concurrence qui règne sur le marché mondial.

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

#### Conditions préalables :

- **Comprendre les modèles opérationnels clés**
  - Initiative n° 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 n° 2 : Mobiliser les partenaires en vue d'instaurer une vérification sélective des crédits d'impôt
- B. Optimiser l'efficacité du soutien à l'investissement (rendement du capital investi ou RCI)**
  - Initiative n° 3 : Mettre au point des mesures du RCI
  - Initiative n° 4 : Mobiliser les partenaires en vue d'évaluer les mécanismes de soutien
  - Initiative n° 5 : Mobiliser les partenaires aux fins de la refonte des mécanismes de soutien
  - Initiative n° 5a : Mobiliser les partenaires en vue d'examiner les garanties d'emprunt
  - Initiative n° 5b : Instaurer un financement par « branche d'activité »
- C. Parvenir à une plus grande adaptabilité/souplesse des mécanismes de soutien**
  - Initiative n° 5c : Mobiliser les partenaires en vue d'examiner les crédits d'impôt afin de les simplifier et de les rendre plus modulables
- D. Faciliter les partenariats**
  - Initiative n° 6 : Mettre sur pied un Fonds pour la collaboration et l'innovation (FCI)
  - Initiative n° 7 : Créer une base de données sectorielle des partenariats
  - Initiative n° 8 : Étudier les pistes de soutien en faveur des activités de développement
- E. Renforcer les liens avec les marchés extérieurs**
  - Initiative n° 9 : Continuer d'appuyer le développement des exportations

Dans la mesure où les programmes et activités de la SODIMO continuent de recouvrir ces stratégies, la plupart des initiatives de l'organisme seront maintenues l'année prochaine. L'évolution rapide et spectaculaire des modes de production, de diffusion et de consommation du contenu créatif présente à la fois des possibilités et des défis pour la SODIMO et les secteurs qu'elle soutient. Dans l'ensemble, les industries du divertissement et des médias devraient connaître une croissance annuelle de 5,1 p. 100 entre 2015 et 2019 et, étant donné que les technologies numériques continuent de jouer un rôle essentiel dans la vie quotidienne au Canada et partout dans le monde, les créateurs de contenu de l'Ontario ont de plus en plus de possibilités d'atteindre des auditoires ciblés, nationaux et internationaux<sup>74</sup>. Dans ce contexte, les activités visant à aider les producteurs de contenu ontariens à consolider et élargir leurs parts de marché à l'international, à appuyer les activités de développement commercial et de marketing stratégique, à encourager les occasions de collaboration et d'innovation et à soutenir la création de contenu continueront de représenter des perspectives stratégiques de première importance pour la SODIMO.

---

<sup>74</sup> PricewaterhouseCoopers (PwC). *Global Entertainment and Media Outlook: 2015-2019*, prévisions par segment du marché des loisirs et des médias en Amérique du Nord, 17 septembre 2015.

## **Objectifs 2016-2017**

Les objectifs 2016-2017 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 pas vocation à indiquer un quelconque ordre de priorité. 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, de l'édition de revues, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, du cinéma et de la télévision, en poursuivant les quatre objectifs décrits ci-dessous. 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.

Le tableau figurant à la page 35 récapitule l'impact des activités de la SODIMO au regard de ses objectifs et stratégies pour 2016-2017.

### **Objectif n° 1 : Stimuler la croissance, la productivité et l'emploi au sein des industries des médias de la création de l'Ontario**

Renforcer la position concurrentielle du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario en améliorant l'accès au financement et en réalisant des investissements stratégiques qui entraîneront d'autres investissements en capital et en fonds publics en faveur des industries des médias de la création de l'Ontario.

#### **Stratégies :**

1. Mettre en œuvre des programmes facilitant l'accès des entreprises à des sources de financement publiques et privées.
2. Optimiser l'efficacité des programmes et services de la SODIMO.
3. Contribuer à la croissance et au maintien d'emplois au sein du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario.

### **Objectif n° 2 : Offrir des possibilités d'innovation et de collaboration dans le domaine des affaires**

Promouvoir l'évolution des affaires en offrant des possibilités d'innovation et de collaboration au sein du secteur ontarien du divertissement et de la création ainsi qu'en créant des occasions pour les entreprises de l'industrie des médias de la création de l'Ontario de devenir des chefs de file dans un climat d'affaires et un environnement numérique qui évoluent rapidement.

#### **Stratégies :**

1. Créer des possibilités et soutenir des activités pour stimuler le transfert de connaissances et favoriser l'innovation et l'évolution dans le domaine des affaires.
2. Renouveler les programmes et services de la SODIMO afin de garantir leur adaptabilité et leur souplesse optimales dans un climat d'affaires en constante évolution.
3. Faciliter les possibilités de partenariat au sein des sociétés de production de contenu et des entreprises spécialisées dans la technologie, ainsi qu'entre ces deux types de compagnies.

### **Objectif n° 3 : Élargir l'accès aux marchés internationaux et appuyer l'élaboration de contenu**

Encourager et aider les entreprises de l'industrie des médias de la création de l'Ontario à accéder aux marchés internationaux et intérieurs, à élaborer du contenu de qualité et à promouvoir la province en tant que centre de production médiatique de classe mondiale.

**Stratégies :**

1. Investir dans la création de contenu d'envergure mondiale facilitant la croissance de l'emploi et la multiplication des investissements réalisés dans la province de l'Ontario.
2. Renforcer les liens commerciaux des entreprises médiatiques 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 : Faire preuve d'un solide leadership pour faire progresser les industries des médias de la création de l'Ontario***

Adopter un modèle de leadership fort, efficace et innovant, affirmer notre valeur en tant que centre d'information et défendre les intérêts des industries des médias de la création de l'Ontario.

**Stratégies :**

1. Prendre des engagements en matière d'amélioration continue et d'excellence des services.
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. Défendre les intérêts des industries des médias de la création de l'Ontario.

## V. VUE D'ENSEMBLE DES PROGRAMMES ET ACTIVITÉS ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario s'efforce d'assurer la prestation efficace et efficiente 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 opérations. Le personnel de la SODIMO a démontré sa capacité de mettre en œuvre des initiatives constructives et axées sur les résultats à destination de sa clientèle dans tous les secteurs desservis.

La SODIMO travaille en collaboration avec le ministère des Finances (MFO), le ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs (MSGSC), le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) et le ministère du Développement économique, de l'Emploi et de l'Infrastructure (MDEEI) dans le cadre d'initiatives conjointes, lorsque l'occasion se présente. La SODIMO perpétuera ces relations et continuera d'informer le MTCS avant le lancement de nouvelles initiatives, ainsi que de lui transmettre ses travaux et données de recherche. Par ailleurs, la SODIMO échange à intervalles réguliers 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 Canada, l'Association of Film Commissioners International et la Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings. La SODIMO rencontre aussi périodiquement d'autres organismes relevant du MTCS 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.

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

1. **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) et du 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 faciliter 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.
2. **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 (ARC). Elle apporte son concours au MTCS 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 de la création et à l'efficacité des crédits d'impôt.
3. **Groupe des activités opérationnelles et de la recherche** : Cette division fournit l'orientation stratégique et le soutien opérationnel dont la SODIMO a besoin pour atteindre ses objectifs, notamment dans les domaines de la planification stratégique et commerciale, de la recherche et

des statistiques, des services financiers, de la prise en charge des technologies de l'information, de la présentation des mesures de rendement et des opérations administratives. Elle appuie le ministère et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles et porte 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). Un soutien en matière de ressources humaines est assuré par le biais de RH Ontario, le service centralisé du ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs (MSGSC).

4. **Bureau du directeur général et communications** : Cette division englobe le personnel du bureau de la présidente-directrice générale, du conseil d'administration de la SODIMO et du service des communications, dont la mission est d'appuyer l'ensemble des activités de communication de l'organisme conformément au plan de communication figurant à la section XIII.

### *Programmes et activités*

La SODIMO offre des programmes et activités à l'appui des objectifs administratifs énoncés dans la section précédente. Bien que cette section ait été organisée par service et type d'activité, il convient de souligner que tous les programmes et activités concourent à la réalisation de plusieurs objectifs de l'organisme et qu'ils peuvent appuyer de nombreuses opérations différentes.

## Plan des activités de la SODIMO en 2016-2017

ACTIVITÉ	<b>OBJECTIF n° 1 :</b> <b>STIMULER LA CROISSANCE, LA PRODUCTIVITÉ ET L'EMPLOI AU SEIN DES INDUSTRIES DES MÉDIAS DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO</b>  <b>Stratégies :</b> - Mettre en œuvre des programmes de financement. - Optimiser l'efficacité des programmes et services.	<b>OBJECTIF n° 2 :</b> <b>OFFRIR DES POSSIBILITÉS D'INNOVATION ET DE COLLABORATION DANS LE DOMAINE DES AFFAIRES</b>  <b>Stratégies :</b> - Appuyer les activités et les travaux de recherche propices à l'évolution des affaires. - Renouveler régulièrement les programmes et services. - Faciliter les possibilités de partenariats. - Stimuler le transfert de connaissances et favoriser les activités novatrices dans le domaine des affaires.	<b>OBJECTIF n° 3 :</b> <b>ÉLARGIR L'ACCÈS AUX MARCHÉS INTERNATIONAUX ET APPUYER L'ÉLABORATION DE CONTENU</b>  <b>Stratégies :</b> - Investir dans la création de contenu d'envergure mondiale. - Renforcer les liens commerciaux. - Promouvoir l'Ontario.	<b>OBJECTIF n° 4 :</b> <b>FAIRE PREUVE D'UN SOLIDE LEADERSHIP POUR FAIRE PROGRESSER LES INDUSTRIES DES MÉDIAS DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO</b>  <b>Stratégies :</b> - Optimiser l'efficacité organisationnelle. - Fournir des renseignements stratégiques d'actualité. - Défendre les intérêts du secteur.
Activités de communication		✓	✓	✓
Fonds relevant du Programme 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		✓	✓	
Développement de l'industrie à l'étranger	✓	✓	✓	
Initiatives menées par la		✓	✓	✓

SODIMO (p. ex. le 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	✓	✓	✓	
Fonds pour la collaboration et l'innovation		✓	✓	

## Groupe du développement de l'industrie

### Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique

Le Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique fournit un soutien aux projets ontariens de longs métrages qui sont prêts à être produits ou dont le développement est en cours de finalisation. Ce programme a pour objectif d'accroître les investissements réalisés et les emplois créés dans la province par des sociétés de production de longs métrages établies en Ontario, d'aider à financer ces sociétés et d'accroître le nombre de longs métrages originaux de haute qualité produits dans la province par des sociétés de production établies en Ontario. Les résultats de ce programme sont mesurés en fonction du nombre d'emplois créés et/ou préservés et de la valeur de levier associée à la contribution de la SODIMO pour chaque projet. Ce fonds comprend deux volets :

- Développement : le financement est accordé sous la forme d'un prêt sans intérêt d'un montant maximal de 25 000 dollars à l'appui de l'étape finale de développement du projet.
- Production : le financement est accordé sous la forme d'une avance remboursable d'un montant maximal de 400 000 dollars. Il s'agit d'un financement de dernier recours permettant de compléter le financement de la production d'un long métrage.

Bon nombre de projets financés au titre du Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique ont été acclamés par la critique et ont connu un succès commercial, au Canada comme à l'étranger.

- Pas moins de neuf longs métrages soutenus par le biais du Fonds pour la production cinématographique, un chiffre record, ont été projetés lors du Festival international du film de Toronto. La coproduction canado-irlandaise *Room : Le Monde de Jack (Room)*, réalisée par Lenny Abrahamson, a reçu le Prix Grolsch du public, tandis que le documentaire *Hurt*, réalisé par Alan Zweig, a remporté le prix du programme Plateforme.
- Bénéficiaire du Fonds pour la production cinématographique, *Ennemi (Enemy)*, réalisé par Denis Villeneuve, a remporté le Prix Rogers 2014 du meilleur film canadien de la Toronto Film Critics Association.
- Plusieurs documentaires financés par le Fonds pour la production cinématographique ont remporté des distinctions à l'étranger, dont *How to Change the World*, qui a reçu le prix de l'environnement (Environmental Award) lors de l'édition 2015 du Sheffield Documentary Festival et *The Messenger*, qui a remporté le prix du meilleur programme de protection de la nature (Best Conservation Program) au Jackson Hole Wildlife Film Festival de 2015. Les deux films ont été projetés à l'occasion de plus d'une douzaine de festivals internationaux.
- Le premier épisode de la série *The Book of Negroes* sur CBC a attiré plus de 1,7 million de Canadiens, enregistrant la meilleure cote d'écoute de son créneau horaire<sup>75</sup>. Produite par Conquering Lion Pictures, la mini-série en six parties a bénéficié du soutien du volet

---

<sup>75</sup> CBC. « Book of Negroes tops ratings for its time slot », consulté le 5 novembre 2015 à l'adresse <http://www.cbc.ca/news/arts/book-of-negroes-tops-ratings-for-its-time-slot-1.2895342>.

Développement du Fonds pour la production cinématographique. La production, adaptée du roman canadien de Lawrence Hill (publié sous le titre *Aminata* en français), a fait l'objet d'une option lors de l'événement De la page à l'écran de la SODIMO.

La SODIMO continuera d'offrir son Fonds pour la production cinématographique en 2016-2017 et étudiera la possibilité de soutenir également la musique et le doublage/sous-titrage. Par ailleurs, afin de mieux faire connaître les films tout au long de leur cycle de lancement et d'attirer de plus larges publics, la SODIMO appuiera de manière ciblée les stratégies de distribution et de marketing novatrices pour une durée limitée. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### **Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques**

Le Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds 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 250 000 dollars pour créer un produit multimédia à contenu interactif numérique immédiatement commercialisable. 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 résultats de ce programme sont mesurés en fonction du nombre d'emplois créés et/ou préservés et de la valeur de levier associée à la contribution de la SODIMO pour chaque projet.

Les récipiendaires du Fonds pour les produits MIN se sont distingués par leur créativité et leur sens de l'innovation sur diverses plateformes :

- Aux prix Écrans canadiens de 2015, l'entreprise ontarienne iThentic a reporté le prix de la meilleure série Web pour *Space Riders: Division Earth*, projet qui avait bénéficié du soutien du Fonds pour les produits MIN.
- Quatre projets du Fonds pour les produits MIN ont été récompensés lors des International Academy of Web Television Awards, dont *Whatever, Linda!* (meilleure série dramatique et meilleure réalisation) et *Ruby Skye PI: The Maltese Puppy* (meilleure série pour enfants).
- Bénéficiaire du Fonds pour les produits MIN, la société Cappybara Games a été nommée l'une des 10 entreprises les plus innovantes au monde dans le domaine du jeu par le magazine Fast Company<sup>76</sup>. Cappybara, dont plusieurs jeux ont reçu le soutien du Fonds pour les produits MIN, a pu grâce à l'aide de la SODIMO perfectionner ses projets artistiques et multimédias et renforcer ses capacités technologiques. Forte de sa croissance et de la compétence acquise lors de la commercialisation d'un titre autoproduit bénéficiant du soutien du Fonds pour les produits MIN, l'entreprise a donné aux éditeurs confiance en son aptitude à créer des actifs de propriété intellectuelle de qualité, s'attirant ainsi des financements et des contrats pour ses jeux originaux<sup>77</sup>.

<sup>76</sup> Fast Company. « The World's Top 10 Most Innovative Companies in Gaming », consulté le 5 novembre 2015 à l'adresse <http://www.fastcompany.com/3026366/most-innovative-companies-2014/the-worlds-top-10-most-innovative-companies-in-gaming>.

<sup>77</sup> Résumé d'un courriel de Nathan Vella, président et cofondateur de Cappybara Games.

- Le soutien de la SODIMO a été un facteur décisif dans la transition de Phantom Compass, une société de services devenue société de production de jeux vidéo. Grâce au soutien du Fonds pour les produits MIN, l'entreprise a pu réduire les risques liés à l'élaboration de son jeu phare *Rollers of the Realm* sur de multiples plateformes. La SODIMO a également aidé Phantom Compass à exploiter les circuits de commercialisation, et *Rollers of the Realm* est aujourd'hui devenu une gamme de produits pouvant être téléchargés sur Steam, iOS et d'autres plateformes majeures<sup>78</sup>.

Dans le budget provincial d'avril 2015, le gouvernement s'est engagé à octroyer 6 millions de dollars en 2015-2016 et un financement annuel de 10 millions de dollars à compter de 2016-2017 à destination d'un Fonds pour les produits MIN renouvelé. En 2015-2016, le Fonds a été complété par un volet Définition du concept visant à soutenir les activités préliminaires qui aideront les sociétés à tendre vers la production de projets immédiatement commercialisables. Les éditeurs de produits numériques et les coproductions sont également devenus admissibles en 2015-2016. D'autres améliorations seront mises en œuvre en 2016-2017 afin d'adapter le Fonds pour les produits MIN à l'accroissement de son financement et à l'élargissement de sa portée. Ces modifications supplémentaires sont décrites dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### **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 établis en Ontario appartenant à des intérêts canadiens, et octroie à ce titre un financement maximal de 100 000 dollars à l'appui des initiatives de promotion qui présentent les œuvres d'auteurs canadiens sur le marché intérieur et les marchés internationaux. Les auteurs d'une demande peuvent également être admissibles au titre d'activités s'appuyant sur leur capacité numérique existante de la manière qui correspond le mieux à leurs objectifs généraux. Ce programme a pour objectif d'offrir aux éditeurs de livres des occasions de renforcer leur capacité, d'accroître leurs recettes et de développer leurs entreprises. Les résultats de ce programme sont mesurés par le rendement du capital investi (RCI), à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO.

En 2013-2014, l'exercice le plus récent pour lequel des résultats sont disponibles, les bénéficiaires du Fonds du livre de la SODIMO ont indiqué avoir gagné 4 dollars pour chaque dollar investi par la SODIMO. Les livres publiés par des éditeurs établis en Ontario appartenant à des intérêts canadiens sont acclamés par la critique et connaissent de beaux succès commerciaux.

- En 2015, le prestigieux prix Giller a été attribué à *Fifteen Dogs* (paru en français sous le titre *Le langage de la meute*) d'André Alexis, publié par Coach House Books. En incluant le roman primé, trois des cinq livres présélectionnés étaient publiés par des sociétés canadiennes implantées en Ontario.
- Les quatre lauréats du Prix Trillium 2015 ont été publiés par des éditeurs canadiens établis en Ontario : Coach House Books, les Éditions L'Interligne et Pedlar Press.

---

<sup>78</sup> Résumé d'un courriel de Tony Walsh, directeur de Phantom Compass.

- Robert Rose, l'un des principaux éditeurs nord-américains de livres sur la cuisine et la santé, a pu augmenter ses recettes grâce au Fonds du livre de la SODIMO, qui lui a permis d'agrandir son site Web et de se doter d'outils d'analyse sophistiqués afin de mieux servir ses clients<sup>79</sup>.
- Brick Books bénéficie presque tous les ans du Fonds du livre de la SODIMO. L'éditeur peut ainsi faire participer des auteurs à des tournées de promotion plus longues afin d'accroître la portée de leurs publications et le marché associé, ce qu'il n'aurait pas pu envisager sans ce soutien financier<sup>80</sup>.

La SODIMO continuera d'offrir son Fonds du livre en 2016-2017 et étudiera la possibilité d'adapter les plafonds de financement du programme. En outre, le Fonds du livre proposera pour la quatrième année l'initiative fédérale-provinciale pour la publication de livres francophones. Faisant fond sur un programme pilote concluant en 2015-2016, la SODIMO élargira son initiative de soutien aux tournées d'auteurs pour une durée limitée en 2016-2017 dans le but d'attirer l'attention des médias et du public sur les auteurs et les éditeurs de l'Ontario et d'augmenter les ventes. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### **Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues**

Le Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues octroie un financement maximal de 75 000 dollars aux éditeurs de revues de l'Ontario qui proposent 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, examen et mise en œuvre de nouvelles stratégies de contenu, nouveaux lancements et activités de renforcement numérique des entreprises. Ce programme a pour objectif d'offrir aux éditeurs de revues des occasions de renforcer leur capacité et de développer leurs entreprises par l'accroissement de leur compétitivité et de leurs ventes, afin de soutenir la création de contenu par les entreprises ontariennes. Les résultats de ce programme sont mesurés par la valeur de levier des projets subventionnés et par le RCI, à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO.

- La 38<sup>e</sup> édition des Prix du magazine canadien a eu lieu en juin 2015. Les lauréats de l'Ontario comprennent *Hazlitt* dans la catégorie Site Web de l'année, *Cottage Life* dans la catégorie Meilleure marque d'un magazine et *Today's Parent* dans la catégorie Édition numérique (tablette) de l'année.
- Le soutien du Fonds d'aide aux éditeurs de revues a permis à la société Passion Inc. d'investir dans les plateformes numériques et de créer une présence en ligne pour sa revue imprimée *jobpostings*. Cet investissement a permis à l'entreprise de devenir la plus importante publication de la catégorie « mode de vie professionnelle » au Canada, touchant 400 000 Canadiennes et Canadiens<sup>81</sup>.

<sup>79</sup> SODIMO. « Succès de la SODIMO : Robert Rose », consulté le 5 novembre 2015 à l'adresse [http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires\\_de\\_succ\\_s/Livres/SUCC\\_S\\_DE\\_LA\\_SODIMO\\_\\_ROBERT\\_ROSE.htm](http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires_de_succ_s/Livres/SUCC_S_DE_LA_SODIMO__ROBERT_ROSE.htm).

<sup>80</sup> SODIMO. « Succès de la SODIMO : Brick Books », consulté le 5 novembre 2015 à l'adresse [http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires\\_de\\_succ\\_s/Livres/SUCC\\_S\\_DE\\_LA\\_SODIMO\\_\\_BRICK\\_BOOKS.htm](http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires_de_succ_s/Livres/SUCC_S_DE_LA_SODIMO__BRICK_BOOKS.htm).

<sup>81</sup> SODIMO. « Succès de la SODIMO : Jobpostings », consulté le 5 novembre 2015 à l'adresse [http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires\\_de\\_succ\\_s/Revues/SUCC\\_S\\_DE\\_LA\\_SODIMO\\_\\_JOBPOSTINGS.htm](http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires_de_succ_s/Revues/SUCC_S_DE_LA_SODIMO__JOBPOSTINGS.htm).

- Grâce à l'aide qu'elles ont reçue pour élaborer de nouveaux modèles d'affaires, les entreprises ont pu atténuer leurs risques. Le Fonds d'aide aux éditeurs de revues a aidé les créateurs de *Maison & Demeure (House & Home)* à étudier de nouvelles possibilités de monétiser du contenu en s'étendant aux secteurs de la télévision, de l'édition de livres et des produits dérivés. Le « livre-revue » *Decorating with White* (décorer en blanc), publié au format papier et numérique, a permis à la société de trouver un modèle fonctionnel pour sa première publication indépendante en kiosques, modèle qu'elle a reproduit depuis sans aucune aide<sup>82</sup>.

La SODIMO continuera d'offrir le Fonds d'aide aux éditeurs de revues en 2016-2017 et étudiera comment ajuster les plafonds de financement du programme. Par ailleurs, l'organisme veillera tout particulièrement à ce que les éditeurs puissent avoir accès à des fonds dans le cadre de l'élargissement du Fonds pour les produits MIN. Après le succès du Congrès mondial de la FIPP à Toronto en 2015, la SODIMO mettra également en place, pour une période limitée, des stratégies ciblées de croissance internationale en faveur de l'industrie de l'édition de revues, peut-être en partenariat avec la fédération. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

#### **Fonds de la SODIMO pour l'exportation et activités de développement de l'industrie à l'étranger**

Le Fonds de la SODIMO pour l'exportation fournit un financement maximal de 12 000 dollars aux éditeurs de livres et aux producteurs de contenu sur écran de l'Ontario, dans le but d'appuyer un éventail d'activités menées sur une année, notamment la participation à des manifestations sectorielles et la réalisation de déplacements commerciaux ciblés. Ce programme a pour objectif de soutenir les entreprises ontariennes en vue de favoriser l'accès aux marchés internationaux, d'accroître la proportion des ventes à l'international, d'attirer des investissements en faveur de nouveaux projets et d'appuyer l'exploitation commerciale des produits culturels. Les résultats du Fonds pour l'exportation sont mesurés par le RCI (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.

La SODIMO mène également des activités stratégiques en matière de développement de l'industrie à l'étranger 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 en matière de développement de l'industrie à l'étranger sont mesurés par le nombre de marchés au sein desquels la SODIMO a orchestré une présence stratégique.

- En 2014-2015, le Fonds de la SODIMO pour l'exportation a permis à 194 entreprises de participer à 281 marchés internationaux. Les activités de développement de l'industrie à l'étranger ont permis d'assurer une présence stratégique dans le cadre de 21 marchés, dont le Festival du film de Cannes, le MIDEM, la Foire du livre de Francfort et le Film Bazaar (en Inde).
- En 2013-2014 (l'exercice le plus récent pour lequel des résultats sont disponibles), les entreprises subventionnées par le Fonds de la SODIMO pour l'exportation ont généré 341 millions de dollars de recettes, ce qui représente un rendement de 190 dollars pour chaque dollar investi par la SODIMO<sup>83</sup>.

<sup>82</sup> SODIMO. « Succès de la SODIMO : House and Home », consulté le 6 novembre 2015 à l'adresse [http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires\\_de\\_succ\\_s/Revue/SUCC\\_S\\_DE\\_LA\\_SODIMO\\_\\_HOUSE\\_AND\\_HOME.htm](http://www.omdc.on.ca/OMCM/Histoires_de_succ_s/Revue/SUCC_S_DE_LA_SODIMO__HOUSE_AND_HOME.htm).

<sup>83</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

- Le soutien du Fonds de la SODIMO pour l'exportation a permis à First Love Films de présenter sa websérie *Riftworld* au New York Television Festival, où elle a remporté le prix du meilleur pilote d'une comédie dramatique, et à la conférence Power to the Pixel au Royaume-Uni, où la société a noué avec le fonds belge Wallimage un partenariat capital qui s'est traduit par le versement d'une contribution de 400 000 dollars en vue d'un nouveau jeu numérique inspiré de la websérie.
- Matter of Fact Media, société de production documentaire, a vu sa croissance s'accélérer grâce au soutien du Fonds de la SODIMO pour l'exportation. Par le biais des fonds octroyés pour se rendre plus fréquemment sur des marchés stratégiques, la chef de production Vanessa Dyllyn a acquis des connaissances importantes sur les marchés internationaux et a noué des relations critiques avec des sociétés de diffusion et de production en Europe et aux États-Unis. Ces activités ont permis de financer le développement de quatre coproductions régies par des traités avec des pays européens<sup>84</sup>.
- Le Fonds pour les produits MIN et le Fonds de la SODIMO pour l'exportation ont permis à Get Set Games de créer des produits et de les promouvoir lors de conférences de jeux clés. L'un de ses jeux, *Mega Run*, qui a bénéficié du soutien du Fonds pour les produits MIN, a caracolé en tête des téléchargements sur l'App Store, ce qui a permis à la société de conclure une entente de partenariat avec Disney/Pixar. Son succès lui a permis de créer de nouveaux emplois au sein de l'entreprise et de continuer à se développer.

La SODIMO continuera d'offrir son Fonds pour l'exportation et de mener des activités de développement de l'industrie à l'étranger en 2016-2017 et envisagera d'ajuster ses plafonds de financement pour tenir compte de l'augmentation des coûts. Compte tenu des dates inhabituellement proches du Salon du livre de Londres et de la Foire du livre de jeunesse de Bologne en avril 2016, la SODIMO mettra également en œuvre une initiative unique de développement commercial pour permettre aux éditeurs ontariens et européens d'établir de nouveaux circuits commerciaux, notamment au Royaume-Uni. Pour compléter cette initiative, la SODIMO étudiera également la possibilité de mettre en place un programme de marketing « discret » visant à placer une collection de titres de livres ontariens clés dans les bureaux consulaires où se trouve un représentant commercial ou une représentante commerciale de l'Ontario. De plus amples renseignements sur ces initiatives sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### ***Programme de développement de l'industrie***

La SODIMO offre un soutien financier et stratégique ciblé aux associations professionnelles et aux organisateurs de manifestations au titre d'activités propices au développement des affaires dans les industries des médias de la création de l'Ontario. Les résultats de ce programme sont mesurés par le nombre d'initiatives subventionnées et le nombre de relations nouées par les participants.

- Voici une liste non exhaustive des initiatives propices au développement des affaires subventionnées par le Programme de développement de l'industrie en 2014-2015 : le programme et le forum sur l'industrie au Festival international canadien du documentaire Hot Docs; MagNet,

---

<sup>84</sup> Résumé d'un courriel de Vanessa Dyllyn, productrice déléguée, Matter of Fact Media Inc.

la principale conférence de l'industrie de l'édition de revues au Canada; le congrès de l'animation télévisuelle (« Television Animation Conference ») du Festival international d'animation d'Ottawa; les séances de développement des affaires intersectorielles INplay et iLunch d'Interactive Ontario; les salons de l'Ontario (« Ontario Showcases ») de la Canadian Independent Music Association, au MIDEM; le Sales and Industry Office (bureau des ventes et de l'industrie) du TIFF; et le programme des visiteurs internationaux du Festival international des auteurs.

- En 2014-2015, la SODIMO a soutenu 55 initiatives, lesquelles ont créé près de 40 000 nouvelles pistes d'affaires pour les entrepreneurs de l'industrie des médias de la création<sup>85</sup>.

La SODIMO continuera d'offrir le Programme de développement de l'industrie en 2016-2017 et étudiera la possibilité d'étendre l'admissibilité du programme aux consortiums d'entreprises, en plus des organismes individuels sans but lucratif d'envergure provinciale ou fédérale œuvrant dans l'industrie des médias culturels. Afin de combler le déficit fréquent de compétences en affaires des entrepreneurs des industries de la création de l'Ontario, la SODIMO étudiera la possibilité de nouer un partenariat d'une durée limitée avec Artscape Toronto, dont la nouvelle initiative Launchpad entend favoriser l'acquisition de compétences et stimuler les résultats commerciaux du secteur du divertissement. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

#### ***Fonds pour la collaboration et l'innovation***

Pour s'adapter à l'environnement dans lequel évoluent actuellement les créateurs de contenu, la SODIMO a, en 2015-2016, mis à l'essai un nouveau Fonds pour la collaboration et l'innovation (FCI). Le but du programme pilote était de promouvoir l'émergence d'entreprises de nouvelle génération au sein du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario et d'aider les entreprises des industries culturelles de l'Ontario à relever les défis et à exploiter les possibilités de l'économie numérique tandis qu'elles étudiaient de nouvelles propositions de valeur parallèlement aux modèles opérationnels actuels. Le FCI a été mis en place parallèlement aux fonds existants qui soutiennent de manière efficace les industries et contribuent à la réalisation des objectifs de développement économique de l'organisme. Le FCI a soutenu des projets qui cadrent avec le mandat de la SODIMO, mais qui ne répondaient pas aux paramètres des programmes existants de l'organisme.

Quatre-vingt-deux demandes issues de tous les secteurs admissibles ont été reçues. Les projets proposés concernaient, entre autres, la programmation de contenus transmédia, le marketing en ligne, le développement de webdiffusions/vidéos/services par contournement/chaînes YouTube, les applications mobiles, les réseaux sociaux, les livres interactifs, l'analyse de données et la baladodiffusion. Vingt-six entreprises, dont 10 entreprises de produits multimédias interactifs numériques, six éditeurs de revues, cinq éditeurs de livres et cinq sociétés de cinéma et de télévision, ont été sélectionnées pour participer à la première phase du programme. Comme bon nombre de projets subventionnés en 2015-2016 représentaient de nouvelles approches commerciales et/ou concernaient de nouveaux partenariats, il n'est pas encore certain que leurs résultats cadrent avec le type de résultats habituellement recherchés par la SODIMO. Étant donné que les projets sont dus à l'automne 2016, il est prématuré de prédire totalement les résultats de ce fonds pilote. Comme les projets financés en 2015-2016 ne seront pas achevés avant le troisième trimestre de l'exercice 2016-2017, la SODIMO n'offrira pas ce fonds au cours

---

<sup>85</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

du prochain exercice afin de se laisser suffisamment de temps pour évaluer les résultats du programme en vue de formuler des recommandations sur l'avenir du FCI pour l'exercice 2017-2018. Les fonds qui auraient autrement été affectés au FCI en 2016-2017 sont, en partie, redistribués dans d'autres programmes de subventions et utilisés pour compenser les pressions inflationnistes et ainsi équilibrer le budget de la SODIMO en 2016-2017.

En attendant, l'élargissement du Fonds pour les produits MIN aura probablement pour effet d'étendre l'admissibilité à des entreprises qui auraient autrement envisagé de présenter une demande au titre du FCI à l'avenir. En outre, certains projets de cinéma, de télévision et d'édition pourront également être admissibles à la version élargie du Fonds pour les produits MIN, à condition que l'entreprise en question ait acquis une expertise interne en matière de produits MIN ou travaille avec un partenaire du secteur des produits MIN. Les entreprises qui ont été sélectionnées dans le cadre du FCI auront bénéficié de la formation du programme et seront bien placées pour présenter une demande de financement de projets solides et innovants auprès du Fonds pour les produits MIN.

### ***Bureau ontarien de promotion de la musique***

Dans son budget 2015, le gouvernement de l'Ontario s'est engagé à maintenir le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) à 15 millions de dollars par année. Le programme vise à renforcer les sociétés du secteur de la musique de l'Ontario, à stimuler la croissance et à soutenir le secteur de la musique de la province. Les résultats du FOPM sont notamment mesurés par le nombre d'emplois créés/maintenus, la croissance des entreprises (revenu/bénéfice net), les placements privés et les capitaux obtenus, ainsi que par le rendement du capital investi (à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par la SODIMO). Le fonds comprendra toujours les quatre volets suivants :

#### ***Fonds ontarien de promotion de la musique : Développement des entreprises du secteur de la musique***

Le volet Développement des entreprises du secteur de la musique du Fonds ontarien de promotion de la musique vise à fournir aux sociétés du secteur de la musique établies en Ontario un financement pour soutenir les activités des entreprises, à la fois nouvelles et existantes, notamment les initiatives commerciales stratégiques et le développement du marché, sous la forme d'investissements et d'engagements.

#### ***Fonds ontarien de promotion de la musique : Développement de l'industrie de la musique***

Le volet Développement de l'industrie de la musique du Fonds ontarien de promotion de la musique est conçu pour élaborer et renforcer les structures et les systèmes de soutien qui contribuent à la croissance économique et culturelle de l'industrie de la musique en Ontario en appuyant des organisations qui entreprennent des initiatives stratégiques ayant des répercussions à long terme sur la croissance et la viabilité de l'industrie de la musique en Ontario.

#### ***Fonds ontarien de promotion de la musique : Développement des talents***

Le volet Développement des talents du Fonds ontarien de promotion de la musique vise à stimuler l'entrepreneuriat et à appuyer le développement des talents nouveaux et diversifiés de l'industrie de la musique de l'Ontario, notamment les artistes-entrepreneurs qui ont le potentiel de se développer sur le plan professionnel s'ils bénéficient de programmes de mentorat d'affaires et de perfectionnement des

compétences, ainsi que d'un fonds de roulement, pour renforcer leur capacité en lien avec l'enregistrement, les tournées ou l'activité A et R (artiste et répertoire).

### ***Fonds ontarien de promotion de la musique : Promotion des concerts***

Le volet Promotion des concerts du Fonds ontarien de promotion de la musique vise à élargir l'éventail et à améliorer la qualité des expériences de musique en direct qui sont offertes aux résidents et aux visiteurs de l'Ontario lors de manifestations, de festivals et de concerts mettant en vedette des artistes canadiens.

Au cours de sa deuxième année d'existence, le Fonds ontarien de promotion de la musique a accordé 136 subventions, notamment pour soutenir les initiatives, les activités et les artistes primés suivants :

- Des concerts et des conférences comme les prix Juno 2015 à Hamilton, le prix de musique Polaris 2015 et le gala de remise du prix, la Semaine de la musique canadienne, le Beaches Jazz Festival, le série de concerts au Small World Music Centre et le Festival of Small Halls.
- La lauréate du prix Polaris en 2015, Buffy Sainte-Marie, qui a été soutenue par le FOPM par le biais de Linus Entertainment.
- Le lancement et la commercialisation de nouveaux enregistrements provenant de maisons de disques établies en Ontario (p. ex. Dine Alone Records, Sonic Unyon, Paper Bag, MDM Recordings).
- Une initiative stratégique avec le Harbourfront Centre pour organiser un atelier de perfectionnement professionnel de deux jours à l'intention des diffuseurs de musique autochtones.
- L'octroi d'un financement à Réseau Ontario pour permettre à une délégation internationale d'acheteurs d'assister à la conférence de Contact ontariois afin d'élargir les possibilités d'exportation de la musique franco-ontarienne.

La SODIMO a mené des consultations avec le secteur de la musique à l'automne 2015 pour étudier les moyens de rationaliser, de modifier et d'optimiser l'impact du Fonds ontarien de promotion de la musique en 2016-2017 et au-delà. Des réunions ont été organisées pour chacun des quatre volets du programme et ont porté sur les domaines suivants : l'optimisation de l'impact du FOPM; la promotion des programmes, notamment auprès des communautés franco-ontariennes et autochtones; la détermination des moyens de soutenir la diversité musicale de l'Ontario; et l'amélioration de l'efficacité administrative. La SODIMO travaille actuellement avec le MTCS pour achever et mettre en œuvre des améliorations dans le cadre de la quatrième année du Fonds, en s'appuyant sur les contributions issues des consultations de l'industrie.

### ***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 postproduction, 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 dans la province. Elle recueille en outre des statistiques sur cette activité de production. Au cours des trois premiers trimestres 2015-2016, l'Unité des productions cinématographiques a assuré des services de prospection à l'appui de 128 projets.

- En partenariat avec la Ville de Toronto, la SODIMO tient un bureau de promotion à temps plein à Los Angeles, lequel mène des actions sur le terrain afin d'attirer les producteurs en Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de la province. Le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) continue d'apporter une précieuse contribution à l'activité de production étrangère en Ontario. En 2014-2015, 23 productions ayant injecté 460 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 « clients » démarchés à l'origine par le bureau de Los Angeles. La SODIMO est l'associé-gérant du bureau<sup>86</sup>.
- Déjà primée, la Photothèque numérique des extérieurs continue d'étoffer sa collection d'images. Au 30 octobre 2015, cette base de données comptait près de 13 000 portefeuilles renfermant plus de 280 000 images. Ce système est exploité par des équipes de production locales indépendantes, des producteurs nationaux et internationaux et du personnel de la SODIMO, qui s'en servent pour créer des forfaits promotionnels. En 2014-2015, la SODIMO a lancé une version mobile de la Photothèque numérique des extérieurs afin de permettre à ses utilisateurs d'utiliser la base de données pendant qu'ils sont en déplacement. La base de données est sans cesse améliorée afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs.

En 2016-2017, l'Unité des productions cinématographiques continuera d'offrir des services de qualité aux parties prenantes et de renforcer sa collaboration avec les clients internationaux nouveaux et existants en vue de concourir à la croissance continue de la production ontarienne et de maximiser les possibilités d'investissements.

### ***Initiatives conjointes***

La SODIMO travaille avec les parties prenantes des industries des médias de la création afin de proposer des activités collaboratives intersectorielles. Ces activités encouragent la conclusion de partenariats à l'échelle des industries des médias de la création dans l'optique de stimuler l'innovation, la productivité et la croissance de ces secteurs. Elles contribuent également à lever les obstacles entre les secteurs et permettent à ces derniers d'articuler leurs actions autour de perspectives d'affaires communes.

Voici quelques exemples de ces initiatives :

- De la page à l'écran, un événement 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 sept dernières années, ce programme a orchestré plus de

---

<sup>86</sup> Résultats annuels de la SODIMO, 2014-2015.

2 000 entretiens professionnels et servi d'intermédiaire à près de 40 contrats d'adaptation. En 2014-2015, 73 entreprises ont participé à plus de 400 entretiens<sup>87</sup>. Citons notamment l'option qui a été prise par Aircraft Pictures sur *The Breadwinner* (paru en français sous le titre *Parvana : une enfance en Afghanistan*) de Deborah Ellis, publié par Groundwood Books, et qui est actuellement financée par le Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique dans le cadre d'une coproduction canado-irlandaise réalisée sous l'égide d'Angelina Jolie en tant que productrice déléguée.

- Jusqu'à présent, plus de 60 des projets présentés au Forum sur le financement international de la SODIMO ont été financés, notamment *Book of Negroes*, *Edwin Boyd (Citizen Gangster)*, *Les Enfants de minuit (Midnight's Children)*, *The Husband*, *La dénonciation (The Whistleblower)*, *Coriolanus*, *La loi du plus fort (Animal Kingdom)*, *My Foolish Heart*, *La colonie (The Colony)*, *Born to Be Blue*, *Wadjda*, *Hector et la recherche du bonheur (Hector and the Search for Happiness)* et *Incendies* sélectionné aux Oscars<sup>88</sup>.
- La conférence annuelle de la SODIMO, Dialogue numérique, se tiendra au quatrième trimestre 2015-2016. Plus de 200 intervenants des industries de la création de l'Ontario ont participé à la dernière conférence, notamment des financiers, des investisseurs en capital-risque, des créateurs de contenu et des experts en technologie. La transformation du paysage de la diffusion, la façon de tirer le meilleur parti des investissements, les nouvelles passerelles de monétisation et la fidélisation d'un auditoire et d'une communauté figuraient parmi les thèmes abordés lors de la conférence. La série de petits déjeuners Dialogue numérique sera également offerte à nouveau en 2016-2017.

La SODIMO continuera de concentrer ses efforts sur les initiatives conjointes en 2016-2017 et envisagera d'apporter un soutien accru aux prix Écrans canadiens. Au-delà des activités en cours, la SODIMO étudiera la possibilité de mettre en place, pour une durée limitée, des mesures incitatives ciblées en matière de coproductions afin de mobiliser des compléments de financement, d'élargir le potentiel d'accès aux marchés et d'améliorer le positionnement concurrentiel des coproductions entre producteurs ontariens et étrangers. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### **Prix littéraire Trillium et Prix de poésie Trillium (Prix Trillium)**

Le Groupe du développement de l'industrie décerne le Prix littéraire Trillium et le Prix de poésie 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. La date limite de candidature pour la 29<sup>e</sup> édition annuelle du Prix Trillium sera fixée dans le courant du quatrième trimestre 2015-2016 et les lauréats seront annoncés au premier trimestre 2016-2017.

- À l'occasion de la 28<sup>e</sup> édition annuelle du Prix Trillium, 396 candidatures ont été présentées. La SODIMO a organisé une lecture publique des auteurs finalistes, le soir précédant la remise des prix. Le nom des lauréats a été annoncé le 17 juin 2015, lors d'une cérémonie réunissant les

---

<sup>87</sup> *Ibid.*

<sup>88</sup> SODIMO. *Bulletin de la SODIMO*, septembre 2015.

acteurs de l'industrie. Le ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport, Michael Coteau, a remis :

- le Prix littéraire Trillium (langue anglaise) à Kate Cayley, *How You Were Born* (Pedlar Press);
- le Prix littéraire Trillium (langue française) à Michel Dallaire, *Violoncelle pour lune d'automne* (Les Éditions L'Interligne);
- le Prix de poésie Trillium (langue anglaise) à Brecken Hancock, *Broom Broom* (Coach House Books);
- le Prix du livre d'enfant Trillium (langue française) à Micheline Marchand, *Mauvaise mine* (Les Éditions L'Interligne).

La SODIMO continuera à gérer le Prix Trillium en 2016-2017. Alors que l'année 2017 marquera le 30<sup>e</sup> anniversaire du Prix Trillium, la SODIMO compte entreprendre des activités renforcées en vue de promouvoir le prix et l'industrie à l'automne 2016 et à l'hiver 2017, jusqu'à la semaine de remise du Prix Trillium au printemps 2017. De plus amples renseignements sur cette initiative sont fournis dans la section « Tour d'horizon des futurs programmes et activités » à la page 54.

### **Financement du Groupe du Festival international du film de Toronto**

En 2015-2016, la SODIMO a octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au Festival international du film de Toronto (TIFF). Outre ces fonds opérationnels, la SODIMO est le mécanisme employé par le gouvernement pour financer annuellement (à hauteur de 815 000 dollars en 2015-2016) la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library.

En 2015-2016, l'organisme a par ailleurs accordé 150 000 dollars au bureau des ventes du TIFF durant le Festival, 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF et 20 000 dollars au festival pour enfants du TIFF (TIFF Kids) par le biais du Programme de développement de l'industrie, afin de soutenir et de promouvoir la présentation de films canadiens à travers l'Ontario.

### **Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement**

Les crédits d'impôt des médias culturels de l'Ontario constituent non seulement de réels incitatifs pour faire des affaires en Ontario, mais aussi de formidables atouts pour permettre aux industries des médias de la création de conserver leur leadership. Les crédits d'impôt fournissent aux créateurs de contenu ontariens un soutien fiable et prévisible qui leur permet de financer des produits innovants, d'explorer de nouveaux modèles d'affaires, de générer de nouvelles sources de revenus et de développer les ventes et la distribution sur les marchés à l'étranger.

La SODIMO administre actuellement six crédits d'impôt remboursables en collaboration avec l'Agence du revenu du Canada (ARC), 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. En 2015, le gouvernement a éliminé le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES); néanmoins, la SODIMO continuera d'administrer le crédit jusqu'à ce que toutes les demandes admissibles soient traitées. Les résultats des programmes de crédits d'impôt sont mesurés par le nombre de projets certifiés, la valeur de levier et le délai de traitement des demandes.

- **Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO) :** crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes établies en Ontario, qui couvre 35 p. 100 des dépenses 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, établies en Ontario, qui couvre 21,5 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, établies en Ontario, qui couvre 18 p. 100 des dépenses 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, établies 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 contrat d'achat de services).
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIO-ME) :** crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes établies en Ontario, qui couvre 30 p. 100 des dépenses admissibles pour les œuvres littéraires admissibles créées en Ontario.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES) :** crédit d'impôt remboursable dont peuvent bénéficier les sociétés canadiennes établies 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. Il a été annoncé dans le budget de l'Ontario 2015 que le CIOES serait progressivement supprimé. Une société admissible peut présenter une demande en vertu du CIOES à l'égard d'enregistrements sonores admissibles ayant débuté avant le 23 avril 2015. Cependant, le crédit d'impôt ne peut concerner que les dépenses admissibles engagées avant le 1<sup>er</sup> mai 2016, et la société admissible ne peut recevoir aucun montant du Fonds ontarien de promotion de la musique au titre des dépenses faisant l'objet d'une demande en vertu du CIOES.

Le budget de l'Ontario 2015 a prévu d'abaisser les taux du CIOSP et du CIOESAI à 21,5 p. 100 et 18 p. 100 respectivement. Le 25 mai, le gouvernement de l'Ontario a proposé des mesures permettant de maintenir le taux du CIOSP à 25 p. 100 et le taux du CIOESAI à 20 p. 100 des dépenses admissibles engagées après le 23 avril 2015 et avant le 1<sup>er</sup> août 2016. Le projet de loi budgétaire (projet de loi 91), où figurait les modifications relatives aux taux du CIOSP et du CIOESAI (y compris les dispositions relatives au maintien des taux) et au CIOES, a été adopté le 4 juin 2015. Le Fonds ontarien de transition pour les services de production et pour les effets spéciaux et l'animation informatiques 2015 (« subvention transitoire ») sera offert aux productions qui ont entamé les principaux travaux de prise de vues ou l'animation clé entre le 1<sup>er</sup> août 2015 et le 30 novembre 2015 inclus.

Le budget de l'Ontario 2015 a également prévu des changements au CIOPMIN afin de restreindre les types de produits admissibles et de remplacer la règle des 90 p. 100 par un critère fondé sur les coûts de main-d'œuvre. Ces changements n'ont pas été inclus dans le projet de loi 91 et ont été déposés ultérieurement sous la forme de modifications réglementaires. Dans l'intervalle, le ministère des Finances a publié un bulletin le 6 mai 2015 pour éclaircir les propositions de changements du CIOPMIN. Une ébauche de modifications réglementaires, accompagnée d'un bulletin actualisé, a été publiée le 2 novembre 2015 afin de donner au public l'occasion de formuler des commentaires jusqu'au 17 décembre 2015. Les modifications réglementaires devraient être finalisées d'ici la fin de l'exercice 2015-2016.

Outre les propositions de modifications du CIOPMIN, l'ébauche de règlement publiée le 2 novembre 2015 proposait également des modifications visant à ce que la participation gouvernementale ne soit pas considérée comme de l'aide et ne réduise pas le montant du CIPCTO (comme annoncé dans le budget 2015) et à ce que la subvention transitoire ne réduise pas non plus le CIPCTO ou le CIOSP.

Déposé le 18 novembre 2015, le projet de loi 144, *Loi sur les mesures budgétaires*, comprenait deux modifications définitives à apporter aux crédits d'impôt pour mettre en œuvre les changements annoncés dans le budget de 2015 : la première modification prévoit que la subvention transitoire ne réduise pas le montant du CIOESAI, tandis que la seconde veille à ce que la règle des 90 p. 100 s'applique uniquement aux produits déterminés (réalisés dans le cadre d'un contrat d'achat de services) ayant été certifiés ou ayant fait l'objet d'un avis d'inadmissibilité avant le 24 avril 2015. (Les propositions de modifications réglementaires visent la mise en œuvre d'un nouveau critère relatif aux coûts de main-d'œuvre pour les produits certifiés ou rejetés après le 23 avril 2015.)

La mise en œuvre des modifications aux crédits d'impôt qui ont été annoncées dans le budget 2015 devrait continuer de mobiliser des ressources importantes tout au long de l'exercice 2016-2017. En conséquence, les délais totaux de traitement des demandes de crédits d'impôt augmenteront de façon temporaire par rapport à la moyenne de 26,6 semaines en 2014-2015. Il est prévu que les délais de traitement commenceront à revenir aux niveaux 2014-2015 une fois que la mise en œuvre sera terminée et que les demandes de crédits d'impôt concernées auront été traitées.

En 2016-2017, la SODIMO poursuivra ses efforts afin de réduire les délais de traitement des demandes de crédits d'impôt et de superviser les modèles d'évaluation des risques pour continuer d'en améliorer l'efficacité. Elle continue d'examiner la possibilité d'augmenter les frais administratifs des crédits d'impôt. Elle continuera également d'étudier des stratégies pour moderniser et rationaliser les programmes de crédits d'impôt afin d'en améliorer l'efficacité et les résultats. Bien que la SODIMO travaille en étroite collaboration avec les parties prenantes de l'industrie pour s'assurer que les programmes sont aussi adaptés et efficaces que possible, la législation des crédits d'impôt relève de la responsabilité du ministère des Finances. La SODIMO poursuivra un dialogue proactif avec le MTCS et le MFO au sujet des crédits d'impôt des médias culturels de la province, y compris les possibilités d'amélioration. La SODIMO étudiera également des moyens d'améliorer son efficacité en matière de traitement administratif en vue d'accroître sa productivité, notamment en utilisant en interne le logiciel d'évaluation des risques du MFO.

## Groupe des activités opérationnelles et de la recherche

En 2015-2016, la SODIMO a continué d'offrir le Programme de subventions à la recherche aux sociétés sans but lucratif admissibles pour qu'elles puissent mener des projets de recherche venant étoffer la base de connaissances sur les industries des médias de la création; de commander des travaux de recherche; de compiler des statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle ontarienne; de réaliser une analyse de la conjoncture et un suivi des enjeux majeurs touchant les industries des médias de la création; d'ajouter des documents à sa Bibliothèque de recherche en ligne; et de préparer des profils sectoriels complets des six secteurs.

### Plan des activités de recherche 2016-2017

1. Continuer d'être un partenaire financier de la recherche sectorielle grâce au **Programme de subventions à la recherche**.

Au cours des deux premiers trimestres de 2015-2016, les six études suivantes, qui ont bénéficié d'une subvention à la recherche, 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 :

- Association of Canadian Publishers. *Opinion publique sur l'importance des livres dans le secteur du livre de langue anglaise*, 23 avril 2015.
  - Interactive Ontario. *Coproductions internationales en médias numériques : Guide pour les entreprises canadiennes (phase II – Asie et Amérique latine)*, 17 juillet 2015.
  - eBOUND Canada. *Ebook Collection Practices: A Report to the Canadian Publishing Community on Trends, and Issues in Canada's Public, University, and College Libraries*, 1<sup>er</sup> septembre 2015.
  - Women in Music. *A Profile of Women Working in Ontario's Music Industry*, 1<sup>er</sup> septembre 2015.
  - Documentaristes du Canada. *Financement philanthropique du documentaire au Canada : vers une stratégie globale pour l'industrie*, 16 septembre 2015.
  - Women in View. *Women in View on Screen: 2015*, 21 octobre 2015.
2. Continuer d'ajouter du contenu dans la Bibliothèque de recherche en ligne. En octobre 2015, la Bibliothèque de recherche en ligne contenait au total 325 monographies canadiennes et internationales axées sur les industries des médias de la création.
  3. Poursuivre les travaux de recherche commandés par la SODIMO, notamment :
    - une étude sur les autres canaux de distribution possibles, laquelle examinera les modèles de distribution alternatifs nouveaux et existants dans les industries des médias de la création;
    - une évaluation des sources de données recueillies par la SODIMO, ainsi qu'une analyse des données.
  4. Achever l'élaboration du nouveau plan stratégique de l'organisme. L'actuel plan stratégique de la SODIMO prendra fin en 2016-2017. Bien que le plan de l'organisme ait été élaboré il y a près de cinq ans, les principaux défis et les stratégies clés qui y sont décrits sont toujours d'actualité. L'élaboration du nouveau plan stratégique est actuellement retardée, en attendant les résultats de l'examen du mandat. Une fois l'examen terminé, la SODIMO travaillera avec les parties

prenantes et les partenaires gouvernementaux pour évaluer et mettre à jour son plan stratégique en vue de créer un nouveau plan qui débutera en 2017-2018.

5. Réaliser une analyse de la conjoncture et un suivi des enjeux majeurs touchant les industries des médias de la création, y compris en mettant régulièrement à jour les profils sectoriels de la SODIMO. Ces profils permettent au secteur et au gouvernement d'obtenir des renseignements sur la taille et l'impact des industries, tout en exposant les tendances et les enjeux majeurs. Les profils de la SODIMO ont été consultés plus de 6 000 fois au cours des trois premiers trimestres 2015-2016.
6. Participer au Groupe de travail sur les statistiques culturelles du ministère du Patrimoine canadien et au microsite sur le financement participatif du Fonds des médias du Canada.
7. Mettre en œuvre le nouveau cadre de mesure du rendement et l'utiliser pour rendre des comptes.
8. Contribuer à l'Initiative pour un gouvernement ouvert en rendant publics les ensembles de données de la SODIMO, conformément à la Directive sur les données ouvertes de l'Ontario.
9. Compiler des statistiques annuelles sur la production cinématographique et télévisuelle provinciale pour l'année civile 2015.
10. Organiser l'édition 2016 du forum de la recherche de la SODIMO.
11. Participer au Consortium pour la stratégie en matière de statistiques culturelles, chapeauté par le ministère du Patrimoine canadien.
12. Examiner la stratégie de communication pour les produits et activités de recherche.

#### ***Activités de consultation de l'industrie***

Pour éclairer et enrichir ses programmes et ses activités, la SODIMO organise régulièrement des consultations auprès des parties prenantes, ce qui contribue à renforcer son aptitude à remplir son mandat avec succès. Ces consultations formelles se font par le biais des cinq comités consultatifs sectoriels de la SODIMO : le Comité consultatif de l'industrie de l'édition de livres, le Comité consultatif de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques, le Comité consultatif de l'industrie de l'édition de revues, le Comité consultatif de l'industrie de la musique et le Comité consultatif en matière de production de contenu pour écran. Ces comités consultatifs sont constitués d'intervenants nommés par les différentes associations professionnelles du secteur pour un mandat de trois ans maximum. Chaque comité nomme un coprésident issu de l'industrie, et la présidente-directrice générale de la SODIMO fait office de coprésidente au nom de l'organisme. Les coprésidents assurent à tour de rôle la présidence des réunions, qui se tiennent trois fois par an. Les comités consultatifs remplissent trois fonctions :

1. Transmettre les suggestions des intervenants à échelon élevé quant à la planification, à la conception et à l'élaboration 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 sont censés véhiculer les points de vue de leur secteur et consulter leurs collègues avant les réunions.

### 3. Informer la SODIMO des enjeux et priorités émergents chez les parties prenantes.

Ponctuellement, des sous-comités sont créés pour faire part à la SODIMO de leurs commentaires concernant des programmes ou documents spécifiques.

Le personnel de tous les services prend une part active aux comités consultatifs de l'industrie de la SODIMO et consulte régulièrement l'industrie et les parties prenantes au sujet d'enjeux, de services et de programmes offerts. Le personnel mène également des activités de liaison visant à améliorer la compréhension des exigences et des processus de demande associés à l'ensemble des programmes et crédits d'impôt de la SODIMO. Ces activités comprennent l'organisation de séances d'information et la participation à des groupes d'experts sectoriels.

#### ***Activités de la SODIMO en sa qualité de championne 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 de gouvernement compétents. En 2013-2014, la SODIMO a présenté des commentaires au sujet de la politique sur les artistes principaux du ministère du Patrimoine canadien; une lettre d'appui concernant l'examen des marchés non réglementés de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario; une lettre d'appui de l'enquête de l'Association canadienne de la production médiatique (ACPM) relative à l'interprétation de la clause des droits de diffusion associés aux super-licences figurant dans l'Entente commerciale; et des commentaires dans le cadre de la consultation du Fonds des médias du Canada concernant de nouveaux principes directeurs des programmes. En 2014-2015, la SODIMO a formulé des commentaires à l'égard du mémoire du MTCS dans le cadre de l'audience Parlons télé du CRTC. La SODIMO apportera tout son soutien et participera à l'élaboration de la stratégie pour la culture et du cadre stratégique pour les arts de la province en formulant des commentaires au ministère et en promouvant la consultation auprès des parties prenantes.

## **Communications**

Le rôle du groupe des communications est de soutenir les programmes et les activités de la SODIMO en créant des moyens de communication efficaces qui contribuent à faire connaître le mandat et les objectifs de l'organisme, ainsi que les succès et les défis de l'industrie auprès des publics visés. Le plan de communication 2016-2017 est axé sur la publicité du rôle que les programmes, services et activités de la SODIMO jouent en faveur de la vitalité économique des industries de la création de l'Ontario. Il s'appuiera sur les stratégies suivantes :

- Mettre en exergue les retombées économiques des industries de la création en Ontario et le rôle joué par la SODIMO pour les épauler.
- Renforcer l'association de la SODIMO à des résultats positifs en établissant une présence dans les médias grand public, en touchant un public plus large et en diffusant des messages convaincants.
- Continuer de valoriser l'image de marque de la SODIMO en attirant les publics par des contenus actualisés et en optimisant l'identité visuelle de la SODIMO.

## *Tour d'horizon des futurs programmes et activités*

### **Élargissement du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques**

Comme cela avait été annoncé dans le budget 2015, une version améliorée du Fonds pour les produits MIN a été dotée d'un financement permanent, à hauteur de 6 millions de dollars pour la première année et de 10 millions de dollars par an à compter de 2016-2017. Les consultations de l'industrie menées à l'automne 2015 ont été l'occasion de recueillir des commentaires sur la première année de la mouture élargie du Fonds pour les produits MIN, qui comprenait le nouveau volet Définition du concept. Pour cette deuxième année et par la suite, la SODIMO conservera les actuels volets Production et Définition du concept et, en s'appuyant sur les avis et les commentaires recueillis lors des consultations, envisagera d'apporter d'autres améliorations au programme, notamment dans les domaines suivants : développement du marché et à l'étranger; incubation et lancement de nouvelles entreprises; développement de l'industrie et initiatives stratégiques.

### **Initiatives stratégiques**

Comme indiqué ailleurs dans le présent plan d'activités, les programmes de la SODIMO sont extrêmement sollicités et atteignent les limites de leurs capacités; il existe toutefois de nombreuses occasions d'améliorer encore davantage l'impact des programmes, de consolider les compétences, de nouer des partenariats et de faire avancer les priorités du gouvernement en matière d'exportation, d'innovation, de collaboration, de perfectionnement de compétences et de compétitivité. En 2016-2017, la SODIMO puisera 1,5 million de dollars dans ses fonds de réserve pour mettre en place une série d'initiatives d'une durée limitée qui prendront appui sur les programmes existants, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et à peser le moins possible sur les ressources humaines. Ces initiatives se répartissent en quatre grandes catégories : découvribilité, développement de l'industrie, célébration de l'excellence et examen des processus opérationnels.

**Découvribilité (600 000 dollars) :** Si les programmes et les services de la SODIMO sont très efficaces pour ce qui est de soutenir la création d'un contenu innovant de qualité au sein d'un marché numérique engorgé et en pleine expansion, il est parfois difficile de faire en sorte que ce contenu soit découvert par le public au Canada et dans le monde. La difficulté à obtenir un espace d'étalage réel et virtuel peut représenter un défi de taille pour les créateurs de contenu, d'autant plus qu'en cas d'échec, la distribution et la monétisation des investissements de la SODIMO s'en trouvent limitées. En 2016-2017, la SODIMO prolongera l'initiative de soutien aux tournées d'auteurs ontariens (dont l'expérimentation en 2015-2016 s'est révélée concluante) en octroyant des fonds pour aider les auteurs publiés en Ontario à participer aux principaux festivals et événements littéraires nationaux et internationaux en vue d'attirer l'attention des médias et d'accroître les ventes de livres. En outre, et pour compléter le financement fourni au titre du Fonds pour la production cinématographique, la SODIMO accordera des fonds à l'appui de stratégies innovantes de commercialisation et de distribution des films ontariens. Cette initiative rentabilisera davantage les investissements marketing des distributeurs, accroîtra la notoriété des productions auprès du public, augmentera les recettes des salles de cinéma et donnera aux producteurs les moyens de participer plus activement à la distribution de leurs films.

**Développement de l'industrie (600 000 dollars) :** Dans le cadre de ses activités de développement de l'industrie et de promotion à l'étranger, la SODIMO s'appuie sur un nombre limité de ressources qui s'emploient à rechercher de nouveaux partenariats et de nouveaux marchés, mais qui disposent de capacités limitées pour ce qui est de soutenir les activités à l'étranger des petites et moyennes entreprises dans les domaines de l'édition et du perfectionnement des compétences en affaires. Par

ailleurs, alors que les programmes de la SODIMO en matière de développement du cinéma à l'étranger contribuent efficacement à nouer de nouveaux partenariats et à ouvrir des négociations en matière de coproduction, certains types de projets de coproduction ont parfois du mal à obtenir des financements dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique, qui repose en grande partie sur des critères économiques/sectoriels. En 2016-2017, la SODIMO lancera une stratégie de croissance internationale pour permettre à l'industrie de l'édition de revues de tirer parti de la dynamique créée par le très réussi Congrès mondial de la FIPP qui s'est tenu à Toronto en 2015; elle proposera un programme interentreprises destiné aux éditeurs ontariens et européens à l'occasion du Salon du livre de Londres et de la Foire du livre de jeunesse de Bologne (qui se dérouleront à quelques jours d'intervalle en 2016); et elle consacrera des fonds à des coproductions internationales de longs métrages. En outre, la SODIMO collaborera avec Artscape, dont la nouvelle initiative Launchpad vise à concevoir et mettre en place un programme d'acquisition d'habiletés et de compétences en affaires dans le but d'améliorer les résultats commerciaux des entrepreneurs créatifs.

**Célébration de l'excellence (200 000 dollars) :** Si les programmes de base de la SODIMO appuient la création de contenu salué par la critique, ils ne se servent pas des occasions de promotion uniques et à fort potentiel, comme les célébrations d'événements importants et les remises de prix, pour développer la notoriété des créateurs et élargir les auditoires pendant les périodes d'intérêt médiatique accru. En 2016-2017, la SODIMO mettra sur pied un programme amélioré dans toute la province afin de promouvoir auprès du grand public la littérature ontarienne à l'occasion du 30<sup>e</sup> anniversaire du Prix littéraire Trillium au printemps 2017; elle appuiera la conception et la promotion d'activités et de contenus ontariens créatifs dans le cadre des célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada en 2017; et elle fournira un soutien marketing aux entreprises et aux créateurs de contenu de l'Ontario qui remportent des distinctions prestigieuses pour qu'ils puissent s'attirer une couverture médiatique et ainsi accroître leurs ventes.

**Examen des processus opérationnels (100 000 dollars) :** Si les services à la clientèle de la SODIMO sont régulièrement qualifiés d'excellents par les parties prenantes, l'organisme reconnaît que les progrès technologiques peuvent être mis à profit pour améliorer davantage les services et l'efficacité des systèmes internes en vue d'optimiser l'utilisation des précieuses ressources humaines. En 2016-2017, la SODIMO mettra en œuvre un système de paiement électronique pour les paiements entrants et sortants; fera l'acquisition de SharePoint et l'intégrera au sein des systèmes de l'organisme afin de rationaliser la gestion de projet et le partage/l'édition de documents; mettra en œuvre un système amélioré de gestion de la relation client pour améliorer la gestion et l'intégration des données; évaluera sa capacité à utiliser en interne le logiciel d'évaluation des risques du ministère des Finances pour accroître l'efficacité administrative et la productivité en matière de traitement; et étudiera la mise en œuvre d'un système infonuagique de sauvegarde et de récupération de fichiers pour moderniser les systèmes de stockage actuellement en place et garantir une sécurité optimale.

Ces initiatives seront affinées d'ici le début de l'exercice 2016-2017, et la SODIMO restera également ouverte à toute autre occasion qui se présenterait et qui permettrait de faire avancer ses objectifs prioritaires. Comme toutes ces initiatives sont limitées dans le temps, la SODIMO puisera dans son cumul de réserves de trésorerie non engagées pour financer ces activités afin de faire profiter les parties prenantes de ces stratégies ciblées sans compromettre la valeur et l'impact des programmes de base.

## VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

Les prévisions financières et les descriptions des programmes et services figurant dans le présent plan d'activités reposent sur un statu quo budgétaire, sous réserve que l'enveloppe allouée à la SODIMO revienne aux niveaux 2014-2015. L'organisme est reconnaissant d'avoir reçu un financement permanent pour le Fonds ontarien de promotion de la musique ainsi qu'un financement supplémentaire dans le cadre du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques. Grâce à ce nouvel investissement, ces programmes de base disposent désormais de fonds suffisants.

La SODIMO a rajusté ses dépenses afin de compenser l'augmentation des coûts de personnel du Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement et de la mouture élargie du Fonds pour les produits MIN, et ce, sans aucun financement supplémentaire. Les ressources humaines sont menées à rude épreuve, d'autant plus que la SODIMO a continué d'augmenter considérablement le nombre, la valeur et la complexité des programmes et services offerts ces dernières années. Le rôle de l'organisme s'est étoffé 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 des médias de la création auprès d'autres ordres de gouvernement. Les fonds et les crédits d'impôt ont été renforcés, tandis que le volume des demandes et les niveaux d'activité se sont nettement accrus. L'organisme continue d'étudier des moyens de rendre ses processus opérationnels plus efficaces afin d'atténuer la situation. Un examen indépendant des processus opérationnels de l'organisme a été achevé en 2015-2016. Plusieurs recommandations sont envisagées en 2016-2017 pour améliorer le flux de travail, la gestion des ressources et la collaboration.

Les réalités du marché en matière de création, de distribution et de consommation de contenu sont en train d'évoluer rapidement. Dans la mesure du possible, la SODIMO examine et met à jour régulièrement ses programmes et ses activités pour refléter le contexte commercial actuel de la création de contenu. L'organisme a commencé à tenir des réunions préliminaires avec le MTCS pour discuter de la modernisation de trois crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle. Il devra continuer à collaborer avec le MTCS et le MFO pour réussir dans ses missions.

La demande à l'égard des programmes de la SODIMO continue de dépasser les ressources existantes. Cela témoigne de l'immense succès de l'organisme et indique que les industries des médias de la création se développent. L'accroissement du poids de l'économie de la création de l'Ontario se traduit pour la SODIMO par une nette augmentation du volume de demandes de financement, ce qui met à rude épreuve ses ressources humaines et financières. En 2014-2015, la SODIMO n'a pu répondre qu'à 65 p. 100 (538 sur 777) des demandes de financement et fournir que 41 p. 100 du financement requis (29 millions sur 71 millions de dollars)<sup>89</sup>. Cela signifie qu'un bon nombre de projets de qualité n'ont pas été financés et que, dans de nombreux cas, ils n'ont pas été mis en œuvre du tout ou ont plié bagage pour s'installer ailleurs, au détriment de l'économie ontarienne.

---

<sup>89</sup> Ces chiffres concernent les fonds de la SODIMO suivants : Fonds du livre, Fonds pour la production cinématographique, Fonds pour les produits MIN, Fonds d'aide aux éditeurs de revues, Fonds pour l'exportation, Programme de développement de l'industrie, Programme de subventions à la recherche et Fonds ontarien de promotion de la musique. Ne sont pas inclus les données concernant le Fonds pour la collaboration et l'innovation.

Chaque dollar investi par le biais des fonds et des crédits d'impôt de la SODIMO se traduit par un rendement de 3,27 dollars de PIB, alors que chaque million de dollars consenti par la SODIMO crée l'équivalent de 64 emplois à temps plein en Ontario<sup>90</sup>. À titre d'exemple, la SODIMO n'a pu financer que 28 p. 100 des demandes de production au titre du Fonds pour la production cinématographique en 2014-2015<sup>91</sup>. Cela représente une perte potentielle de centaines d'emplois spécialisés de qualité et de millions de dollars de production en Ontario. Bien que les ressources prévues dans le présent plan d'activités reposent sur un statu quo, les industries de la création de l'Ontario continueront de pouvoir solliciter des soutiens supplémentaires qui leur garantiront un avenir prometteur.

Le présent plan d'activités reflète un budget équilibré pour l'exercice 2016-2017 et permettra à la SODIMO de mettre efficacement en œuvre ses programmes et ses services de base tout en continuant à élaborer, en collaboration avec le MTCS, des stratégies à plus long terme visant à offrir des outils modernes, agiles et réactifs. Le plan témoigne également de l'utilisation efficace des réserves de trésorerie non engagées en vue de la mise en œuvre d'initiatives d'une durée limitée et à forte incidence qui viendront prolonger les résultats des programmes de base.

---

<sup>90</sup> PricewaterhouseCoopers. *OMDC Performance Measures: Final Report*, 30 mars 2015.

Remarque : Ces chiffres proviennent des données 2013-2014.

<sup>91</sup> SODIMO. *Statistiques des programmes, 2012-2015*.

## VII. BUDGET FINANCIER

ORGANISME : SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO (en milliers de \$)	RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES		
	2016-2017	2017-2018	2018-2019
	<i>BUDGET</i>	<i>PRÉVISIONS</i>	
<b>RECETTES</b>			
Financement du MTCS	48 330,0	48 181,9	48 141,9
Subvention transitoire pour le CIOSP et le CIOESAI	6 000,0	-	-
Recettes propres	2 031,0	2 031,0	2 031,0
<b>TOTAL DES RECETTES</b>	<b>56 361,0</b>	<b>50 212,9</b>	<b>50 172,9</b>
<b>DÉPENSES</b>			
Salaires et avantages sociaux	7 256,0	7 208,4	7 280,5
Opérations (remarque 2)	2 539,0	2 567,1	2 588,4
Subventions	38 351,7	38 079,8	38 039,8
Subvention transitoire pour le CIOSP et le CIOESAI	6 000,0	-	-
Initiatives stratégiques d'une durée limitée	1 500,0	-	-
Prestation des programmes	2 163,8	2 355,4	2 355,4
<b>TOTAL DES DÉPENSES</b>	<b>57 810,6</b>	<b>50 210,7</b>	<b>50 264,2</b>
<b>Excédent (déficit) net</b>	<b>-1 449,6</b>	<b>2,2</b>	<b>-91,3</b>

Remarques :

- (1) Cette catégorie comprend les frais d'administration des crédits d'impôt, les intérêts et d'autres recettes.
- (2) Cette catégorie comprend les coûts d'occupation, d'administration, de marketing et de communication.

## VIII. MESURES DE RENDEMENT

Les mesures de rendement de la SODIMO ont été conçues pour indiquer de manière régulière si les fonds, programmes et autres activités atteignent leurs objectifs.

Ces mesures cadrent parfaitement avec les objectifs stratégiques du ministère : promouvoir une économie créative prospère et durable; appuyer l'innovation, l'investissement et la création d'emplois; aider les sociétés ontariennes du secteur de la création à soutenir la concurrence sur les marchés intérieurs et internationaux; et aider l'Ontario à devenir un chef de file de l'économie du savoir<sup>92</sup>. En 2015-2016, la SODIMO poursuivra sa collaboration avec ses partenaires gouvernementaux pour assurer la consolidation et la croissance du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario<sup>93</sup>.

La SODIMO et le MTCS ont récemment conclu un projet commun pour mettre au point de nouveaux indicateurs de rendement, afin de permettre à l'organisme de déterminer plus précisément l'impact économique de ses programmes et services dans les industries culturelles année après année. En 2015-2016, la SODIMO a mis en œuvre les changements nécessaires dans les formulaires de demande et l'infrastructure informatique afin de recueillir les données requises. À compter de 2016-2017, l'organisme rendra des comptes en utilisant ces nouvelles mesures de rendement (rendement économique du capital investi, création d'emplois, qualité des emplois, efficacité de la prestation des programmes et effet de levier des investissements), mais également des indicateurs opérationnels et des mesures de productivité et de prospérité industrielle. L'annexe A présente la liste complète des mesures de rendement pour l'exercice 2016-2017.

Le tableau suivant présente les résultats intermédiaires au 30 septembre 2015 (T1 et T2) à l'égard des mesures de rendement clés pour l'exercice 2015-2016. Il présente également des tendances en soulignant, le cas échéant, les résultats définitifs comparables de 2014-2015 et de 2013-2014.

En outre, la direction de la SODIMO surveille les mesures de rendement relatives à l'efficacité et à l'efficacité opérationnelles, ainsi que les paramètres 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, à respecter ses engagements en matière d'amélioration continue et à s'assurer qu'elle s'acquitte de ses responsabilités en vertu des différentes directives sur l'obligation de rendre des comptes.

---

<sup>92</sup> Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario. *Document d'information sur le budget des dépenses et la planification axée sur les résultats 2014-2015*, p. 3.

<sup>93</sup> *Ibid.*, p. 7.

## Rapport 2015-2016 sur les mesures de rendement de la SODIMO (au 30 septembre 2015)

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2015-2016		Résultats annuels				Remarques
	T1	T2	Chiffres réels 2015-2016	Objectifs 2015-2016	Chiffres réels 2014-2015	Chiffres réels 2013-2014	
<b>Objectif n° 1 : Stimuler la croissance et la productivité au sein des industries des médias de la création de l'Ontario</b>							
1. Délai de traitement moyen pour les six <b>crédits d'impôt</b> (en semaines)	31,7	34,5		26,6	26,6	39,1	Remarque 1
2. Rendement du capital investi du <b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	-	-	Remarque 2	1,27 \$	Remarque 3	1,27 \$	
3. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans le cadre du <b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	-	-	Remarque 3	0,83 \$	0,83 \$	1,13 \$	
4. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans le cadre du <b>Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM)</b>	-	5,33 \$	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	5,86 \$	
5. Augmentation des recettes brutes des entreprises grâce au <b>FOPM</b> (en millions)	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	19,7 \$	
6. Augmentation des recettes brutes des entreprises grâce au <b>FOPM</b> (en %)	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	41 %	
7. Placements privés et capitaux obtenus grâce au soutien du <b>FOPM</b> (en millions)	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	6,9 \$	
8. Valeur estimée des <b>crédits d'impôt</b> (en millions)	79 \$	80 \$		578 \$	578 \$	518 \$	Remarque 1
9. Valeur de levier des investissements de la SODIMO dans le cadre des six programmes de <b>crédits d'impôt</b>	7,08 \$	8,02 \$		9,60 \$	9,63 \$	8,40 \$	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2015-2016		Résultats annuels				Remarques
	T1	T2	Chiffres réels 2015-2016	Objectifs 2015-2016	Chiffres réels 2014-2015	Chiffres réels 2013-2014	
<b>Objectif n° 2 : Offrir des possibilités d'innovation et de collaboration dans le domaine des affaires</b>							
1. Pourcentage des études de recherche financées qui appuient l'évolution des affaires	50 %	50 %		20 %	69 %	46 %	
2. Nombre d'éléments du <b>plan stratégique</b> ayant été mis en œuvre	1	0		2	3	1	
3. Nombre d'études d'évaluation de programme et de plans de mise en œuvre	2	2		2	7	1	

menés à bien							
4. Nombre d'initiatives conjointes menées par la SODIMO	5	6		13	13	12	
5. Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives menées par la SODIMO	672	11		2 000	2 150	1 199	Remarque 6
6. Nombre d'initiatives soutenues dans le cadre du <b>Programme de développement de l'industrie</b>	19	12		85	89	64	
7. Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives du <b>Programme de développement de l'industrie</b>	2 121	0		38 000	38 310	67 062	Remarque 6

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2015-2016		Résultats annuels				Remarques
	T1	T2	Chiffres réels 2015-2016	Objectifs 2015-2016	Chiffres réels 2014-2015	Chiffres réels 2013-2014	
<b>Objectif n° 3 : Élargir l'accès aux marchés internationaux et appuyer l'élaboration de contenu</b>							
1. Valeur de levier des investissements de la SODIMO en faveur de projets de production dans le cadre du <b>Fonds pour la production cinématographique</b>	-	31,79 \$	Remarque 3	29,00 \$	29,18 \$	25,29 \$	Remarque 7
2. Valeur de levier des investissements de la SODIMO en faveur de projets dans le cadre du <b>Fonds pour les produits MIN</b>	-	-	Remarque 3	1,50 \$	1,57 \$	1,28 \$	
3. Emplois créés et/ou maintenus grâce à des projets relevant du <b>Fonds pour les produits MIN</b> et du <b>Fonds pour la production cinématographique</b>	-	8 593	Remarque 3	16 000	16 329	13 537	Remarque 7
4. Emplois créés et/ou maintenus grâce à des projets relevant du <b>Fonds ontarien de promotion de la musique (ETP)</b>	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	621	
5. Rendement du capital investi du <b>Fonds du livre de la SODIMO</b>	-	-	Remarque 2	3,80 \$	Remarque 3	3,80 \$	
6. Rendement du capital investi du <b>Fonds de la SODIMO pour l'exportation</b>	-	-	Remarque 2	188,00 \$	Remarque 3	188,85 \$	
7. Nombre de marchés étrangers au sein desquels des participants ontariens bénéficient d'un soutien au titre du <b>Fonds pour l'exportation</b>	72	48		280	281	316	
8. Nombre de marchés au sein desquels la SODIMO a orchestré une présence stratégique dans le cadre des activités de <b>développement de l'industrie à l'étranger</b>	3	4		13	13	21	
9. Rendement du capital investi du <b>Fonds ontarien de promotion de la musique</b>	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	Pas encore disponibles	
10. Nombre de liens commerciaux et/ou de pistes d'affaires créés grâce au soutien du volet <b>Développement de l'industrie de la musique</b> du <b>Fonds ontarien de promotion de la musique</b>	-	-	Remarque 4	À déterminer	Remarque 5	7 126	
11. Nombre de <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario	36	33		130	132	207	

Canadiennes	22	24		-	98	168	
Étrangères	14	9		-	34	39	
12. Valeur des <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario (en millions)	478 \$	280 \$		1 000 \$	1 055 \$	1 077 \$	
Canadiennes	196 \$	160 \$		-	605 \$	721 \$	
Étrangères	282 \$	120 \$		-	450 \$	356 \$	
13. Proportion des <b>projets soutenus par le bureau de Los Angeles</b> et tournés en Ontario	11 %	21 %		17 %	17 %	20 %	
14. Valeur des <b>projets soutenus par le bureau de Los Angeles</b> et tournés en Ontario (en millions)	138 \$	103 \$		460 \$	460 \$	289 \$	Remarque 8
15. Influence sur les médias sociaux (score Klout)	60,4	58,6		60,0	60,1	58,2	
16. Nombre d'impressions d'audience (en millions)	1,2	1,4		9,8	9,8	47,8	
17. Nombre d'impressions d'audience dans le cadre du <b>Prix littéraire Trillium</b> (en millions)	99,5	0,0		43,8	43,8	67,3	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2015-2016		Résultats annuels				Remarques
	T1	T2	Chiffres réels 2015-2016	Objectifs 2015-2016	Chiffres réels 2014-2015	Chiffres réels 2013-2014	
<b>Objectif n° 4 : Faire preuve d'un solide leadership pour faire progresser les industries des médias de la création de l'Ontario</b>							
1. Nombre de produits de <b>communication</b>	160	55		280	284	363	
2. Nombre de projets et de partenariats de <b>recherche sectorielle</b> terminés	4	4		9	18	10	
3. <b>Profils sectoriels</b> mis à jour publiés sur le site Web de la SODIMO	0	1		5	4	3	
4. Nombre d'activités de liaison avec d'autres ordres de gouvernement	2	4		5	1	4	

**REMARQUES :**

Le **rendement du capital investi (RCI)** correspond au montant des ventes générées pour chaque dollar investi par la SODIMO.

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

(1) L'objectif est déterminé en fonction du nombre de demandes de crédits d'impôt ayant été certifiées.

(2) Résultats indisponibles avant le T4 2016-2017.

(3) Résultats indisponibles avant le T4 2015-2016.

(4) Résultats indisponibles avant le T3 2018-2019.

(5) Résultats indisponibles avant le T3 2017-2018.

(6) Résultats préliminaires, résultats définitifs disponibles au T1 2016-2017.

(7) Les résultats du T2 correspondent uniquement aux résultats obtenus à l'une des deux dates limites de présentation des demandes au titre du Fonds pour la production cinématographique.

## IX. STRATÉGIES D'IDENTIFICATION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES

Tous les trimestres, la SODIMO met à jour des rapports d'évaluation des risques et les présente au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport. Ces rapports abordent les facteurs de risque et l'impact des risques qui pèsent sur les activités actuelles et futures de l'organisme. La SODIMO a élaboré des stratégies complètes pour atténuer l'ensemble des risques relevés. Au fur et à mesure que de nouveaux risques apparaîtront ou que les risques existants évolueront, la SODIMO s'efforcera d'informer le MTCS et d'agir judicieusement afin de minimiser les conséquences négatives.

Voici quelques-uns des risques notables auxquels la Société et les industries de la création seront confrontées au cours des trois prochaines années :

***Les programmes et services désuets diminuent la productivité des entreprises et réduisent l'impact des investissements réalisés par le gouvernement en faveur des industries des médias de la création.***

- **Description :** Le paysage des industries ontariennes de l'édition, de la musique, du cinéma et de la télévision évolue rapidement. Si les programmes et les crédits d'impôt de la SODIMO ne parviennent pas à suivre le rythme, la position de chef de file occupée par l'Ontario dans le domaine de la création sera menacée. Un tel scénario rendrait l'Ontario moins concurrentiel par rapport à d'autres instances et risquerait ainsi de réduire l'impact des investissements consentis par la province pour bâtir une économie de la création prospère. Par ailleurs, la désuétude des programmes par rapport au contexte pourrait contraindre les parties prenantes à envisager d'adapter leurs demandes de financement aux impératifs des programmes gouvernementaux plutôt que de présenter le projet de financement le plus approprié aux fins d'expansion de leurs entreprises; cette situation risque de compromettre davantage leur aptitude à créer des contenus innovants qui parviennent à toucher le public et à soutenir la concurrence sur le marché mondial. Enfin, le manque d'actualisation des programmes entrave la clarté et la précision des paramètres des programmes pour le personnel et les auteurs d'une demande de fonds. L'utilisation d'un vocabulaire obsolète pour décrire la conjoncture et les contenus actuels suscite des incertitudes et ralentit le traitement des demandes.
- **Atténuation :** La SODIMO continuera d'examiner, d'évaluer et d'adapter ses programmes et ses services afin qu'ils demeurent pertinents, très actuels et à même d'engranger d'importantes retombées au fur et à mesure de l'évolution des réalités du marché et de l'environnement commercial de ces secteurs. La SODIMO continuera de lancer des initiatives innovantes, comme le programme de soutien aux tournées d'auteurs ontariens et le projet pilote du Fonds pour la collaboration et l'innovation, afin d'offrir de nouvelles possibilités aux entreprises des médias de la création de l'Ontario et de mieux cibler les priorités du gouvernement. Étant donné que la législation des crédits d'impôt relève de la responsabilité du ministère des Finances, la SODIMO ne dispose pas des mêmes capacités pour moderniser et cibler les crédits d'impôt. L'organisme

devra absolument travailler en étroite collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et le ministère des Finances afin de mettre à jour la législation des crédits d'impôt.

### ***Augmentation des délais de traitement des certificats de crédit d'impôt***

- **Description** : L'allongement des délais de traitement des demandes de crédits d'impôt risque de retarder d'autant le versement des crédits d'impôt fédéraux aux demandeurs, étant donné que le système d'imposition des sociétés est désormais harmonisé avec l'ARC. Cette situation expose également les clients à un risque financier dans la mesure où elle pèse sur leurs liquidités et les oblige à se tourner vers d'autres sources de financement pour gérer leurs flux de trésorerie. Dans ce contexte, les entreprises auront moins de fonds pour investir dans des projets et/ou des stratégies de croissance, ce qui signifie que les projets seront retardés ou que les entreprises devront emprunter (et donc encourir des coûts d'emprunt plus élevés) pour mener à bien leurs activités ou faire croître leurs affaires. Les entreprises seront d'autant plus mises à rude épreuve que les déficits de financement et la hausse des coûts d'emprunt exerceront des pressions sur leurs flux de trésorerie, et elles seront moins en mesure de réinvestir et de se développer.
- La mise en œuvre des modifications aux crédits d'impôt qui ont été annoncées dans le budget 2015 devrait continuer de mobiliser des ressources importantes tout au long de l'exercice 2016-2017. En conséquence, les délais totaux de traitement des demandes de crédits d'impôt augmenteront de façon temporaire par rapport à la moyenne de 26,6 semaines en 2014-2015. Il est prévu que les délais de traitement commenceront à revenir aux niveaux 2014-2015 une fois que la mise en œuvre sera terminée et que les demandes de crédits d'impôt concernées auront été traitées.
- **Atténuation** : Dans la mesure du possible, le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement classera les demandes de crédits d'impôt par ordre de priorité. Nous prévoyons que les délais de traitement commenceront à revenir aux niveaux 2014-2015 une fois que la mise en œuvre des changements sera terminée et que les demandes de crédits d'impôt concernées auront été traitées.

### ***Pérennité des entreprises et réputation du gouvernement compromises par les nouvelles règles du CIOPMIN***

- **Description** : Le budget 2015 a annoncé que l'admissibilité au crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques serait désormais déterminée par un nouveau critère relatif à la main-d'œuvre, en lieu et place de la règle des « 90 p. 100 ». La nouvelle règle du « 80/25 » a pris effet immédiatement, ce qui signifie que certains produits pour lesquels une demande avait été présentée à la SODIMO et qui étaient en attente de traitement n'étaient désormais plus admissibles. L'application immédiate de cette règle est susceptible de mettre en danger certaines entreprises qui ne seront plus admissibles au CIOPMIN. Ces changements ont également entraîné une nette augmentation du nombre de demandes de renseignements, ce qui a ralenti davantage le traitement de l'ensemble des demandes de crédits d'impôt. Certaines entreprises verront leur productivité pâtir du fait du versement tardif du crédit d'impôt, car elles n'auront pas accès à des ressources financières pour investir dans de nouveaux projets. Les

demandeurs du CIOPMIN qui ne sont plus admissibles en vertu de la nouvelle règle souffriront particulièrement de la perte du crédit d'impôt.

- **Atténuation** : L'ébauche de modifications réglementaires contient certaines mesures d'allégement. Les demandeurs qui avaient présenté une demande à la SODIMO, mais qui n'ont pas été certifiés le 23 avril 2015 ou avant devront uniquement démontrer que 80 p. 100 du montant total des coûts de main-d'œuvre associés à la conception du produit est attribuable aux salaires admissibles ou à la rémunération admissible versés à des personnes ou des sociétés qui exploitent une entreprise de services personnels ou une entreprise individuelle n'ayant pas d'employés. Il est prévu que près de la moitié des demandes qui n'auraient pas été à même de respecter le critère du « 80/25 » pourront satisfaire au critère des 80 p. 100. La SODIMO travaillera avec les parties prenantes pour communiquer clairement les nouveaux changements et leurs répercussions sur les demandes présentées. Le nouveau financement et la restructuration du Fonds pour les produits MIN pourront également contribuer à atténuer ce risque, dans la mesure où certains types de produits qui sont inadmissibles au crédit d'impôt peuvent être admissibles au fonds.

#### ***Réduction de l'allocation du gouvernement provincial dans un contexte de demande accrue***

- **Description** : La demande à l'égard des programmes de la SODIMO continue d'excéder les ressources disponibles, ce qui signifie que de nombreux projets de qualité demeurent sans financement. Dans de nombreux cas, ces projets ne sont pas mis en œuvre du tout ou plient bagage pour s'installer ailleurs, au détriment de l'économie de l'Ontario. À titre d'exemple, la SODIMO n'a pu financer que 28 p. 100 des demandes de production au titre du Fonds pour la production cinématographique en 2014-2015. Cela représente une perte potentielle de centaines d'emplois et de millions de dollars de production en Ontario. Sans financement adéquat, certains programmes de la SODIMO pourraient devoir être suspendus ou des fonds d'un montant inférieur pourraient être octroyés à un plus petit nombre de demandeurs. Un tel scénario pourrait aussi entraîner une réduction des ressources administratives ou une compression des effectifs de l'organisme.
- **Atténuation** : La SODIMO poursuivra ses efforts pour démontrer la rentabilité des investissements de l'Ontario tant pour le gouvernement que pour le public, grâce à l'utilisation de nouvelles mesures de rendement et à la stratégie de communication de l'organisme. La SODIMO continuera également de perfectionner les programmes en vue de garantir leur efficacité et de mieux cibler les priorités stratégiques. En outre, elle continuera de mettre en œuvre les recommandations émanant d'un examen tiers des processus opérationnels, afin de réaliser des économies au sein de ses ressources actuelles.

## X. 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. 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 présentés à la direction 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 appuient les industries des médias de la création. Voici quelques-uns de ces partenariats :

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

- 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). Le bureau permet d'établir une présence promotionnelle à temps plein à Los Angeles et mène des actions sur le terrain afin d'attirer les producteurs en Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de la province.
- 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 du 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 employé par le gouvernement pour financer annuellement (à hauteur de 815 000 dollars en 2015-2016) la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library (ancienne Cinémathèque Ontario) et les programmes de projection de films de la TIFF Cinémathèque.
- En 2015-2016, 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, le TIFF Kids (20 000 dollars en 2015-2016).

### ***Producers Lab Toronto***

- La SODIMO s'associe à European Film Promotion (EFP) et au Festival du film international de Toronto (TIFF) pour offrir 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 y prend part pour générer de nouvelles occasions de développement commercial pour les producteurs ontariens et canadiens, les faire connaître au sein de l'industrie et accroître la visibilité de l'organisme, de l'industrie et de la province sur la scène internationale. Ce programme prendra fin en 2016-2017.
- La sixième édition annuelle de PLT a été organisée en 2015. Elle a réuni vingt-quatre producteurs venus d'Europe, du Canada, d'Australie et de Nouvelle-Zélande, qui ont été invités à échanger des idées de projets, à partager de l'information sur les financements et à nouer des accords de coproduction des deux côtés de l'Atlantique et avec l'Océanie. Cette plateforme de réseautage efficace a facilité le développement de plusieurs coproductions transatlantiques : 17 participants à l'initiative travaillent actuellement sur 17 projets à différents stades de la production.
- Grâce à ce partenariat, la SODIMO peut, par l'intermédiaire d'EFP, bénéficier de l'enveloppe de financement prévue au titre du volet MEDIA du programme Europe Créative et accéder directement au prestigieux groupe 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.

### ***Stands du Canada à l'étranger***

- La SODIMO s'associe avec Téléfilm Canada et d'autres provinces pour installer des stands du Canada sur les principaux marchés étrangers des secteurs du cinéma et de la télévision, afin de permettre aux producteurs de l'Ontario de bénéficier d'un soutien opérationnel, d'un espace de rencontre, d'une présence au sein de groupes d'experts et d'invitations 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, le Festival international du film de Toronto et le Festival du film de Berlin.
- La SODIMO s'associe également avec Téléfilm et d'autres provinces dans le cadre d'activités internationales qui ne comprennent pas l'installation d'un stand mais assurent une présence canadienne coordonnée et permettent aux producteurs de faire des affaires. Ces activités se déroulent notamment lors de la mission commerciale de la SODIMO en Inde, du Festival du film de Tokyo, de Power to the Pixel au Royaume-Uni et du Festival du film de Saint-Sébastien en Espagne.

## XI. PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET À LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES

La SODIMO assure la prestation et le soutien de ses propres services de technologie de l'information, et notamment de la maintenance 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 travaux de recherche sectorielle, à un inventaire de lieux de tournage et aux demandes en vertu des programmes et des crédits d'impôt de la SODIMO. L'organisme est responsable de l'ensemble des activités d'approvisionnement et de sécurité liées à cette infrastructure.

Actuellement, cinq employés à temps plein sont chargés de la maintenance 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 d'assistance formulées par le personnel de la SODIMO et par les utilisateurs externes du Portail de demande en ligne de la SODIMO.

### **Services à la clientèle**

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. Ces bases de données font l'objet d'un contrat de maintenance qui assure une assistance technique pour résoudre les problèmes et prévoit un taux garanti quant aux améliorations apportées aux systèmes. Les demandes d'amélioration sont formulées par le personnel des équipes responsables de la recherche, de la photothèque et de la TI, qui collaborent avec le fournisseur externe pour les mettre en œuvre. Les améliorations sont approuvées par la direction en fonction des besoins opérationnels de l'organisme et des fonds disponibles.

Une version mobile de la Photothèque numérique des extérieurs primée de la SODIMO a été lancée en 2014-2015. Les utilisateurs peuvent ainsi se servir de la photothèque de n'importe où, qu'ils soient au bureau ou sur le terrain. Ils peuvent effectuer des recherches complètes, visualiser les dossiers et les photographies d'extérieurs, afficher les ensembles, se connecter à Google Street View et à Google Maps, et cliquer en toute facilité pour téléphoner/envoyer un courriel aux personnes-ressources associées aux extérieurs. Ils peuvent également accéder à un certain nombre de fonctionnalités spécialisées telles que des caisses de banque (« Bankers Boxes »), des listes d'extérieurs disponibles à court terme (« Short Term Location Listings »), des documents de recherche (« Research documents ») et des bulletins *Au courant* (In The Loop). Les clients de la SODIMO disposent ainsi d'un outil de prospection portatif moderne et novateur.

### **Prestation électronique des services**

La SODIMO assure la prestation électronique des services (PES) aux clients par le biais du Portail de demande en ligne (PDL). Toutes les demandes au titre des initiatives pour l'industrie, du Fonds ontarien de promotion de la musique, des subventions à la recherche ou des programmes de crédits d'impôt doivent être présentées par le biais du portail. Toute correspondance relative aux demandes passe également par le PDL. En plus d'assurer un suivi et d'envoyer des rappels concernant les étapes clés et les réalisations attendues, le PDL permet aux clients de vérifier l'état de leurs demandes. Les tâches de

maintenance et d'assistance technique relatives au système sont accomplies par le personnel informatique. Les améliorations apportées au PDL suivent la procédure décrite ci-dessus.

La base de données interne de la SODIMO 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 tâches liées à la maintenance et à l'assistance technique sont réalisées par le personnel interne, et les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

### ***Sécurité et surveillance du système***

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 et des Services aux consommateurs, afin de s'assurer que le système ne présente aucune faille importante et que les données personnelles et confidentielles sont en sécurité.

### ***Point sur le projet informatique de 2015-2016***

- En 2015-2016, le service de la TI a mis à niveau l'infrastructure de tous les serveurs à usage interne, y compris le site Web de l'organisme. Dans le cadre de cette mise à jour, le personnel informatique a procédé à la virtualisation de plusieurs serveurs de production ainsi qu'à la mise à niveau du serveur Microsoft Exchange et du système d'exploitation.
- Le personnel informatique a apporté des améliorations à la base de données d'entreprise pour demander le consentement des clients et suivre les communications, en vue de se conformer à la loi canadienne anti-pourriel (LCAP).
- D'importantes améliorations ont été apportées au Portail de demande en ligne afin de modifier les programmes et les crédits d'impôt concernés par les changements prévus dans le budget 2015.
- La vérification de sécurité annuelle de la SODIMO a été réalisée au début de 2015-2016 et toutes les vulnérabilités repérées ont été résolues.
- La SODIMO a lancé une demande de propositions en novembre 2015 en vue de se doter d'un nouveau système de téléphonie en 2016.
- Un groupe d'employés de la SODIMO expérimentera SharePoint.

### ***Plan relatif à la technologie de l'information 2016-2017***

- La SODIMO poursuivra ses travaux d'amélioration de l'infrastructure informatique, comme la virtualisation de l'environnement de serveurs, afin d'améliorer son efficacité opérationnelle et d'assurer un fonctionnement optimal. Pour l'exercice 2016-2017, ces travaux porteront notamment sur toutes les bases de données accessibles depuis l'extérieur (Portail de demande en ligne, Photothèque numérique des extérieurs et Bibliothèque de recherche en ligne).

- L'organisme travaille actuellement à mettre en œuvre un système électronique pour les paiements entrants et sortants.
- Si le programme pilote de déploiement de SharePoint mené en 2015-2016 s'avère concluant, le personnel informatique intégrera entièrement SharePoint à l'échelle de l'organisme en 2016-2017.
- L'équipe informatique améliorera le système de gestion de la relation client de la SODIMO pour garantir une meilleure gestion et intégration des données avec Microsoft Outlook, le PDL et le système de comptabilité. Un examen des pratiques et des procédures de gestion des contacts sera également mené.
- La SODIMO étudiera les coûts et les avantages liés à la mise en œuvre d'un système infonuagique de sauvegarde, de récupération de fichiers et de reprise après sinistre en vue de moderniser les systèmes de stockage et de récupération actuellement en place. Si l'analyse démontre la pertinence d'un tel système pour la SODIMO, la mise en œuvre commencera dès 2016-2017.
- Enfin, la SODIMO continuera d'apporter, au besoin, des améliorations à sa base de données d'entreprise afin d'en améliorer l'efficacité et l'efficience.

## XII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE

Le résumé des prévisions financières et les descriptions des programmes et services figurant dans le présent plan d'activités reposent sur un statu quo en matière de ressources financières et humaines. Au cours des trois prochaines années, la SODIMO finira de mettre en œuvre le plan stratégique actuel et commencera à concevoir et à lancer le nouveau plan de l'organisme.

Pendant l'exercice en cours, la SODIMO continuera de saisir les possibilités de croissance, d'amélioration de la productivité et d'innovation, en Ontario et à l'étranger, grâce à sa trousse d'outils spécialisés incluant des crédits d'impôt et des programmes et services destinés aux industries des médias de la création. Les programmes et les activités décrites dans le plan seront déployés tout au long de l'année. Les décisions finales relatives à la structure de la version élargie du Fonds pour les produits MIN et à l'avenir du Fonds pour la collaboration et l'innovation seront prises et mises en œuvre au cours du prochain exercice.

## XIII. PLAN DE COMMUNICATION

### **Aperçu**

Le rôle du groupe des communications est de soutenir les programmes et les activités de la SODIMO en créant des moyens de communication efficaces qui contribuent à faire connaître le mandat et les objectifs de l'organisme, ainsi que les succès et les défis de l'industrie auprès des publics visés. Les activités de communication 2016-2017 sont axées sur la publicité du rôle que les programmes, services et initiatives de la SODIMO jouent en faveur de la vitalité économique des industries de la création de l'Ontario.

### **Objectifs et stratégies de communication**

1. Mettre en exergue les retombées économiques des industries de la création en Ontario et le rôle joué par la SODIMO pour les épauler.
  - Tirer parti de la réussite des parties prenantes de l'industrie en promouvant leurs produits et services, et en continuant de faire valoir leurs succès dans le cadre de l'exposé permanent des réalisations de la SODIMO, et ce, en utilisant des chiffres réels et actuels pour faire état du RCI.
2. Renforcer l'association de la SODIMO à des résultats positifs.
  - Établir une 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 visibilité et en pertinence, et trouver des occasions de faire de la 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, lors de présentations ou de discours, etc.
  - Promouvoir équitablement tous les secteurs au sein des communications de la SODIMO.
3. Continuer de valoriser l'image de marque de la SODIMO.
  - Actualiser le contenu du site Web de la SODIMO de façon à le tenir à jour et à attirer l'attention du public.
  - Cultiver la singularité de l'identité visuelle de la SODIMO.

### **Communication et produits connexes**

- **Messages clés** – Il s'agira de concevoir des messages clés s'appuyant sur des éléments pertinents et des histoires de succès qui serviront de base à tous les produits de communication.
- **Relations avec les médias** – La SODIMO s'appuiera sur des reportages très médiatisés pour montrer combien l'organisme soutient les industries de la création de l'Ontario. Le groupe des communications s'emploiera à associer des messages relatifs à la valeur économique et des articles captivants sur le secteur et le contenu des médias culturels de l'Ontario, afin de montrer l'importance

et les retombées du soutien apporté par la SODIMO. Les relations avec les médias permettront également de promouvoir des événements majeurs, comme les Prix canadiens du jeu vidéo, la Vitrine du Fonds ontarien de promotion de la musique et le Prix littéraire Trillium, et de mettre en relief des annonces clés, comme les statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle.

- **Médias sociaux** – Twitter et Facebook seront utilisés pour diffuser des nouvelles sur l’organisme, les parties prenantes et le gouvernement auprès du plus large public possible et créer des espaces de dialogue et d’échange de commentaires avec les parties prenantes. Les nouveaux mots-clés de la SODIMO, #ONcrée et #ONcreates, seront employés pour accroître la participation et suivre les résultats. Le groupe des communications publiera également des événements sur la chaîne YouTube de la SODIMO pour rendre compte de ses activités, tenir le public informé et attirer son attention.
- **Publicité** – La SODIMO continuera d’accroître la portée de sa publicité en établissant des partenariats novateurs avec des médias clés qui couvriront les programmes, les services et les événements de l’organisme (p. ex. TIFF, Prix littéraire Trillium, etc.).
- **Vidéo de 60 secondes** – L’annonce télévisée de 60 secondes de la SODIMO sera mise à jour cette année avec de nouvelles images et une nouvelle piste sonore. L’annonce figure sur notre site Web et sert de vidéo d’introduction à l’occasion d’événements.
- **Site Web de la SODIMO** – Le groupe des communications a établi un calendrier d’actualisation du contenu publié sur la page de garde du site Web, de façon à le tenir à jour et intéressant pour le public, en mettant en relief les dernières actualités et les réalisations de l’industrie.
- **Sensibilisation auprès de communautés diversifiées** – La SODIMO tiendra compte de la diversité dans ses tactiques de communication, y compris en nouant des relations avec les médias multiculturels et en menant des activités de marketing pour gagner en visibilité et en pertinence, et recherchera des moyens de sensibilisation afin de promouvoir ses programmes et ses services auprès d’auditoires multiculturels. Le groupe des communications a également doublé en sept langues l’annonce télévisée de 60 secondes et lancera des pages Web dans ces mêmes langues afin de mettre en relief des renseignements de base sur les programmes et les services de la SODIMO; des liens redirigeront les lectrices et les lecteurs vers des renseignements plus détaillés en anglais.
- **Événements sectoriels** – La SODIMO parraine ou organise un certain nombre d’événements sectoriels et d’initiatives stratégiques tout au long de l’année (des projections de films, la Vitrine du Fonds ontarien de promotion de la musique, le Prix littéraire Trillium, le Forum sur le financement international durant le TIFF, Music Makes it, Fêtons l’Ontario, les missions commerciales, etc.). Le groupe des communications mettra à profit les périodes précédant les événements pour susciter l’intérêt des médias à l’égard des activités de la SODIMO ou de ses parties prenantes.
- **Prises de parole** – Le groupe des communications collaborera avec les porte-parole de la SODIMO pour prononcer des allocutions lors d’événements sectoriels ou organisés par des parties prenantes. Ces interventions peuvent prendre la forme d’un discours inaugural (p. ex. présentation des principaux conférenciers) ou d’exposés plus élaborés 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.

- **Bulletin** – L'objectif du bulletin est d'informer régulièrement les parties prenantes des programmes et des services de la SODIMO, de présenter les succès remportés par les programmes et les intervenants, de mettre équitablement en valeur les six secteurs des médias de la création, de souligner les travaux de recherche sectoriels majeurs et de proposer un calendrier des événements sectoriels. Le bulletin est publié tous les deux mois au format HTML et diffusé à un large éventail de cibles du secteur.
- **Rapport annuel et bilan de l'année** – Le rapport annuel sera une nouvelle fois produit sous la forme d'un document bilingue imprimé et publié en français et en anglais sur le site Web de la SODIMO, une fois qu'il aura été déposé à l'Assemblée législative de la province. La SODIMO produit également un « bilan de l'année », un document marketing à caractère informatif, pour souligner les activités et les succès de l'organisme. Le bilan de l'année comprend de nombreux faits saillants figurant dans le rapport annuel, mais, comme il ne mentionne pas les données financières et les engagements en matière de programmes, il peut être consulté dès qu'il est produit.
- **Supports de marketing de la SODIMO** – Les différents services de la SODIMO (Développement de l'industrie/initiatives pour l'industrie, Programmes de crédits d'impôt et de financement, Activités opérationnelles et recherche) ont tous des obligations en matière de publication : documents d'une page sur les programmes de crédits d'impôt, livrets pour le Festival de Cannes ou le TIFF, ou encore brochures sur les événements de valorisation des extérieurs à Los Angeles et les nombreuses autres manifestations organisées ou soutenues par la SODIMO. Le groupe des communications continuera de collaborer avec ces services afin de cerner leurs besoins et d'y répondre en leur fournissant des services de rédaction et de mise en page.
- **Services en français** – La SODIMO s'engage à fournir au public des services en français, conformément aux exigences de la *Loi sur les services en français*. La loi garantit au public le droit à l'emploi du français pour communiquer avec tous les ministères et organismes gouvernementaux de l'Ontario et en recevoir les services.

## XIV. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

Les membres du personnel de l'organisme sont très qualifiés et compétents dans leurs domaines de service respectifs et sont entièrement dévoués au service public et aux intervenants qu'ils servent. Par ailleurs, la SODIMO respecte ou surpasse toutes les exigences en matière de contrôle et de reddition de comptes en sa qualité d'organisme du secteur public et d'administrateur de 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, d'autre part.

Tous les employés de la SODIMO sont membres de la fonction publique de l'Ontario. Les membres du personnel qui sont représentés par un syndicat sont rémunérés selon les dispositions de leur convention collective.

Le tableau suivant présente la répartition du personnel par classe d'emploi de l'unité de négociation :

### ***Effectif***

(au 30 octobre 2015)

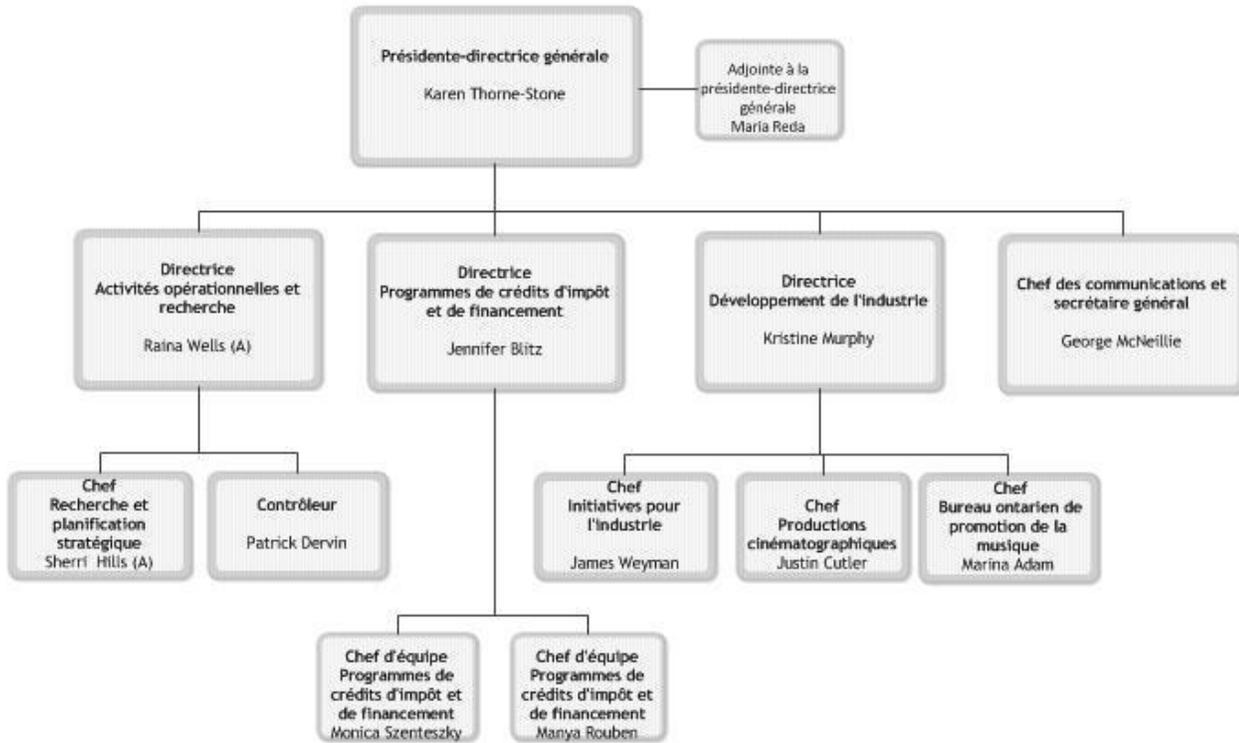
### **ETP prévus**

<b>GCS/CTI</b>	<b>SRC</b>	<b>Exclus</b>	<b>SEFPO</b>	<b>AEEGAPCO</b>	<b>TOTAL</b>
3	6	0	55	7	71

# ORGANIGRAMME

(au 18 novembre 2015)

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



## ANNEXE A : MESURES DE RENDEMENT 2016-2017

<b>Indice de rentabilité des investissements</b> <i>Moyenne arithmétique des mesures suivantes :</i>	
<b>MESURE</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Indice du RCI économique</b>	RCI économique (part du PIB imputable aux projets financés par la SODIMO pour chaque dollar de financement et de crédit d'impôt de la SODIMO) divisé par le RCI économique cible
<b>Indice d'efficacité en matière de création d'emplois</b>	Efficacité en matière de création d'emplois (nombre d'emplois imputable aux projets financés par la SODIMO pour chaque dollar de financement et de crédit d'impôt de la SODIMO) divisée par le nombre d'emplois créés cible
<b>Indice de la qualité des emplois</b>	Salaire moyen des employés en équivalents à temps plein travaillant sur des projets financés par la SODIMO, divisé par le salaire moyen cible pour les projets recevant des fonds de la SODIMO (dans le cadre de programmes ou de crédits d'impôt)
<b>Indice de l'efficacité de la prestation des programmes</b>	Moyenne des ratios suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficacité de la prestation des programmes (temps de traitement des demandes cible, divisé par le temps moyen de traitement des demandes);</li> <li>• Rentabilité des programmes (rentabilité des programmes cible, divisée par la rentabilité réelle des programmes, où la rentabilité est définie comme étant le coût administratif par demande)</li> </ul>
<b>Indice de l'effet de levier des investissements</b>	Effet de levier des investissements (fonds du secteur privé non réglementé obtenus par les projets financés par la SODIMO pour chaque dollar de financement et de crédit d'impôt de la SODIMO) divisé par l'effet de levier des investissements cible

<b>Indicateurs opérationnels</b> <i>S'entend des mesures individuelles suivantes :</i>	
<b>MESURE</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Collaboration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'initiatives soutenues dans le cadre du Programme de développement de l'industrie</li> <li>• Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives du Programme de développement de l'industrie</li> <li>• Nombre d'initiatives menées par la SODIMO</li> <li>• Nombre de contacts établis par les participants aux initiatives menées par la SODIMO</li> <li>• Nombre d'options négociées lors des événements De la page à l'écran</li> </ul>
<b>Marketing et communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de visites uniques du site Web de la SODIMO au cours de l'exercice</li> <li>• Nombre de réponses sur les médias sociaux au cours de l'exercice</li> <li>• Nombre de visites uniques sur la Bibliothèque de recherche en ligne de la SODIMO au cours de l'exercice</li> </ul>
<b>Amélioration continue</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coût administratif de la SODIMO par demande</li> <li>• Délai moyen de traitement des demandes</li> </ul>

<b>Innovation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proportion de projets soutenus par la SODIMO qui débouchent sur de nouveaux produits</li> <li>• Proportion de projets soutenus par la SODIMO qui débouchent sur de nouveaux types de produits</li> <li>• Proportion de projets soutenus par la SODIMO qui débouchent sur de nouvelles activités</li> <li>• Proportion de projets soutenus par la SODIMO qui débouchent sur de nouveaux modèles opérationnels</li> </ul>
<b>Autres indicateurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de projets soutenus par le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) au cours de l'année</li> <li>• Valeur des projets soutenus par le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) au cours de l'année</li> <li>• Succès critique des projets soutenus par la SODIMO (description qualitative)</li> </ul>

<b>Mesures de productivité et de prospérité industrielle</b>	
<i>S'entend des mesures individuelles suivantes :</i>	
<b>MESURE</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Croissance de la productivité</b>	Pourcentage d'augmentation du PIB de l'Ontario par travailleur œuvrant au sein des industries des médias culturels, par rapport à l'exercice précédent
<b>Croissance de l'emploi</b>	Pourcentage d'augmentation de l'emploi en Ontario au sein des industries des médias culturels, par rapport à l'exercice précédent
<b>Amélioration de la qualité des emplois</b>	Pourcentage d'augmentation du salaire moyen en Ontario des travailleurs œuvrant au sein des industries des médias culturels, par rapport à l'exercice précédent
<b>Compétitivité</b>	Croissance de la part de marché de l'Ontario dans les dépenses d'exploitation des industries des médias culturels nord-américaines, par rapport à l'exercice précédent
<b>Succès commercial</b>	Pourcentage d'augmentation du bénéfice d'exploitation des industries des médias culturels de l'Ontario
<b>Solidité financière</b>	Évolution du ratio de levier des financements de la SODIMO (dépenses d'exploitation des industries des médias culturels de l'Ontario pour chaque dollar financé par la SODIMO au titre des programmes ou des crédits d'impôt), par rapport à l'exercice précédent

## ANNEXE B : PLAN DU MANDAT ET DES OBJECTIFS DE LA SODIMO

	Mandat/objectifs de la SODIMO							Priorités du gouvernement
	Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<b>Activités 2016-2017</b>								
Fonds relevant du Programme de soutien en matière de création et de marketing (y compris l'examen des fonds)	✓	✓	✓	✓	✓			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Création d'emplois</li> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Fonds de la SODIMO pour l'exportation	✓	✓			✓			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Création d'emplois</li> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> </ul>
Fonds pour la collaboration et l'innovation	✓	✓	✓	✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Fonds ontarien de promotion de la musique	✓	✓	✓	✓	✓		✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Création d'emplois</li> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de</li> </ul>

	Mandat/objectifs de la SODIMO						Priorités du gouvernement	
	Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<b>Activités 2016-2017</b>								l'entrepreneuriat - Promotion d'un secteur culturel solide et stable - Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles - Encouragement de la collaboration sectorielle
Programme de développement de l'industrie (y compris les subventions octroyées aux projets menés par l'industrie, aux initiatives pilotées par la SODIMO comme De la page à l'écran, ainsi qu'au marketing du secteur)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	- Croissance économique/productivité - Internationalisation/exportation - Promotion d'un secteur culturel solide et stable - Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles - Encouragement de la collaboration sectorielle - Perfectionnement des talents et des compétences
Programmes de crédits d'impôt (y compris la réponse aux demandes de renseignements sur les crédits d'impôt et l'obtention de conseils juridiques)	✓	✓	✓			✓		- Croissance économique/productivité - Création d'emplois - Accès des entrepreneurs à des capitaux - Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario - Attraction d'investissements directs étrangers - Promotion d'un secteur culturel solide et stable - Réduction des formalités administratives pour les entreprises - Initiative pour un gouvernement ouvert/L'Ontario propice aux affaires
Unité des productions cinématographiques, attraction des entreprises, Photothèque numérique des extérieurs, prospection et autre type de soutien	✓	✓		✓	✓			- Croissance économique/productivité - Création d'emplois - Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario - Internationalisation/exportation - Attraction d'investissements directs étrangers - Promotion d'un secteur culturel solide et stable - Réduction des formalités administratives pour les entreprises
Activités de développement de l'industrie à l'étranger	✓	✓		✓	✓		✓	- Croissance économique/productivité - Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario

	Mandat/objectifs de la SODIMO							Priorités du gouvernement
	Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<b>Activités 2016-2017</b>								<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Initiatives menées par la SODIMO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Prix littéraire Trillium	✓	✓			✓			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> </ul>
Conférence et série de petits déjeuners Dialogue numérique	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Festival international du film de Toronto	✓	✓			✓			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> </ul>

	Mandat/objectifs de la SODIMO							Priorités du gouvernement
	Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<b>Activités 2016-2017</b>								
Recherche et veille stratégique (profils sectoriels, Bibliothèque de recherche en ligne, subventions de recherche à l'industrie, travaux de recherche menés par la SODIMO)	✓	✓	✓	✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Remise de données et d'analyses sur les crédits d'impôt au MFO et à l'ARC (y compris la transmission d'avis et de commentaires sur la législation des crédits d'impôt et la mise en œuvre de modifications connexes)	✓	✓	✓			✓		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Réduction des formalités administratives pour les entreprises</li> <li>- Initiative pour un gouvernement ouvert/L'Ontario propice aux affaires</li> </ul>
Activités de parrainage (p. ex. représenter les intérêts des industries des médias culturels de l'Ontario lors des consultations des programmes fédéraux, auprès du CRTC, etc.)	✓	✓		✓				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> </ul>
Activités de planification stratégique et commerciale (y compris la liaison permanente avec le ministère)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutien aux programmes et au mandat pour assurer ce qui suit :</li> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Création d'emplois</li> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> </ul>

	Mandat/objectifs de la SODIMO						Priorités du gouvernement	
	Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<b>Activités 2016-2017</b>								<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> <li>- Réduction des formalités administratives pour les entreprises</li> <li>- Initiative pour un gouvernement ouvert/L'Ontario propice aux affaires</li> </ul>
Activités de communication (y compris la promotion, le marketing et les communications en matière de crédits d'impôt)	✓	✓	✓		✓	✓		<p>Soutien aux programmes et aux activités pour assurer ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Attraction d'investissements directs étrangers</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> </ul>
Comités consultatifs des industries	✓	✓	✓	✓			✓	<p>Transmission permanente de commentaires pour assurer ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance économique/productivité</li> <li>- Création d'emplois</li> <li>- Accès des entrepreneurs à des capitaux</li> <li>- Renforcement de la position concurrentielle de l'Ontario</li> <li>- Internationalisation/exportation</li> <li>- Stimulation de l'innovation et de l'entrepreneuriat</li> <li>- Promotion d'un secteur culturel solide et stable</li> <li>- Modernisation du soutien accordé aux industries culturelles</li> <li>- Encouragement de la collaboration sectorielle</li> <li>- Réduction des formalités administratives pour les entreprises</li> <li>- Initiative pour un gouvernement ouvert/L'Ontario propice aux affaires</li> </ul>

	Mandat/objectifs de la SODIMO						Priorités du gouvernement	
<b>Activités 2016-2017</b>	<b>Stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario</b>	a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario propice à l'essor de l'industrie des médias culturels et à la création de nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production dans la province	b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels de l'Ontario, et ce, en stimulant la production créatrice, les formats novateurs et la création de nouveaux modèles de collaboration entre les secteurs	c) en favorisant et en facilitant 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) en contribuant à la promotion et à 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) en 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 ou d'une 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	Concordance entre les activités de la SODIMO et les priorités récemment fixées par le gouvernement
<p style="text-align: center;"><b>À l'appui de l'exécution efficace du mandat :</b></p> Opérations administratives, technologie de l'information, communications, prestation des programmes, service à la clientèle, planification commerciale, planification stratégique, conseils au gouvernement, gestion des enjeux et des risques, suivi et présentation des résultats, amélioration continue des programmes et des services								