

ONTARIO CRÉATIF PLAN D'ACTIVITÉS 2019-2020



Présenté le 21 janvier 2019
Révisé le 15 mai 2019

TABLE DES MATIÈRES

I. RÉSUMÉ	6
II. MANDAT	11
III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT	14
IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES	27
V. TOUR D'HORIZON DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME	32
VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS	63
VII. STRATÉGIES D'IDENTIFICATION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES	65
VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL	67
IX. MESURES DE RENDEMENT	69
X. BUDGET FINANCIER	75
XI. PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET À LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES	77
XII. INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT	79
XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2019-2020	81
XIV. PLAN DE COMMUNICATION	84

AVANT-PROPOS

Le plan d'activités 2019-2020 d'Ontario Créatif a été finalisé en janvier, préalablement à l'annonce du Budget de l'Ontario du 11 avril 2019, lequel inclut plusieurs éléments qui vont avoir un impact sur l'organisme en 2019-2020 et par la suite. Par conséquent, les programmes et initiatives stratégiques décrits dans le plan reposent sur l'hypothèse d'un budget annuel plus élevé que celui dont dispose désormais l'organisme du fait de la réduction de 8 millions de dollars du Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM).

Cet avant-propos du plan d'activités 2019-2020 a été rédigé en mai 2019, à la suite de l'annonce du budget. Veuillez noter qu'il ne fait qu'actualiser les éléments qui changent par rapport au plan d'origine, en détaillant certaines des activités supplémentaires que l'organisme entreprendra en 2019-2020, compte tenu de l'annonce du budget. Le budget financier figurant dans le plan d'activités a également été mis à jour pour refléter les huit millions de dollars de réduction du FOPM.

FONDS ONTARIEN DE PROMOTION DE LA MUSIQUE

Le Budget provincial 2019 a abaissé le montant alloué au FOPM de 15 à 7 millions de dollars pour l'exercice financier 2019-2020. Le Budget annonce en outre que le gouvernement travaillera de concert avec Ontario Créatif afin de moderniser le FOPM pour qu'il soit axé sur les activités qui rapportent le plus à la province, et de réorienter ses investissements dans les talents en émergence pour créer des occasions d'atteindre la réussite.

Le FOPM est un fonds de 45 millions de dollars sur trois ans créé en 2013-2014. Il a été pérennisé en 2015 avec une dotation de 15 millions de dollars par an. Entre 2013-2014 et 2016-2017, le FOPM a eu des répercussions positives, significatives et diverses sur l'écosystème musical de l'Ontario, de la création de 1 113 nouveaux emplois à l'augmentation du nombre d'artistes ontariens se produisant devant un public aux quatre coins de la province (3 500 concerts d'artistes canadiens), en passant par l'augmentation de plus de 47 p. 100 des recettes des entreprises émergentes du secteur de la musique. Par ailleurs, le FOPM a positionné l'Ontario comme un chef de file pour ce qui est de concevoir et d'offrir un soutien stratégique efficace, générateur de croissance et d'emploi au sein de l'industrie, et ce, aussi bien au Canada que dans le monde.

Étant donné que le FOPM 2019-2020 a déjà été lancé, que les intervenants ont entamé ou présenté leurs demandes selon les anciens paramètres du programme, tous ses volets actuels seront maintenus en 2019-2020 et, en règle générale, un nombre restreint d'auteurs de demande se verra accorder, à mérite égal, une subvention moins élevée que lors des exercices précédents. Le montant supplémentaire de 900 000 dollars de fonds du FOPM non engagés durant les exercices antérieurs (principalement en raison d'une sous-utilisation de la composante opérationnelle du programme) sera employé pour accroître la capacité de subvention du FOPM en 2019-2020 et atténuer l'impact de la réduction.

Dans le but de respecter l'engagement du gouvernement de « moderniser le FOPM pour qu'il soit axé sur les activités qui rapportent le plus à la province, et de réorienter ses investissements dans les talents en émergence pour créer des occasions d'atteindre la réussite », Ontario Créatif entreprendra, en collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS), un examen du programme et sollicitera l'avis des parties prenantes de l'industrie musicale ontarienne. L'examen sera mené à brève échéance par Ontario Créatif avec l'appui du MTCS, afin d'avoir suffisamment de temps pour pouvoir éclairer la conception du programme en 2020-2021, pour obtenir les approbations requises du conseil d'administration d'Ontario Créatif et du bureau de la ministre, pour rédiger de nouvelles lignes directrices et pour présenter le nouveau programme aux parties prenantes de l'industrie.

L'examen aura pour objectif de recueillir des suggestions quant à la conception d'un nouveau fonds aligné sur les priorités du gouvernement, à savoir optimiser l'impact et soutenir les talents en émergence. Il débutera au printemps 2019 et l'approche inclura un questionnaire largement ciblé, des tables rondes avec les auteurs de demande du FOPM et les membres du Comité consultatif de l'industrie de la musique d'Ontario Créatif, et des entretiens avec des associations professionnelles clés et d'autres bailleurs de fonds. Les réunions de consultation s'achèveront à la fin du mois de juin 2019. La conception du nouveau programme, les approbations, la rédaction des lignes directrices et la présentation du nouveau programme aux parties prenantes auront lieu à l'automne 2019 et au début de l'hiver 2020, pour un lancement du programme prévu en hiver 2020.

CRÉDITS D'IMPÔT

Comme annoncé dans le Budget, les cinq crédits d'impôt administrés par Ontario Créatif (le CIPCTO, le CIOESP, le CIOESAI, le CIOPMIN et le CIO-ME) seront examinés en vue de rationaliser l'administration, de réduire le nombre de demandes en attente et d'aider les entreprises à obtenir des crédits plus rapidement. Ces dernières années, Ontario Créatif a procédé à l'amélioration d'un certain nombre de processus opérationnels, ce qui s'est avéré efficace pour accélérer les temps de traitement et réduire l'arriéré. L'organisme a hâte de collaborer avec le gouvernement à l'identification et à la mise en œuvre de nouvelles stratégies visant à rationaliser davantage les processus liés aux crédits d'impôt.

De plus, Ontario Créatif apportera la modification proposée dans le Budget consistant à « diminuer le seuil des dépenses annuelles en main-d'œuvre pour les concepteurs de jeux vidéo de façon à ce qu'un plus grand nombre d'entreprises puissent demander chaque année l'attestation pour le crédit d'impôt, plutôt que de faire une demande distincte pour chaque produit créé ». Pour être admissible au CIOPMIN à titre de société de jeux numériques spécialisée, une entreprise doit actuellement dépenser, au cours de l'année d'imposition, au moins un million de dollars en main-d'œuvre ontarienne à l'égard de produits numériques admissibles. Le Budget propose d'abaisser le seuil minimal des dépenses de main-d'œuvre ontarienne à 500 000 dollars. Cette mesure serait en vigueur pour les années d'imposition commençant après le 11 avril 2019. Du fait de cette date de prise d'effet, la mesure ne s'appliquerait pas aux demandes se trouvant actuellement dans la file d'attente du crédit d'impôt. Une fois que cette modification sera adoptée sous forme de loi, Ontario Créatif procédera à la mise à jour des lignes directrices et de la FAQ du crédit d'impôt, apportera les changements nécessaires au Portail de demande en ligne et informera l'industrie de ces modifications.

À la suite des réductions des taux de crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne en 2016-2017, un financement avait été alloué à Ontario Créatif en vue d'accorder des subventions transitoires pour compenser le manque à gagner pour les sociétés ayant des projets déjà engagés en Ontario. Toutes les subventions admissibles ayant désormais été accordées, le ministère a approuvé la requête d'Ontario Créatif d'utiliser le reste des fonds pour contrebalancer le coût du salaire des membres du personnel recrutés dans le service des crédits d'impôt afin de traiter le volume des demandes, de réduire la file d'attente, et de contribuer à améliorer les normes de service en matière de temps de traitement au cours des deux prochaines années.

COMITÉ CONSULTATIF MINISTÉRIEL POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

Ontario Créatif prendra une part active au Comité consultatif ministériel pour la production cinématographique et télévisuelle et annoncé dans le Budget. Le comité, qui relèvera de la ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport et du ministre des Finances, sera chargé de présenter les faits et de donner des conseils sur les tendances, les difficultés ainsi que les

possibilités au sein de l'industrie afin de stimuler la production télévisuelle et cinématographique de grande valeur en Ontario et d'en optimiser les bienfaits pour la province. Cette mesure offre une formidable occasion de travailler en collaboration avec les parties prenantes et le gouvernement pour assurer un avenir durable aux industries de classe mondiale du cinéma et de la télévision de l'Ontario.

CONCLUSION

Le plan d'activités actualisé indique comment Ontario Créatif va continuer de cultiver une économie de la création vigoureuse et prospère dans les années à venir. Il contient un éventail de programmes et de services qui représentent un budget de fonctionnement total de 42 millions de dollars pour l'exercice financier 2019-2020. Ce budget inclut une réduction de huit millions de dollars du FOPM à la suite de l'annonce du Budget 2019, et intègre des mesures de limitation et d'efficacité des coûts afin d'assurer la prestation d'un programme financièrement responsable et de grande valeur, affichant un haut rendement du capital investi par la province. Nous sommes conscients que le Groupe de travail pour l'examen des organismes continue d'examiner tous les organismes provinciaux et nous nous réjouissons de collaborer avec ses membres pour faire état de la valeur, de l'impact et de l'efficacité des programmes et services de l'organisme. Ontario Créatif reste focalisé sur le développement d'industries de la création avant-gardistes et concurrentielles à l'échelle mondiale, qui profitent à l'ensemble de la population ontarienne et éveillent son intérêt en favorisant la croissance de l'économie, en créant et en préservant des emplois dans toute la province, et en produisant un contenu culturel qui reflète et raconte les histoires diverses et variées des Ontariennes et des Ontariens.

ONTARIO CRÉATIF POUR LA RÉUSSITE

Ontario Créatif est un organisme du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport résolu à fournir un soutien hautement efficace qui génère des emplois et des possibilités économiques pour la population ontarienne. Grâce à des programmes et services ciblés, et à des partenariats publics et privés, Ontario Créatif renforce la capacité et la compétitivité des industries du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de l'édition de livres et de revues, et de la musique de la province, lesquelles créent des contenus primés que des publics apprécient partout en Ontario et dans le monde.

Ontario Créatif a permis à des sociétés des industries de la création d'accroître leur productivité, de prendre de l'ampleur, d'atténuer les risques, d'accéder à des marchés internationaux, et de connaître un succès critique et commercial qui n'aurait pas été possible sans le soutien de la province. Ces investissements ont contribué à faire en sorte que l'Ontario soit un meilleur lieu de vie et de travail, que les sociétés ontariennes restent des figures de proue sur les marchés intérieurs et internationaux, et que l'Ontario conserve sa position concurrentielle de chef de file pour ce qui est d'offrir un soutien novateur et efficace à un secteur du divertissement et de la création florissant et de classe mondiale.

ONTARIO CRÉATIF POUR L'EMPLOI

Les six secteurs de la création visés par le mandat d'Ontario Créatif entretiennent plus de **57 000 emplois canadiens**¹ au sein de l'économie du savoir de l'Ontario. Voici quelques exemples illustrant comment le soutien de l'Ontario a contribué à créer des emplois et à faire croître l'économie :

¹ Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01, *Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit* [consulté le 9 octobre 2018].

- Avec l'appui des services de repérage et de facilitation offerts 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 d'Ontario Créatif, la production cinématographique et télévisuelle a **injecté 1,6 milliard de dollars dans l'économie de la province** en 2017. Le secteur a représenté **32 800 emplois**, soit une croissance de plus de 60 p. 100 depuis 2003.
- Les bénéficiaires du **Fonds pour les produits MIN** et du **Fonds pour la production cinématographique** d'Ontario Créatif ont généré plus de **20 000 semaines de travail**.
- Durant ses quatre premières années d'existence, le **Fonds ontarien de promotion de la musique** a créé **2 352 postes nets supplémentaires en équivalents temps plein**.

ONTARIO CRÉATIF POUR L'INVESTISSEMENT

- En 2017-2018, le soutien du **Fonds pour l'exportation** a aidé les sociétés ontariennes à générer plus de **300 millions de dollars de ventes à l'international**, soit 175 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.
- En 2017-2018, chaque dollar de **crédit d'impôt** a entraîné **une dépense de produit/production additionnelle de plus de 18 dollars** en faveur des 2 600 livres, films, **émissions de télévision** et produits multimédias interactifs numériques certifiés par Ontario Créatif.
- Un **secteur des services aux productions étrangères** fort attire des investissements qui ne cessent de créer des emplois et des possibilités économiques pour l'Ontario. À titre d'exemple :
 - Dans le cadre de sa saison la plus récente, **The Strain (FX)** a dépensé près de 51 millions de dollars et créé non loin de 800 emplois en Ontario. Près de 27 millions de dollars ont été dépensés pour recruter une équipe de production et une main-d'œuvre admissible en Ontario, tandis que 24 millions de dollars ont été dépensés en achats auprès d'entreprises ontariennes, biens et services confondus. La production des saisons une à quatre a affiché une dépense totale en Ontario de 209 millions de dollars, pour 3 331 emplois locaux créés. Plus de 630 entreprises de 65 collectivités aux quatre coins de l'Ontario ont bénéficié de la production, y compris des détaillants, des installations de production, des services de sécurité, des sociétés de location de matériel, des nettoyeurs à sec, des hôtels et des restaurants, des traiteurs, des sociétés de location de véhicules, des services de modification et de réparation, et des services de coiffure et de maquillage. Parmi ces collectivités, 32 se trouvent dans la région du grand Toronto, tandis que 33 se trouvent dans d'autres régions de l'Ontario².
- **Les investissements majeurs dans les infrastructures** augmentent en Ontario, CBS ayant notamment annoncé récemment avoir choisi l'Ontario pour héberger son nouveau studio distant³, tandis que Microsoft construit son nouveau siège canadien à Toronto⁴.

² Association cinématographique Canada, *FX's The Strain Has an Eye Opening Impact on Ontario's Economy Spending over \$50 million and creating 800 jobs in fourth season of production*, 2018 [en ligne]. Disponible sur Internet : <https://www.mpa-canada.org/press/fxs-the-strain-has-an-eye-opening-impact-on-ontarios-economy-spending-over-50-million-and-creating-800-jobs-in-fourth-season-of-production/> [consulté le 9 octobre 2018].

³ Tony Wong, « Why CBS Set Its Sights On Toronto Area For New TV Production Hub », *Toronto Star*, 2018.

<https://www.thestar.com/business/2018/09/26/cbs-plans-production-hub-in-canada-to-satisfy-demands-of-peak-tv.html>.

⁴ Daniel Tencer, « Microsoft Plans New Canadian Headquarters In Downtown Toronto », *Huffpost Canada*, 2018.

https://www.huffingtonpost.ca/2018/09/11/microsoft-canadian-headquarters_a_23524349/.

- Les activités de **développement de l'industrie** appuyées par Ontario Créatif ont ouvert **24 000 nouvelles pistes d'affaires** pour les sociétés ontariennes en 2017-2018. Ces contacts importants conduisent à des collaborations et partenariats nouveaux, contribuant à la croissance commerciale des sociétés ontariennes.
- La compétitivité et la stabilité des crédits d'impôt destinés aux médias indiquent au monde que l'Ontario est **ouvert aux affaires**. Les services aux productions étrangères ont attiré plus de trois milliards de dollars d'investissements étrangers en Ontario au cours des cinq dernières années, alors que le vigoureux secteur intérieur a généré près de quatre milliards de dollars pendant la même période⁵. La combinaison de talents, d'infrastructures et d'aide gouvernementale qu'on trouve en Ontario fait de la province un lieu attractif pour faire des affaires.

ONTARIO CRÉATIF POUR LES PRIORITÉS DU GOUVERNEMENT

Ces succès témoignent des contenus, des extérieurs et de la capacité de production exceptionnels de l'Ontario. L'Ontario offre une combinaison parfaite : talents, environnement propice aux affaires et incitations financières concurrentielles. Ce plan d'activités mise sur ces atouts. Les industries de la création se situent au carrefour de la culture, du commerce et de la technologie. En conséquence, le positionnement stratégique des six secteurs soutenus par Ontario Créatif vise à dégager des avantages pour les Ontariennes et les Ontariens dans différents domaines économiques, culturels et sociaux. Ontario Créatif continuera de faire fond sur ces succès par le biais de ses programmes et activités dans les années à venir.

⁵ Ontario Créatif, *Résultats annuels*.

I. RÉSUMÉ

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Ontario Créatif réalise régulièrement une analyse de l'environnement et un suivi des enjeux majeurs touchant les industries des médias de la création, et publie notamment des profils sectoriels complets des six secteurs soutenus par l'organisme.

De plus, pour éclairer et enrichir ses programmes et ses activités, Ontario Créatif consulte régulièrement ses parties prenantes, ce qui contribue à renforcer son aptitude à remplir son mandat avec succès. Des consultations formelles ont lieu par le biais des cinq comités consultatifs de l'industrie de l'organisme, qui se réunissent tout au long de l'année (les secteurs du cinéma et de la télévision sont représentés par un Comité consultatif en matière de production de contenu pour écran conjoint).

Voici quelques tendances et défis majeurs auxquels font face les industries des médias de la création de l'Ontario et Ontario Créatif :

TENDANCES ET DÉFIS EXTERNES AU SECTEUR

- Les indicateurs économiques prédisent une croissance modérée pour l'Ontario.
- Le niveau concurrentiel du dollar canadien continue de stimuler les exportations et d'attirer en Ontario de nombreuses productions étrangères de contenu pour écran.
- La demande de nouveaux contenus en tous genres est croissante au sein du marché, aussi bien au Canada que dans le monde.
- Plusieurs règlements et initiatives gouvernementales clés influenceront sur les industries de la création, comme les examens à venir de la *Loi sur le droit d'auteur*, de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*, et le cadre stratégique fédéral du Canada créatif.

SITUATION INTERNE

- Les capacités de l'organisme sont soumises à des pressions tandis que la demande à l'égard des programmes et des services d'Ontario Créatif continue de croître et de dépasser les ressources disponibles, entraînant la perte de possibilités pour l'économie de l'Ontario.
- L'organisme est ralenti par une série de réductions budgétaires et de stratégies de limitation des coûts antérieures lui faisant perdre la souplesse qui lui permettait de s'adapter de façon proactive aux changements environnementaux ou de tirer parti de nouvelles possibilités d'investissement et de création d'emploi.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Ontario Créatif est dans la troisième année de mise en œuvre de son plan stratégique, lancé en 2017. Le plan propose une vision actualisée pour les industries de la création de la province ainsi qu'un énoncé de mission qui annonce clairement comment l'organisme contribuera à concrétiser cette vision.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

1. Stimuler la croissance économique et l'emploi
2. Promouvoir les industries
3. Encourager la collaboration et l'innovation

CATALYSEURS FONDAMENTAUX

1. Assurer l'excellence des services et des activités
2. Autonomiser les personnes et les équipes

PROGRAMMES ET ACTIVITÉS

Ontario Créatif continuera d'examiner, d'évaluer et d'adapter ses programmes et ses services afin qu'ils soient pertinents, pointus et à même de générer d'importantes retombées au fur et à mesure de l'évolution des réalités du marché et de l'environnement commercial des industries de la création. Ontario Créatif continuera d'exploiter les possibilités avec ses partenaires des secteurs public et privé, et de mettre au point et de mener des initiatives innovantes 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, Ontario Créatif travaillera en étroite collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS), le ministère des Finances (MFO) et d'autres partenaires en vue de moderniser les crédits d'impôt destinés aux entreprises de la province et d'en améliorer l'efficacité.

En 2019-2020, Ontario Créatif continuera d'offrir ses programmes de base qui favorisent la création de contenu, l'innovation dans la conduite des affaires et la commercialisation, la promotion et le développement du secteur.

Voici quelques initiatives clés qui seront menées en 2019-2020, outre les programmes de base :

- Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens (Fonds pour les TAO)
- Foire du livre de Francfort 2020 : Pleins feux sur le pays à l'honneur, le Canada (Focus on Guest of Honour, Canada)
- Développement des activités à l'étranger dans l'industrie de l'édition de revues
- Distribution et commercialisation de longs métrages ontariens
- Initiative de soutien à la scénarisation cinématographique

RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

- Les programmes et services décrits dans le présent plan d'activités supposent que le financement provincial d'Ontario Créatif s'élèvera à 38,5 millions de dollars pour 2019-2020 et que les 78 postes en équivalents temps plein (ETP) de l'organisme seront maintenus.
- Le MTCS a accordé une enveloppe supplémentaire à l'organisme pour financer le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario et l'initiative de promotion de la diversité. Ce financement prendra fin en 2019-2020.
- La permission de pourvoir trois postes en ETP va stimuler la productivité et contribuer à réduire l'arriéré dans l'examen des demandes de crédit d'impôt.
- Pour parvenir à atteindre ses objectifs, Ontario Créatif doit compter sur la poursuite de sa collaboration et de ses partenariats avec les partenaires gouvernementaux, dont le MTCS et le MFO.

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. Les mesures du rendement ont été mises à jour en 2017-2018 afin de favoriser la mise en œuvre du plan stratégique, et plusieurs nouvelles mesures ont alors été ajoutées.

Ontario Créatif prévoit d'atteindre ou de dépasser les principaux objectifs de rendement de 2017-2018 d'ici à la fin de l'exercice, tout en notant ce qui suit :

- La valeur estimée des crédits d'impôt a été plus importante que prévue en 2017-2018 en raison de l'amélioration des temps de traitement, ce qui a permis de certifier davantage de produits durant l'exercice.
- Les empreintes médiatiques liées au Prix littéraire Trillium fluctuent chaque année pour différentes raisons (par exemple la présence d'un auteur connu ou d'une auteure connue parmi les finalistes). Toutefois, les résultats élevés en 2017-2018 sont également attribuables aux activités et aux dépenses publicitaires additionnelles à l'occasion du 30^e anniversaire du Prix Trillium.
- Le poste de conseiller ou conseillère en marketing au Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) était vacant depuis plusieurs mois, ce qui était susceptible d'avoir un impact négatif sur le nombre de pistes de production généré par le Bureau. Le recrutement d'un nouveau conseiller ou d'une nouvelle conseillère est en cours et le poste devrait être pourvu sous peu.

STRATÉGIES D'IDENTIFICATION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES

Tous les trimestres, Ontario Créatif 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 significatifs auxquels l'organisme et les industries de la création seront confrontés au cours des trois prochaines années :

- Le volume élevé des demandes de crédit d'impôt
- Les défis et restrictions en matière d'effectif
- L'accès restreint aux marchés d'exportation
- L'insuffisance des ressources pour répondre à la demande croissante
- La limitation des ressources discrétionnaires

BUDGET

Ce plan d'activités représente un statu quo budgétaire et ne sollicite aucune augmentation des ressources financières ou humaines. Plus particulièrement :

- Il est prévu que les dépenses d'Ontario Créatif pour l'exercice 2018-2019 s'élèvent à 48,4 millions de dollars aux fins de la comptabilité, avant amortissement et prise en compte des acquisitions d'immobilisations. Ces dépenses comprennent 890 000 dollars pour les initiatives limitées dans le temps planifiées, qui seront financées par les réserves de trésorerie.
- Les recettes annuelles d'Ontario Créatif pour l'exercice 2019-2020 devraient s'élever à 42 millions de dollars, dont sept millions affectés au Fonds ontarien pour la promotion de la musique, 1,5 million à l'initiative de promotion de la diversité et 300 000 dollars au Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario. Le total de 38,5 millions de dollars de recettes provenant du ministère comprend 1,2 million de dollars de recettes différées liées au Fonds ontarien de promotion de la musique et à d'autres programmes.
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2019-2020 s'élèveront à 3,9 millions de dollars. Les pratiques fiduciaires d'Ontario Créatif 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.

- Ontario Créatif affectera 956 000 dollars de ses réserves de trésorerie pour 2019-2020 à la mise en œuvre de diverses initiatives stratégiques et au financement du recrutement récent de membres du personnel pour renforcer le service des crédits d'impôt.

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

Ontario Créatif 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, du service de messagerie électronique, 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 l'organisme.

Voici quelques-unes des principales activités figurant dans le plan relatif à la technologie de l'information 2019-2020 de l'organisme :

- Amélioration des systèmes de gestion des relations avec la clientèle (GRC) de l'organisme.
- Amélioration de fonctionnalités du Portail de demande en ligne (PDL) et de la base de données de l'organisme pour améliorer l'expérience utilisateur/utilisatrice.
- Création de nouveaux outils en vue d'améliorer l'expérience des auteurs de demande de crédit d'impôt.
- Modernisation du réseau informatique, notamment en délocalisant les serveurs vers un centre de données externe aux fins de la continuité des activités.

INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT

Ontario Créatif 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 partenariats :

- 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 à l'égard de la gestion et de l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library
- des partenaires fédéraux, provinciaux et sectoriels en vue de la promotion des industries des médias de la création de l'Ontario à l'occasion de marchés et de manifestations internationaux clés (par exemple Téléfilm Canada ou la Canadian Independent Music Association)

PLAN DE COMMUNICATION

Les activités de communication d'Ontario Créatif assurent la promotion de l'Ontario comme le berceau de certains des secteurs de la création les plus dynamiques et les plus économiquement importants du Canada. Les activités de communication de l'organisme ont quatre principaux objectifs stratégiques :

1. Faire état de la valeur et de l'impact des programmes et activités d'Ontario Créatif au travers des retombées économiques, des emplois de valeur et de la contribution culturelle que génèrent les industries de la création de la province en Ontario
2. Positionner l'Ontario comme étant ouvert aux affaires, et comme un lieu de prédilection pour créer et faire croître des sociétés de production de contenu créatif, donnant accès à des talents de premier rang, des infrastructures et des programmes d'aide gouvernementale compétitifs

3. Améliorer la reconnaissance, à l'échelle locale, nationale et internationale, des industries de la création de l'Ontario, de leurs sociétés et de leurs contenus, mettant Ontario Créatif en valeur comme investisseur, partenaire et catalyseur
4. Intensifier le sentiment de fierté chez les consommatrices et consommateurs ontariens et favoriser la notoriété et la découvrabilité du contenu créatif captivant et de premier ordre réalisé en Ontario

CONCLUSION

Ce plan contient un éventail de programmes et de services qui représentent un budget de fonctionnement total de 42 millions de dollars pour l'exercice financier 2019-2020. Il représente un budget sans augmentation des ressources, financières ou humaines. L'investissement constant en faveur d'Ontario Créatif permet à l'organisme de créer des emplois dans toute la province pour la population ontarienne, non seulement au sein des industries de la création, mais aussi indirectement dans plusieurs autres secteurs connexes. Plus spécifiquement, cet investissement permet à Ontario Créatif de soutenir la création et la diffusion de contenu, 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 des sociétés établies et à de jeunes entreprises à fort potentiel qui élaborent de nouveaux modèles opérationnels, Ontario Créatif 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. Ces investissements favoriseront l'ancrage et la croissance des industries de la création de l'Ontario, composées essentiellement de petites et moyennes entreprises, tout en créant de bons emplois et de bonnes possibilités pour les Ontariennes et les Ontariens. Enfin, le renouvellement du soutien accordé à Ontario Créatif donnera à la province les moyens de conserver son avantage concurrentiel, de rester ouverte aux affaires, et de jouer un rôle de chef de file sur le plan international, en offrant une aide novatrice et efficace à un secteur du divertissement et de la création d'envergure mondiale, actuellement en plein essor, et d'inscrire ainsi dans la durée la future croissance de l'économie et de l'emploi en Ontario.

II. MANDAT

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (fonctionnant sous le nom d'Ontario Créatif) est un organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario. Ontario Créatif a été créé 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.)

OBJECTIFS

En vertu de ce Règlement, la Société en question 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

EXAMEN DU MANDAT

Le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport a procédé à l'examen du mandat de l'organisme en 2015-2016. Les résultats de cet examen ont été communiqués au Conseil du Trésor et approuvés par le Conseil des ministres pendant l'été 2016. Bien qu'Ontario Créatif n'ait pas connaissance du rapport, l'organisme a été informé par le ministère que l'examen avait conclu qu'il continuait de remplir son mandat consistant à stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario.

VISION ET MISSION

Ontario Créatif a lancé un nouveau plan stratégique en 2017. Le plan propose une nouvelle vision pour les industries de la création de la province ainsi qu'un énoncé de mission actualisé qui annonce clairement comment l'organisme contribuera à concrétiser cette vision.

Vision : Un Ontario où les industries de la création sont au premier plan et concurrentielles à l'échelle mondiale; où la vitalité culturelle de la province est célébrée; et où la croissance et le développement économiques y sont favorisés.

Mission : Être un catalyseur du développement économique dans les industries de la création de l'Ontario, grâce à l'investissement, à la promotion et à la facilitation de l'innovation et de la collaboration, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

GOVERNANCE ET RELATIONS AVEC LES MINISTÈRES

Ontario Créatif est responsable devant le MTCS de l'accomplissement de son mandat. Ce dernier converge directement avec la vision du ministère, à savoir établir un secteur culturel solide et stable et une économie de la création prospère en aidant les producteurs et productrices de l'Ontario à créer des contenus multimédias compétitifs sur la scène internationale qui génèrent, au sein de l'économie du savoir de l'Ontario, des emplois vecteurs de prospérité pour aujourd'hui comme pour demain. Organisme essentiel à la prestation de programmes et d'activités à destination des industries des médias de la création de la province, Ontario Créatif appuie l'objectif du ministère de favoriser l'expansion des industries de la création de l'Ontario pour stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation.

Ontario Créatif entretient également des relations de travail avec le ministère des Finances (MFO) et le ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce en ce qui concerne la prestation des programmes et le maintien des relations avec les parties prenantes.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

La Société est régie par son conseil d'administration, lequel compte au maximum 17 membres nommés par le lieutenant-gouverneur ou la lieutenante-gouverneure en conseil (LGC). Le président ou la présidente et le vice-président ou la vice-présidente du conseil sont désignés par le ou la LGC parmi les membres nommés. Le conseil d'administration se réunit régulièrement, d'ordinaire six fois par an. Le conseil compte également quatre comités permanents (gouvernance, vérification, planification stratégique et communications). Le conseil d'administration d'Ontario Créatif se compose actuellement de 16 membres :

John Barrack	Sharifa Khan
Patrick Bourbonnais	Iain Klugman
Paul Bronfman	Gave Lindo
Adam Caplan	Ildiko Marshall
Susan de Cartier	Marguerite Pigott (vice-présidente)
Ron Hay	Kiu Rezvanifar
Nyla Innuksuk	Mark Sakamoto (président)
Lisa Lyons Johnston	Blake Tohana

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL OU PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE ET MEMBRES DU PERSONNEL

Le président-directeur général ou la présidente-directrice générale rend compte au conseil d'administration et au ou à la sous-ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport. Il ou elle est responsable de la gestion des programmes et des effectifs de l'organisme. Le recrutement du personnel s'effectue aux termes de la *Loi de 2006 sur la fonction publique de l'Ontario*. À l'heure actuelle, l'effectif à temps plein s'élève à 78 personnes.

RAPPORT ANNUEL, VÉRIFICATION ET INVESTISSEMENTS

Ontario Créatif est tenu de remettre au ou à la ministre un rapport annuel de ses activités, y compris des états financiers vérifiés signés par le président ou la présidente du conseil d'administration et par un autre de ses membres, ainsi que tout autre document demandé par le ou

la ministre, le cas échéant. La vérification est menée chaque année par le Bureau du vérificateur général ou de la vérificatrice générale de l'Ontario.

L'alinéa 8 (3) e) du règlement de constitution d'Ontario Créatif restreint les investissements à sa disposition. À la lumière de ces paramètres, la stratégie d'investissement de l'organisme est élaborée en consultation avec le comité de vérification du conseil d'administration et approuvée par ledit conseil. Ontario Créatif 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 ET DIVERSITÉ

Ontario Créatif 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* (LAPHO). L'organisme est déterminé à intégrer la diversité dans l'ensemble de ses programmes, politiques et services, et à continuer d'offrir ses services et programmes aux groupes ethnoculturels et à d'autres groupes divers. Il poursuivra de manière proactive son travail de sensibilisation pour faire en sorte que ses services soient présentés et accessibles aux particuliers et aux sociétés partout en Ontario. Ses politiques et son plan pluriannuel d'accessibilité sont affichés sur son site Web.

ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL RESPECTUEUX

En 2018, en collaboration avec d'autres organismes de financement et associations professionnelles du secteur dans tout le Canada, Ontario Créatif a mis à jour les lignes directrices de ses programmes pour exiger que tous les organismes auteurs de demande signent un affidavit confirmant qu'ils ont adopté des principes directeurs et un processus de maintien d'un environnement de travail respectueux. Ontario Créatif s'attend à ce que tous les bénéficiaires de financement maintiennent les principes d'un environnement de travail respectueux, notamment en suivant toutes les étapes raisonnables pour :

- cultiver et soutenir une culture du travail respectueuse, positive, inclusive et solidaire
- fournir au personnel un mécanisme sécuritaire de déclaration d'incidents ou d'allégations de comportements inappropriés
- prendre des mesures visant à prévenir, à cerner et à éliminer le harcèlement et la discrimination en milieu de travail, en temps opportun

RESPONSABILITÉ

Les liens d'Ontario Créatif 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 ou présidente 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 son site Web dans le cadre de l'Initiative pour un gouvernement ouvert de l'Ontario. En plus de ces documents, Ontario Créatif publie les frais de déplacement, de repas et d'accueil de son conseil d'administration (dont les membres sont nommés), de son président-directeur général ou de sa présidente-directrice générale et des membres du personnel dont le niveau de rémunération correspond au moins au niveau 3 du Groupe des cadres supérieurs. Ces frais sont affichés sur le site Web de l'organisme chaque trimestre, une fois qu'il a été procédé aux approbations et remboursements appropriés. En application de la Directive sur les données ouvertes de l'Ontario, un inventaire des ensembles de données de l'organisme a été publié sur le site Web. L'organisme continuera de publier de manière proactive les ensembles de données dans un format lisible par machine, conformément à la Directive sur les données ouvertes.

III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

LES INDUSTRIES DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO

Le secteur du divertissement et de la création (SDC) est composé de personnes et d'entreprises pour qui la principale occupation consiste à créer, produire et monétiser des produits créatifs⁶. Ces dernières années, ce secteur a été un important moteur de la croissance économique en Ontario, dépassant même la croissance globale de la province entre 2005 et 2011⁷. À court terme, PwC prévoit que les industries du divertissement et des médias du Canada vont connaître une croissance stable à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 3,7 p. 100, pour passer, de 2017 à 2022, de 48 à 55 milliards de dollars américains, soit un TCAC dépassant celui de l'ensemble de l'Amérique du Nord⁸.

L'Ontario abrite les secteurs de l'industrie de la création les plus importants du Canada, notamment ceux de l'édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques et de la musique. Ces secteurs contribuent à faire de l'Ontario un meilleur lieu de vie, de travail et d'investissement. Les données les plus récentes de Statistique Canada montrent que les six secteurs soutenus par Ontario Créatif ont apporté une contribution de plus de 57 000 emplois canadiens et de près de sept milliards de dollars au PIB de l'Ontario en 2016⁹. Pour donner un peu de contexte, ils sont plus importants que les secteurs de l'agriculture, de la foresterie et de l'exploitation forestière combinés.

Le secteur élargi de la culture, dont fait partie le SDC, représente environ 3,5 p. 100 du PIB de l'Ontario, générant chaque année 25,7 milliards de dollars¹⁰. Ce secteur de la « culture » comprend le SDC, mais aussi d'autres disciplines, telles que le patrimoine et les bibliothèques, le patrimoine naturel ainsi que les arts visuels et appliqués. Ne serait-ce qu'en Ontario, le secteur de la culture a généré environ 269 000 emplois et 3,8 p. 100 du total des emplois dans la province, soit le taux d'emploi dans le domaine culturel le plus élevé du Canada¹¹.

Les six secteurs soutenus par Ontario Créatif sont des chefs de file nationaux de la création d'emplois et de la contribution au PIB :

ÉDITION DE LIVRES

- D'après Statistique Canada, l'industrie ontarienne de l'édition de livres a déclaré 1,1 milliard de dollars de recettes d'exploitation en 2016, pour une marge bénéficiaire d'exploitation de 11 p. 100. Avec 67 p. 100, les éditeurs de livres ontariens se sont taillés la part du lion des recettes nationales¹². Le secteur ontarien de l'édition de livres a contribué pour plus de 500 millions de dollars au PIB de l'Ontario et employé près de 6 500 personnes en 2016¹³.
- En 2016, les exportations de livres canadiens ont été évaluées à 436,6 millions de dollars en tout, soit une augmentation de 1,4 p. 100 par rapport à 2015¹⁴. L'Ontario a généré 240

⁶ Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, *Le secteur du divertissement et de la création de l'Ontario : Un cadre propice à la croissance*, p. 3.

⁷ Ministère des Finances de l'Ontario (MFO), *Statistiques sur le secteur du divertissement et de la création*, 2013.

⁸ PwC, *Global Entertainment & Media Outlook, 2018-2022*, septembre 2018.

⁹ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² Statistique Canada, Tableau 361-0088, *Éditeurs de livres, statistiques sommaires*, aux 2 ans, CANSIM (base de données) [consulté le 16 octobre 2018].

¹³ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

¹⁴ Statistique Canada, Tableau 12-10-0117-01, *Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000)* [consulté le 22 août 2018].

millions de dollars en exportations en 2016. Selon les dernières données enregistrées en 2014, l'Ontario a exporté pour 304,6 millions de dollars supplémentaires de livres vers d'autres provinces. La Colombie-Britannique, l'Alberta et le Québec sont les premiers importateurs de livres ontariens¹⁵.

- Les éditeurs appartenant à des intérêts canadiens sont à l'origine de 80 p. 100 des nouveaux livres écrits chaque année par les auteures et auteurs canadiens, selon l'Association of Canadian Publishers. Une étude publiée par BookNet Canada montre que la vaste majorité des acheteuses et acheteurs de livres canadiens veulent lire des livres d'auteurs et auteures canadiens (84 p. 100) – une hausse de 75 p. 100 par rapport à 2012¹⁶.

CINÉMA ET TÉLÉVISION

- L'Ontario compte parmi les plus grands centres de production cinématographique et télévisuelle en Amérique du Nord, la contribution économique des productions cinématographiques et télévisuelles soutenues par la province de l'Ontario ayant été évaluée à 1,6 milliard de dollars en 2017¹⁷.
- Selon le rapport économique le plus récent de la Canadian Media Producers Association (CMPA) sur l'industrie des médias sur écran au Canada, l'industrie de la production a généré 171 700 équivalents temps plein (ETP) en 2016-2017, y compris les retombées directes (c'est-à-dire la distribution et l'équipe technique) et indirectes. Dans sa globalité, la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran (notamment la production, la distribution, les festivals du film et la radiodiffusion) a généré 23,6 milliards de dollars de PIB pour l'économie canadienne, y compris 10,8 milliards de dollars directement au sein de la chaîne de valeur, et 12,8 milliards de dollars supplémentaires dans d'autres industries appartenant à l'économie canadienne¹⁸. En 2017, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle soutenue par la province de l'Ontario a généré environ 32 800 emplois directs et indirects à temps plein¹⁹.
- En 2017, le nombre total de productions ayant eu lieu en Ontario a augmenté par rapport à 2016, les dépenses à l'égard de longs métrages ontariens ayant affiché une hausse de 16 p. 100 pour passer de 69,7 à 80,6 millions de dollars. Du côté de l'étranger, la production télévisuelle a maintenu sa domination; la baisse de 120 millions de dollars cumulée année après année par les dépenses à l'égard de longs métrages étrangers a été contrebalancée par une hausse équivalente de 140 millions de dollars des dépenses en production télévisuelle étrangère, qui ont atteint les 653,3 millions de dollars, stimulées par des séries telles que *The Handmaid's Tale* (*The Handmaid's Tale : La Servante écarlate*), *Star Trek* et *Designated Survivor* (*Survivant désigné*).
- Le Rapport annuel de surveillance des communications du CRTC donne un aperçu des habitudes changeantes des consommatrices et consommateurs canadiens. D'après le dernier rapport, en 2016, les Canadiens et les Canadiennes ont regardé environ 26,6 heures de télévision traditionnelle par semaine, un déclin de 2,2 p. 100 par rapport à 2015. Les Canadiens et les Canadiennes utilisent de plus en plus des appareils connectés à Internet pour accéder à du contenu vidéo, 23 p. 100 des Canadiennes et des Canadiens âgés de 18 à 34 ans regardant la

¹⁵ Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, *Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000)* [consulté le 22 août 2018].

¹⁶ BookNet Canada, *Canadians Reading Canadians 2017*, juillet 2017.

¹⁷ Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2017*, 2018. Les données correspondent aux dépenses de toutes les productions faisant appel aux incitations et services administrés par Ontario Créatif. Elles n'incluent pas les annonces publicitaires télévisées, les vidéos de sociétés, les vidéoclips ou la production interne des diffuseurs.

¹⁸ CMPA, *Profil 2017*, p. 23 et 27.

¹⁹ Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle*, 2017.

télévision exclusivement en ligne. Les Canadiens et les Canadiennes (de + de 18 ans) ont regardé en moyenne 3,1 heures de télévision hebdomadaires sur Internet, par rapport à 2,7 heures en 2015²⁰. En 2016, 47 p. 100 des Ontariennes et des Ontariens étaient abonnés à Netflix, contre 44 p. 100 en 2015 et 37 p. 100 en 2014²¹.

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES (PRODUITS MIN)

- Au Canada, les produits MIN constituent une industrie à fort potentiel de croissance qui évolue rapidement sous l'effet des changements technologiques et dans les habitudes des consommateurs et consommatrices. Le secteur élargi des produits MIN comprend les sociétés qui produisent du contenu interactif ainsi que les entreprises qui proposent différents types de produits et de services pour permettre la production de contenu numérique. Les principaux contenus MIN incluent, sans s'y limiter, les jeux vidéo, les produits de divertissement multiplateforme, le contenu de réalité virtuelle et augmentée, les web-séries, et les produits d'apprentissage et de formation en ligne. En 2016, l'industrie des produits MIN de l'Ontario a contribué pour près de 2,7 milliards de dollars au PIB de la province et a employé quelque 20 000 personnes²².
- Un rapport de 2017 de l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) estime que l'industrie du jeu vidéo du Canada emploie directement 21 700 ETP, en plus de générer 19 000 ETP supplémentaires au sein de l'économie globale. L'industrie nationale du jeu vidéo a dépensé 2,6 milliards de dollars en 2017, une hausse de 8 p. 100 par rapport à 2015. En 2017, le salaire annuel moyen d'une personne travaillant dans le secteur canadien du jeu vidéo était de 77 300 dollars, un chiffre en augmentation de 8 p. 100 par rapport à 2015. En termes de nombre d'employés, l'industrie du jeu vidéo de l'Ontario est la troisième du pays, après celles du Québec et de la Colombie-Britannique, avec 171 entreprises employant directement 3 800 personnes²³. Les dépenses de l'industrie ontarienne du jeu vidéo ont presque doublé au cours des deux dernières années, passant de 265 millions en 2015 à 522 millions de dollars en 2017²⁴.
- Le sport électronique est un segment émergent de l'économie des produits MIN, et les milléniaux sont tout aussi susceptibles d'exprimer une « préférence significative » pour le sport électronique que pour le sport traditionnel²⁵. Selon le Solutions Research Group, 16 p. 100 des Canadiennes et des Canadiens en ligne âgés de 12 ans et plus s'adonnent à des activités sportives électroniques, ce qui en fait des joueuses et joueurs enthousiastes²⁶. En Ontario, des ligues de sport électronique répondent à cet essor rapide en organisant des manifestations et des tournois sociaux et compétitifs de sport électronique.

ÉDITION DE REVUES

- L'industrie de l'édition de revues de l'Ontario a généré 934,7 millions de dollars de recettes d'exploitation en 2015, ce qui représentait 58,4 p. 100 des recettes d'exploitation nationales. Les recettes ont décliné au taux de 17 p. 100 entre 2013 et 2015, un taux comparable à la moyenne nationale. Les dépenses d'exploitation ont été évaluées à 784,6 millions de dollars, portant la marge bénéficiaire d'exploitation à 16,1 p. 100, c'est-à-dire une marge supérieure à

²⁰ CRTC, communiqué « Le CRTC publie les données du Rapport de surveillance des communications sur les habitudes de visionnement et d'écoute des Canadiens », 8 novembre 2017.

²¹ CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2017*, p. 210.

²² Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

²³ Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD), *Canada's Video game Industry in 2017*, septembre 2017, p. 11.

²⁴ Ibid, p. 27.

²⁵ Données citées par Mary Meeker dans *Internet Trends 2018*, provenant du *L.E.K. Sports Survey*, p. 140.

²⁶ Solutions Research Group Consultants Inc., « Millennials Driving eSports Popularity », 13 juin 2017.

la moyenne nationale et près de deux fois plus élevée que celle de 8,7 p. 100 en 2013²⁷. Les éditeurs de périodiques ontariens versent plus de 297 millions de dollars de salaires et d'avantages sociaux par an²⁸. Le secteur de l'édition de périodiques de l'Ontario a contribué pour près de 460 millions de dollars au PIB de la province et employé près de 6 000 personnes en 2016²⁹.

- En 2016, les exportations de périodiques canadiens à l'international ont été évaluées à 153,1 millions de dollars, avec les États-Unis pour principal marché (101,7 M\$). La Chine était également un marché important, avec des exportations évaluées à 6,5 millions de dollars, soit une hausse de 18,2 p. 100 par rapport aux niveaux de 2015. L'Ontario était à l'origine de plus de la moitié des exportations nationales³⁰.
- Les milléniaux sont des lecteurs de revues à 60 p. 100, 16 p. 100 d'entre eux consommant exclusivement des versions numériques, 37 p. 100 d'entre eux se fiant exclusivement aux versions papier, tandis que près de la moitié de l'ensemble des lecteurs utilisent les deux supports. Selon Vividata, 76 p. 100 des milléniaux lisent des revues sur leur téléphone intelligent³¹.

MUSIQUE

- L'industrie musicale ontarienne constitue le plus grand marché du Canada. En 2015, l'Ontario a généré 328,9 millions de dollars de recettes de production d'enregistrements ainsi que de production et distribution intégrées d'enregistrements, avec une marge bénéficiaire d'exploitation correspondante de 14,1 p. 100. Les studios d'enregistrement sonore sont comptables de 55,6 millions de dollars de recettes d'exploitation, pour une marge bénéficiaire d'exploitation de 9,4 p. 100. Les données concernant les recettes de l'édition de musique ne sont pas disponibles à l'échelle provinciale³².
- Le secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique de l'Ontario a généré 4 600 emplois en 2016 (du point de vue du produit), soit près de la moitié des 9 800 emplois créés à l'échelle nationale. Entre 2015 et 2016, le secteur de l'enregistrement a enregistré la croissance la plus élevée parmi tous les domaines culturels en termes de contribution au PIB, que ce soit à l'échelle nationale (+7,3 p. 100) ou provinciale (+11,9 p. 100). Ces chiffres n'incluent pas le secteur des concerts³³.
- Une étude de Music Canada a conclu que les sociétés du secteur des concerts en Ontario avaient généré 628 millions de dollars des activités liées aux concerts en 2013, près de 40 p. 100 des recettes provenant de la vente de billets. Les plus de 550 festivals de musique sur scène de l'Ontario ont vendu près de 16 millions de billets en 2013. L'impact de l'industrie des concerts de l'Ontario en termes d'emploi a été évalué à 7 300 ETP directs et 152,4 millions de dollars de revenus directs du travail en 2013. En tenant compte des retombées directes,

²⁷ Statistique Canada, Tableau 361-0032, *Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires*, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire), CANSIM (base de données) [consulté le 30 mai 2017]. Statistique Canada inclut l'activité des périodiques publicitaires, l'édition de bulletins d'information et d'autres types de périodiques.

²⁸ Ibid.

²⁹ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la Culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

³⁰ Statistique Canada, Tableau 12-10-0117-01, *Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000)* [consulté le 15 août 2018]; Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, *Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000)* [consulté le 15 août 2018].

³¹ Vividata, « Vividata publie sa première étude sur une année complète », 14 avril 2016.

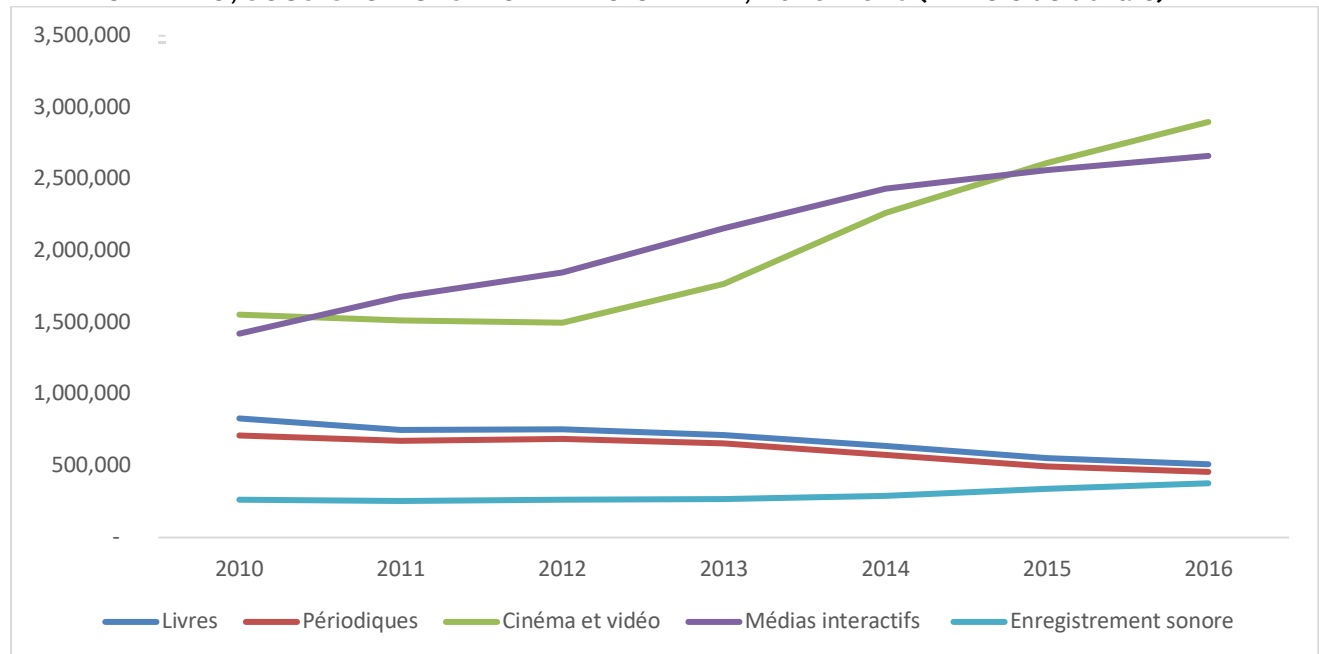
³² Statistique Canada, Tableau 361-0034, *Éditeurs de livres, statistiques sommaires*, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire), CANSIM (base de données) [consulté le 24 avril 2018].

³³ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la Culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

indirectes et induites, les estimations bondissent à un total de 10 500 ETP, générant 305,5 millions de dollars de revenus du travail³⁴.

- En 2017, 93 p. 100 de la population canadienne a écouté de la musique enregistrée, une hausse par rapport aux 89 p. 100 de 2016 probablement due en partie à l'augmentation de la consommation mobile de musique sur téléphones intelligents et tablettes. L'écoute de la radio (aussi bien par satellite que par ondes hertziennes) reste importante et plus de la moitié de la population canadienne (59 p. 100) fréquente des manifestations sur scène (dans de petites et grandes salles, lors de festivals), le chiffre étant plus important parmi les milléniaux (70 p. 100)³⁵.

PIB EN ONTARIO, SOUS-SECTEURS D'ONTARIO CRÉATIF, 2010-2016 (milliers de dollars)³⁶

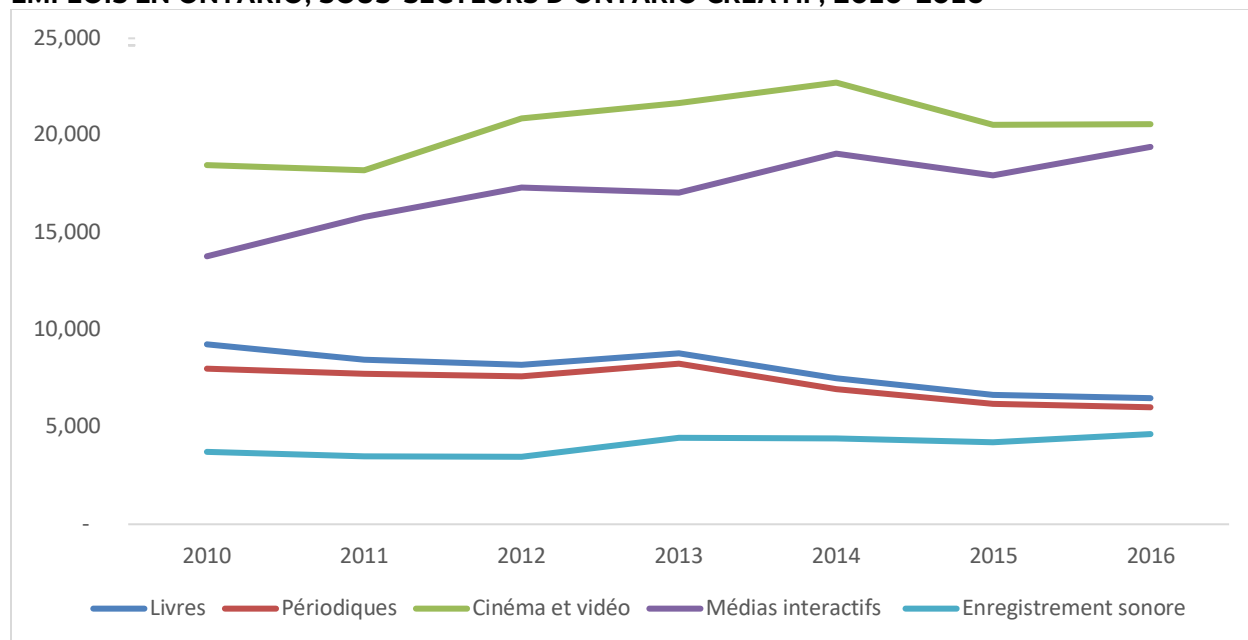


³⁴ Music Canada, *Live Music Measures Up: An Economic Impact Analysis of Live Music in Ontario*, décembre 2015, p. 27.

³⁵ Nielsen Canada, *Music Canada 360 Report 2017*.

³⁶ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la Culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

EMPLOIS EN ONTARIO, SOUS-SECTEURS D'ONTARIO CRÉATIF, 2010-2016³⁷



ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

Les indicateurs économiques continuent de prédire une croissance modérée pour l'Ontario :

- Le produit intérieur brut (PIB) réel progresse lentement mais sûrement (de 0,8 p. 100 au deuxième trimestre de 2018-2019, contre une augmentation de 0,4 p. 100 au trimestre précédent). La croissance provient principalement des dépenses de consommation et des exportations³⁸. La plupart des économies connaissent une croissance similaire.
- Les banques privées prévoient un ralentissement de la croissance au cours des trois prochaines années. TD prévoit une croissance du PIB réel de 1,7 p. 100 et une croissance du PIB nominal de 3,5 p. 100 en 2020³⁹.
- Les exportations ont augmenté de 2,2 p. 100, les exportations internationales (+2,8 p. 100) et interprovinciales (+0,8 p. 100) ayant progressé. Les importations ont encore augmenté de 0,5 p. 100, après une hausse de 1,3 p. 100 au premier trimestre⁴⁰. La demande étrangère continue de susciter l'optimisme des entreprises, qui anticipent une progression plus rapide de leurs ventes à l'étranger dans les 12 prochains mois⁴¹.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ministère des Finances de l'Ontario, Comptes économiques de l'Ontario, deuxième trimestre de 2018-2019, p. 1.

³⁹ Economics.Td.Com, « Perspectives économiques provinciales », 2018. <https://economics.td.com/provincial-economics-forecast-fr>.

⁴⁰ Ibid, p. 2.

⁴¹ Banque du Canada, *Enquête sur les perspectives des entreprises — Automne 2018*.

<https://www.banqueducanada.ca/2018/10/enquete-sur-les-perspectives-des-entreprises-automne-2018/> [consulté le 16 octobre 2018].

- Le dollar canadien devrait rester dans une fourchette allant de 0,75 à 0,78 dollar américain tout au long de l'année prochaine, ce qui est favorable aux investissements étrangers⁴².
- En juillet, le taux de chômage était de 5,4 p. 100, à son taux le plus bas depuis 2000. Cependant, l'Ontario a perdu 80 100 emplois en août, soit la chute la plus importante depuis janvier 2009 (le taux de chômage de l'Ontario reste inférieur à la moyenne nationale du Canada)⁴³. Nous ne savons pas encore si ces pertes d'emplois trahissent une réduction de la population active ontarienne.
- Certains risques pourraient saper la croissance, les plus significatifs étant le ralentissement du marché du logement, l'augmentation du protectionnisme commercial dans le monde et les tarifs douaniers spécifiques appliqués aux marchandises exportées aux États-Unis.
- Un nouvel accord commercial a été négocié entre le Canada, les États-Unis et le Mexique. Bien que l'ACEUM doive toujours être ratifié par les gouvernements canadien et américain, il préserve largement l'accès au marché en franchise de droits de douane et maintient les exceptions culturelles intégrées dans l'ALENA originel⁴⁴.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : BULLETIN DE CROISSANCE

- Entre 2018 et 2022, PwC prévoit une croissance des dépenses dans le secteur du divertissement et des médias du Canada au taux annuel composé moyen de 3,7 p. 100, la population canadienne dépensant environ 55 milliards de dollars américains chaque année pour se procurer des produits médiatiques et de divertissement. Le taux de croissance au Canada dépasse légèrement celui de 3,5 p. 100 prévu pour l'ensemble de l'Amérique du Nord, tandis que le marché nord-américain devrait atteindre la valeur de 847 milliards de dollars américains d'ici 2022⁴⁵.
- Au rang des dépenses mondiales, les segments connaissant la croissance la plus rapide sont celui de la réalité virtuelle (TCAC de 40 p. 100), bien qu'elle ait ralenti considérablement depuis l'année dernière, et celui de la vidéo par contournement (TCAC de 10 p. 100)⁴⁶.
- PwC prévoit qu'au Canada, les segments qui connaîtront la croissance la plus rapide seront celui de la vidéo par contournement (TCAC de 5,2 p. 100), et celui des jeux vidéo et sports électroniques (TCAC de 3,5 p. 100). Aucune donnée n'est disponible concernant la réalité virtuelle au Canada⁴⁷.
- Les segments affichant la dépense annuelle globale la plus élevée sont la télévision traditionnelle et la vidéo domestique (277 G\$ US), les jeux vidéo (138 G\$ US) et les livres (121 G\$ US)⁴⁸.

⁴² Banque nationale du Canada, *Devises, Économie et Stratégie*, octobre 2018.

<https://www.bnc.ca/content/dam/bnc/fr/taux-et-analyses/analyse-economique/devises.pdf> [consulté le 16 octobre 2018].

⁴³ Robert Benzie, « In Sobering News For The Ford Government, Ontario Lost 80,000 Jobs In August », *Toronto Star*, 2018.

<https://www.thestar.com/news/queenspark/2018/09/07/in-sobering-news-for-the-ford-government-ontario-lost-80000-jobs-in-august.html> [consulté le 16 octobre 2018].

⁴⁴ AMC, « Note d'information sommaire : L'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) », 2018.

<https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/cusma-aceum/summary-sommaire.aspx?lang=fra>.

⁴⁵ PwC, *Global Entertainment and Media Outlook 2018-2022*, « Magazines », juin 2018.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

- Au Canada, les segments comptabilisant la dépense la plus importante sont la télévision traditionnelle et la vidéo domestique (avec près de 7,8 G\$ US d'ici 2022), bien que la croissance du segment soit en léger déclin depuis 2012 (les téléspectateurs le délaissant pour les plateformes en ligne) et que PwC prévoient un TCAC de -0,7 p. 100 d'ici 2022, les jeux vidéo (2,4 G\$ US), les livres (2 G\$ US) et la vidéo sur Internet (1,5 G\$ US)⁴⁹.
- La dépense des Canadiens et des Canadiennes pour l'accès Internet dépasse nettement la dépense associée à toutes les autres productions médiatiques et de divertissement. PwC estime que la population canadienne dépensera 20 milliards de dollars américains par an pour l'accès Internet d'ici 2022, tandis que la dépense mondiale atteindra les 726 milliards de dollars américains⁵⁰.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : DÉFIS ET POSSIBILITÉS

- Facteurs de croissance : Les intervenants sollicités par Ontario Créatif ont identifié les occasions de développement commercial et l'accès au capital comme les principaux facteurs de croissance pour leurs entreprises. La transition vers les chaînes de valeur non linéaires était le moins important. De nombreuses sociétés ont souligné l'importance de l'accès au financement, mais ont également pointé le besoin de crédits d'impôt, de collaboration internationale et de réseautage⁵¹.
- Facteurs de réussite : Les nouvelles sources de revenu, les nouvelles plateformes numériques et les occasions de marketing sur les réseaux sociaux sont perçues comme les facteurs de réussite les plus importants. Les commentaires ont aussi souligné l'importance de développer et de cultiver le talent, de promouvoir le contenu canadien et d'améliorer l'accès à l'information⁵².
- Alors que les technologies et les modèles d'affaires évoluent toujours plus rapidement, on constate un besoin aigu de travailleuses et de travailleurs compétents, aptes à porter l'innovation et à tirer profit efficacement des technologies numériques nouvelles et émergentes⁵³.
- De récents investissements privés dans l'infrastructure de studios de l'Ontario vont contribuer à pallier la pénurie de studios à laquelle la province est actuellement confrontée. Parmi ces studios, figurent Markham Movieland, un studio de 400 000 pieds carrés aménagé par First Studio City⁵⁴ et un studio de production de 260 000 pieds carrés construit à Mississauga pour CBS Television Studios⁵⁵. Par ailleurs, Pinewood Toronto Studios a annoncé son projet d'ajouter 96 000 pieds carrés d'espace supplémentaire d'ici la fin 2019⁵⁶. Ces aménagements renforceront la capacité de l'Ontario d'accueillir la production locale et internationale tout en consolidant la position concurrentielle de la province en tant que marché mondial de tout premier plan pour la production cinématographique et télévisuelle.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ *Sondage sur la satisfaction de la clientèle de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario*, 2018.

⁵² Ibid.

⁵³ « The Great Canadian Skills Mismatch », Miner Management Consultants, 2014.

⁵⁴ « Markham To Be Home To \$100M Film Studio - Constructconnect.Com - Daily Commercial News », *Daily Commercial News*, 2018. <https://canada.constructconnect.com/dcn/news/projects/2018/09/markham-home-100m-film-studio>.

⁵⁵ Tony Wong, « Why CBS Set Its Sights On Toronto Area For New TV Production Hub », *Toronto Star*, 2018. <https://www.thestar.com/business/2018/09/26/cbs-plans-production-hub-in-canada-to-satisfy-demands-of-peak-tv.html>.

⁵⁶ Etan Vlesing, « Pinewood Toronto to Double Production Space as Hollywood Takes City to Full Capacity », *The Hollywood Reporter*, 2018. <https://www.hollywoodreporter.com/news/pinewood-toronto-double-production-space-as-hollywood-takes-city-full-capacity-1066693>.

- Des examens fédéraux de la *Loi sur le droit d'auteur*, de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications* sont en cours et pourraient avoir un impact considérable sur les industries de la création de l'Ontario.

DIVERSITÉ ET INCLUSIVITÉ

- La diversité et la représentativité restent des enjeux importants pour les industries et les organismes qui assurent leur soutien. Un corpus de plus en plus fourni de publications économiques fait état d'un lien entre la rentabilité d'une entreprise et la diversité de son leadership.
- Une étude de McKinsey and Company a révélé que les sociétés dont l'équipe de direction affichait la plus grande diversité de genre avaient une probabilité de jouir d'une rentabilité supérieure à la moyenne plus élevée de 21 p. 100 par rapport aux sociétés où elle était la plus faible⁵⁷.
- Un rapport récent de Women In Music fait la synthèse des façons dont la diversité aide les sociétés à améliorer la rentabilité : la diversité améliore la qualité de la prise de décisions en limitant les préjugés et la pensée de groupe; elle stimule l'innovation en apportant des expériences, des points de vue et des approches différents en matière de résolution de problèmes complexes. Par ailleurs, les organismes caractérisés par une plus grande diversité attirent les meilleurs talents⁵⁸.
- Soutenir le contenu réalisé par la population de cette province à son image relève du bon sens économique. À cette fin, Ontario Créatif continuera d'encourager les demandes présentant des équipes et du contenu qui affichent une certaine diversité.

ANALYSE DES DIFFÉRENTES INSTANCES

L'Ontario œuvre au maintien d'un éventail concurrentiel de crédits d'impôts et de programmes de financement afin d'encourager la hausse des recettes et des emplois au sein des industries de la création. Les industries de la création sont très mobiles et les autres instances au Canada et dans le monde font preuve d'innovation quant aux soutiens qu'elles accordent pour attirer la production et créer des emplois au sein de l'actuelle économie du savoir. Voici certains des changements récents et des nouvelles approches adoptés en vue de favoriser l'investissement :

CRÉDITS D'IMPÔT CANADIENS ET D'AUTRES PROVINCES

- **Alberta** : L'Alberta a annoncé un nouveau crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques (Interactive Digital Media Tax Credit) qui offrira une prestation de 25 p. 100 sur les coûts de main-d'œuvre admissibles engagés après le 1^{er} avril 2018, ainsi qu'une prime à la diversité et à l'inclusion pouvant atteindre 5 p. 100 additionnels⁵⁹.
- **Colombie-Britannique** : À compter du 21 février 2018, le crédit d'impôt de la C.-B. d'incitation à la production cinématographique (Film Incentive BC Tax Credit) est élargi pour inclure un crédit d'impôt pour la rédaction de scénarios. Les dépenses de main-d'œuvre britannico-colombienne pour la rédaction de scénarios engagées avant la fin de l'étape de production de

⁵⁷ Vivian Hunt, Sara Prince, Sundiatu Dixon-Fyle, Lareina Yee (McKinsey&Co.), « Delivering Through Diversity », janvier 2018.

⁵⁸ PwC pour le compte de Women in Music Canada, *Empowering Diversity: A Study Connecting Women in Leadership to Company Performance in the Canadian Music Industry*, octobre 2018, p. 5.

⁵⁹ KPMG, p. 6.

la version finale du scénario seront désormais admissibles à un crédit d'impôt de 35 p. 100⁶⁰. Le crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques (Interactive Digital Media Tax Credit) est prolongé jusqu'en 2023 et le crédit d'impôt pour l'édition de livres (Book Publishing Tax Credit) jusqu'en 2021⁶¹.

- **Québec** : En 2018, un changement de politique a été annoncé concernant le crédit d'impôt pour la production cinématographique ou télévisuelle québécoise, visant à admettre les productions destinées à la diffusion en ligne⁶². Le programme de garantie de prêt de la SODEC a été modifié pour élever le plafond d'emprunt de 30 à 60 millions de dollars, en arguant que cela donnera à la SODEC davantage de souplesse en vue de soutenir le développement des entreprises culturelles⁶³. Dans le Budget 2018, le plafond limitant les dépenses de main-d'œuvre admissibles au crédit d'impôt pour le doublage de films a été éliminé, ce qui correspond à un soutien additionnel de trois millions de dollars sur cinq ans⁶⁴. Enfin, les fonds alloués au crédit d'impôt pour appuyer la transformation numérique des entreprises de la presse d'information écrite ont augmenté⁶⁵.

CRÉDITS D'IMPÔT AMÉRICAINS

- L'État du New Jersey a récemment ravivé son programme de crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle qui, pour les cinq prochaines années, va octroyer jusqu'à 85 millions de dollars par an à des projets tournés dans la région. La Californie a également renouvelé son programme annuel de 330 millions de dollars jusqu'en 2025. Les crédits d'impôt de l'Ontario sont dépourvus de plafonds, ce qui leur donne un avantage concurrentiel sur de nombreuses autres instances. Plusieurs instances (36 actuellement) aux États-Unis continuent d'offrir des incitations fiscales concurrentielles, notamment la Géorgie (600 M\$ US en 2016), l'État de New York (420 M\$ US) et la Louisiane (150 M\$ US). Les taux de crédit d'impôt sont variables mais se situent généralement entre 20 et 35 p. 100⁶⁶.
- À partir de 2020, le programme de crédits d'impôt révisé de la Californie exigera que les projets cinématographiques et télévisuels qui présentent une demande fournissent des statistiques sur la diversité et indiquent si des programmes sont mis en place en la matière. Les auteurs de demande seront tenus de présenter leur politique en termes de prohibition du harcèlement et de désigner des personnes chargées de répondre aux plaintes pour inconduite. Les bénéficiaires de crédit d'impôt devront contribuer au financement d'un programme de formation pour les personnes issues de communautés sous-représentées au sein des équipes présentes sur les plateaux de tournage⁶⁷.
- La Californie progresse aussi avec une incitation à la composition de musique visant à encourager les producteurs et productrices à mettre en musique en Californie. En fonction de la taille du budget de mise en musique alloué aux projets, des points de bonification sont accordés à l'égard de l'approbation pour bénéficier du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle. Le programme devrait avoir des retombées positives sur d'autres secteurs connexes, tels que l'ingénierie du son et d'autres professions de l'écosystème musical⁶⁸.

⁶⁰ Creative BC, « Tax Credits » et « Film Incentive BC », www.creativebc.com [consulté le 16 octobre 2018].

⁶¹ KPMG, « TaxNewsFlash No. 2018-30- Canada: Tax Accounting--Q2 2018 Update », 5 juillet 2018.

⁶² *Le Plan économique du Québec : Renseignements additionnels*, mars 2018, p. A95-A102.

⁶³ *Le Plan économique du Québec : Culture : Un engagement soutenu pour la culture québécoise*, mars 2018, p. 7.

⁶⁴ Ibid, p. 8.

⁶⁵ *Le Plan économique du Québec : Renseignements additionnels*, mars 2018, p. A95-A102.

⁶⁶ Jonathan Handel, « Film and TV Tax Credit Battle Heats up Across US », www.hollywoodreporter.com, 19 septembre 2018.

⁶⁷ Sophia Bollag, « California lawmakers push diversity through film tax credit », *The Associated Press*, 18 juin 2018.

⁶⁸ Jon Burlingame, « California Tax Credits to Benefit Scoring, Recording Musicians », *Variety*, 5 juillet 2018.

AUTRES CHANGEMENTS PROVINCIAUX

- Le gouvernement de Colombie-Britannique a réaffirmé son engagement en faveur du BC Music Fund (modelé sur le Fonds ontarien de promotion de la musique) en augmentant son financement et en adoptant Amplify BC comme nouvelle image de marque⁶⁹.
- Le Québec a présenté un plan pour percevoir la taxe de vente (TVQ) auprès des entités étrangères n'ayant pas de présence physique au Québec et n'étant actuellement pas inscrites pour percevoir ou verser la taxe de vente. À compter du 1^{er} janvier 2019, les entreprises dont les ventes en ligne de contenu numérique dépassent les 30 000 dollars par année auront l'obligation de verser la taxe de vente à la province, quel que soit le lieu où elles exercent leurs activités⁷⁰.
- Le Québec a en outre publié un nouveau plan d'action en culture en avril 2018. La SODEC bénéficiera d'une augmentation totale de 50 millions de dollars à l'égard d'un éventail de nouveaux programmes. L'organisme a aussi annoncé plusieurs changements à ses programmes d'aide au cinéma, y compris des mesures visant à accroître la parité hommes-femmes⁷¹.
- Dotée d'un budget annuel de 45 millions de dollars, la subvention à la production de contenu pour écran (Screen-based Production Grant) de l'Alberta a été lancée en octobre 2017 avec des plafonds de production augmentés afin de répondre aux besoins des productions commerciales à gros budget comme des productions locales à budget plus modeste. Ce programme a remplacé la subvention à la production de l'Alberta (Alberta Production Grant), originellement créée en 1998 pour soutenir les productions artistiques, documentaires et à faible budget. Le nouveau programme comporte deux volets destinés aux budgets supérieurs à trois millions de dollars et aux budgets inférieurs à trois millions de dollars⁷². L'Alberta a terminé son programme pilote pour les produits multimédias interactifs numériques le 31 mars 2018⁷³. Sa subvention à la postproduction, aux effets visuels et à l'animation numérique (Post-Production, Visual Effects and Digital Animation Grant, PPG) a récemment été pérennisée, avec un premier cycle de demandes lancé le 1^{er} octobre 2018⁷⁴.
- À compter d'avril 2017, les productions multimédias numériques réalisées au Yukon sont admissibles aux incitations précédemment réservées aux films. Parmi les exemples de contenus admissibles, citons les applications, les jeux, les livres électroniques, les sites Web interactifs et les webisodes.⁷⁵
- En novembre 2017, l'Île-du-Prince-Édouard a annoncé qu'un nouveau fonds pour la production cinématographique serait intégré dans sa stratégie quinquennale pour la culture, assortie d'un budget de 3,5 millions de dollars⁷⁶. En juin 2018, des précisions ont été données concernant deux nouvelles incitations destinées au secteur du cinéma et de la télévision : le fonds pour les films et les médias, conçu pour appuyer les productrices et producteurs prince-édouardiens et

⁶⁹ Tyler Orton, « B.C. Re-Tunes Music Industry Support With One-Year, \$7.5M Fund », *Business In Vancouver*, 2018. <https://biv.com/article/2018/03/bc-re-tunes-music-industry-support-one-year-75m-fund>.

⁷⁰ *Le Plan économique du Québec : Culture : Un engagement soutenu pour la culture québécoise*, mars 2018, p. 17.

⁷¹ SODEC, communiqué « La SODEC salue la nouvelle politique culturelle du Québec », 12 juin 2018; SODEC, communiqué « Nouveautés dans les programmes d'aide en cinéma de la SODEC », 17 avril 2018.

⁷² Gouvernement de l'Alberta, communiqué « REVISION: Province boosts film and television industry », 3 octobre 2017.

⁷³ Gouvernement de l'Alberta, « Interactive Digital Media Grant », www.alberta.ca [consulté le 15 octobre 2018].

⁷⁴ Gouvernement de l'Alberta, « Post-Production, Visual Effects and Digital Animation Grant (PPG) », www.alberta.ca [consulté le 15 octobre 2018].

⁷⁵ Gouvernement du Yukon, communiqué « Digital media projects eligible for Government of Yukon film funding initiatives », 24 avril 2017.

⁷⁶ Teresa Wright, « New film fund part of \$3.5-million P.E.I. culture strategy », *The Guardian*, 20 novembre 2017.

les coproductions par le biais d'une remise de 25 p. 100 des coûts prince-édouardiens admissibles (administré par Innovation Î.-P.-É.), et le programme Film4Ward, un programme de formation et de mentorat (dirigé par FilmPEI)⁷⁷.

MODÈLES INNOVANTS (PAR EXEMPLE LES PRÊTS DE FINANCEMENT PROVISoire)

- Le crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques de l'Alberta comporte une bonification d'une valeur de 5 p. 100 supplémentaires pour les entreprises qui font preuve de diversité et d'inclusion en employant des travailleurs ou travailleuses issus de groupes sous-représentés⁷⁸.
- Le Québec offre un programme de garantie de prêt administré par la SODEC aux productions cinématographiques, avec un plafond de prêt de 60 millions de dollars⁷⁹.
- Le Bureau du cinéma des Territoires du Nord-Ouest a identifié la possibilité d'accroître l'accès au financement provisoire des producteurs et productrices des Territoires du Nord-Ouest admissibles à des remises, comme moyen d'améliorer leur flux de trésorerie. L'actuel plan stratégique du Bureau du cinéma mentionne l'étude des options avec d'autres organismes comme prochaine étape dans la prestation d'un financement provisoire aux producteurs et productrices⁸⁰.
- Les programmes de subvention au cinéma et à la télévision de Creative Saskatchewan incluent un volet de développement multiple (Slate Development Stream) accessible aux productrices et producteurs expérimentés. Ce volet de financement est conçu pour appuyer le développement de deux à cinq projets cinématographiques ou télévisuels, et aide à lever le financement du développement auprès d'autres bailleurs de fonds et investisseurs du secteur privé⁸¹.
- Creative Scotland a annoncé un programme pilote pour offrir un soutien sous forme de mentorat et un financement d'appoint aux projets disposés à lever des fonds grâce à des initiatives de financement participatif. Un des projets soutenus est un livre d'images audio⁸².
- Conscient des défis que représente la création d'émissions de télévision pour enfants de qualité dans un écosystème fluctuant, le Royaume-Uni a lancé un crédit d'impôt pour la télévision pour enfants (Children's TV Tax Credit) en 2015⁸³.
- En partenariat avec l'initiative Skip Ahead de Google Australia, Screen Australia offre un financement aux projets de récit scénarisé ou de documentaire développés par des créatrices ou créateurs de contenu individuels ayant une base d'abonnés avérée ou une audience significative (chaînes YouTube), par des équipes de chaînes YouTube ou par des partenariats entre des créatrices ou créateurs de contenu individuels et des sociétés de production bien établies⁸⁴.

⁷⁷ Gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard, communiqué « Gros plan sur l'industrie du cinéma : le gouvernement passe à l'action », 27 juin 2018.

⁷⁸ KPMG, p. 6.

⁷⁹ *Le Plan économique du Québec : Culture : Un engagement soutenu pour la culture québécoise*, mars 2018, p. 7.

⁸⁰ Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest, *Silence, on tourne! Stratégie et plan d'action des Territoires du Nord-Ouest (TNO) sur l'industrie du cinéma*, p. 21.

⁸¹ Creative Saskatchewan, *FY 2018/19 Guidelines, Effective April 1 2018*. Consulté sur www.creativesask.ca.

⁸² Creative Scotland, communiqué « Crowdfunding Creativity: Pilot scheme launches creative projects », 19 septembre 2018.

⁸³ British Film Institute, *Screen Business: How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK--Summary Report*, octobre 2018.

⁸⁴ Communiqué, « Screen Australia and Google Australia announce Skip Ahead Five », 8 octobre 2018.

ONTARIO CRÉATIF

- Le budget d'Ontario Créatif a subi deux réductions successives en 2016 et 2017 qui l'ont amputé de 8,5 millions de dollars. Afin d'atténuer l'impact direct des réductions sur l'industrie, l'organisme a limité les coûts opérationnels du mieux possible. Par conséquent, les activités de l'organisme sont rationalisées et efficaces, mais la souplesse lui permettant de tirer parti des possibilités émergentes en matière de création d'emploi et de croissance économique ou de répondre aux problèmes environnementaux critiques s'en est trouvée réduite.
- L'économie de la création de l'Ontario ne cessant de prendre de l'ampleur, la demande des programmes continue de dépasser les ressources, en dépit d'une certaine accalmie du nombre des demandes de crédit d'impôt :
 - Le nombre de demandes de crédit d'impôt reçues en 2017-2018 indique que les volumes de demandes se stabilisent après le pic engendré par les modifications des dispositions législatives et réglementaires (maintien temporaire et subventions transitoires, et introduction d'une date limite pour le crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques). Le nombre de demandes a diminué de 30 p. 100 par rapport à l'année précédente (1 272 contre 1 829) et le nombre total de produits présentés pour examen de 35 p. 100 (2 631 contre 3 687).
 - En 2017-2018, Ontario Créatif n'a pu répondre qu'à 66 p. 100 des demandes présentées aux programmes de financement sélectifs de l'organisme (672 sur 1 015) et n'accorder que 38 p. 100 du financement total demandé (environ 37 M\$ sur 96 M\$).
- Deux programmes de financement triennaux s'achèveront en 2019-2020 : le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario et l'initiative de promotion de la diversité.
- Les réserves de trésorerie non engagées d'Ontario Créatif se sont amoindries. Elles ont été utilisées pour contribuer à contrebalancer les réductions budgétaires et financer une série d'initiatives stratégiques limitées dans le temps (sectorielles et opérationnelles).
- Les efforts déployés par Ontario Créatif pour accroître la productivité en ce qui concerne l'examen et la certification des demandes de crédit d'impôt n'ont pas tenu le rythme de l'augmentation du volume et de la complexité de ces crédits durant la dernière décennie. Par conséquent, les demandes en attente de traitement s'accumulent considérablement, ce qui assujettit les sociétés auteures de demande à une pression financière importante et atténue la valeur de l'investissement provincial visant à couvrir les frais de financement provisoire. L'organisme a temporairement obtenu trois ETP afin de contribuer à réduire l'arriéré dans l'examen des demandes de crédit d'impôt. En raison de restrictions quant à l'embauche, ces postes n'ont pas été pourvus.

IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

INTRODUCTION

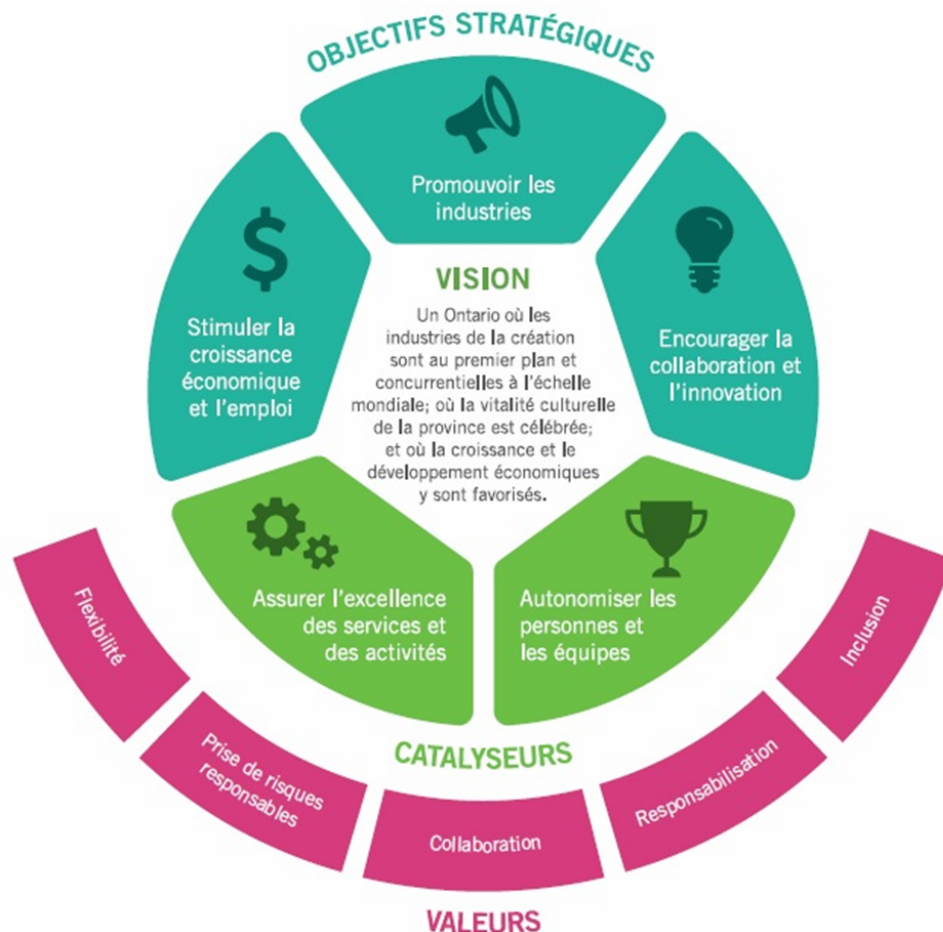
Le plan stratégique d'Ontario Créatif, *Diriger. Nouer des liens. Croître.*, vise à développer des industries de la création avant-gardistes et concurrentielles à l'échelle mondiale, de façon à en faire bénéficier tous les Ontariens et toutes les Ontariennes, par l'entremise d'emplois de qualité supérieure, de contenu culturel captivant et d'une activité économique considérable. Dans le cadre du processus d'élaboration du plan, nous avons beaucoup sollicité les parties prenantes et les spécialistes de l'industrie, les partenaires gouvernementaux et le conseil d'administration d'Ontario Créatif aux fins de consultation et de validation.

CADRE STRATÉGIQUE D'ONTARIO CRÉATIF

Cadre stratégique de la SODIMO

MISSION

Être un catalyseur du développement économique dans les industries de la création de l'Ontario, grâce à l'investissement, à la promotion et à la facilitation de l'innovation et de la collaboration, tant à l'échelle nationale qu'internationale.



MISSION ET VISION

Ontario Créatif désire que l'Ontario soit une instance faisant autorité à l'échelle mondiale et reconnue pour ses entreprises novatrices locales qui produisent du contenu exceptionnel, ainsi qu'une destination concurrentielle pour l'investissement et le développement.

VISION

Un Ontario où les industries de la création sont au premier plan et concurrentielles à l'échelle mondiale; où la vitalité culturelle de la province est célébrée; et où la croissance et le développement économiques y sont favorisés.

Le rôle d'Ontario Créatif est de collaborer avec les partenaires des secteurs privé et public pour favoriser le développement économique, notamment le PIB et l'emploi, au sein des industries

ontariennes de l'édition de livres et de revues, du cinéma, de la télévision, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques.

MISSION

Être un catalyseur du développement économique dans les industries de la création de l'Ontario, grâce à l'investissement, à la promotion et à la facilitation de l'innovation et de la collaboration, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

VALEURS

Ces cinq valeurs fondamentales englobent les attitudes et les comportements qu'Ontario Créatif promeut et encourage en son sein. Elles sont fondamentales dans le cadre des relations avec les intervenants et de la culture interne de l'organisme. L'équipe d'Ontario Créatif démontre son attachement à ces valeurs fondamentales par le biais de ses décisions, de ses activités quotidiennes, et de ses interactions aussi bien avec ses partenaires et intervenants qu'entre ses propres membres.

- **Flexibilité** : Être ouverts à de nouvelles idées et approches et nous adapter proactivement selon l'environnement
- **Prise de risques responsables** : Prendre des risques qui soutiennent notre vision à partir d'une information juste et tirer les leçons des investissements qui ne répondent pas aux attentes
- **Collaboration** : Travailler ensemble et avec nos partenaires pour atteindre les meilleurs résultats possible
- **Responsabilisation** : Remplir nos engagements, être ouverts et transparents quant à nos progrès et nous tenir responsables de nos actions
- **Inclusion** : Valoriser, célébrer et soutenir la diversité

OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET CATALYSEURS

À l'heure actuelle, Ontario Créatif offre une série de programmes et de services par l'entremise de programmes de financement, de crédits d'impôt et du développement de l'industrie. Ces programmes clés se sont avérés essentiels à la croissance des industries de la création en Ontario, et continueront d'être au centre de l'organisme dans le futur. Pourtant, il existe des lacunes que l'organisme peut tâcher de pallier grâce à ses objectifs stratégiques. En outre, alors qu'Ontario Créatif s'efforce d'atteindre ses objectifs stratégiques tout en assurant la gestion des précieux programmes et services actuellement proposés, l'organisme devra renforcer ses bases solides en se focalisant sur ses catalyseurs internes.

Objectif stratégique n° 1 : Stimuler la croissance économique et l'emploi

L'objectif d'Ontario Créatif est de stimuler le développement économique par l'entremise des industries de la création. Pour soutenir la croissance continue du secteur, Ontario Créatif doit disposer d'une série d'outils d'investissement efficaces qui aident les entreprises au potentiel élevé à se développer et à être concurrentielles au sein du marché mondial.

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- Investir dans les entreprises au potentiel élevé pour leur permettre de croître et d'être concurrentielles à l'échelle nationale et internationale
- Offrir des programmes et des services ciblés qui apportent une valeur ajoutée et qui ont un impact
- Saisir de nouvelles occasions et de nouveaux outils pour soutenir le développement de contenu dans tous les secteurs

Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :

1. Soutenir la modernisation des crédits d'impôt en Ontario
2. Mettre régulièrement à jour les paramètres des programmes pour s'assurer qu'ils sont modernes et souples, et optimiser l'impact du rôle de l'organisme dans la chaîne de valeur
3. Explorer de nouvelles sources de capital d'investissement et/ou de modèles de financement pour soutenir la croissance de l'industrie (p. ex., garantie de prêt, financement provisoire, capital providentiel/de risque)

Objectif stratégique n° 2 : Promouvoir les industries

Dans une industrie concurrentielle et de plus en plus mondialisée, la sensibilisation au potentiel élevé et aux réalisations des entreprises de la création en Ontario favorisera la croissance de nouveaux marchés, tant à l'échelle nationale qu'internationale. De plus, en faisant connaître l'Ontario comme territoire international de premier plan pour la production et le développement, il attirera des investissements financiers et créera des emplois fondés sur le savoir dans le secteur.

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- Augmenter la sensibilisation, encourager le développement et attirer l'investissement en lien avec les industries de la création en Ontario
- Susciter de l'enthousiasme quant aux réalisations des industries de la création en Ontario
- Soutenir la promotion des industries de la création en Ontario, à l'échelle nationale et internationale

Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :

1. Promouvoir l'Ontario en tant que lieu d'investissement étranger et de développement au sein des industries de la création
2. Amplifier l'exposition nationale et internationale, et exporter des possibilités pour les entreprises et le contenu en Ontario
3. Rafraîchir l'image de marque et les communications de l'organisme pour soutenir les activités de promotion

Objectif stratégique n° 3 : Encourager la collaboration et l'innovation

Les industries de la création sont en évolution constante. Pour que les entreprises soient concurrentielles dans cet environnement, elles doivent être au premier rang et concevoir des produits, des services et des modèles commerciaux novateurs. La collaboration et l'échange d'information aident à soutenir ce type d'innovation, en plus de le favoriser. Ontario Créatif, en tant que catalyseur du développement de l'industrie, peut contribuer à encourager les organismes sectoriels internes comme externes, et faire en sorte que des liens se nouent entre eux.

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- Bâtir et favoriser des relations de collaboration parmi les industries de la création pour encourager l'innovation
- Faciliter les relations entre les industries de la création et les secteurs privé et public, à l'échelle nationale et internationale
- Rechercher activement des occasions de générer et d'échanger des connaissances et des idées

Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :

1. Stimuler la collaboration intersectorielle novatrice au sein des industries de la création et avec les partenaires du secteur parapublic
2. Optimiser l'impact de ses programmes en incorporant la connaissance des affaires et en tirant parti des partenariats

3. Faciliter les occasions de partenariat commercial national et international pour les entreprises de l'Ontario

Catalyseur n° 1 : Assurer l'excellence des services et des activités

Ontario Créatif travaille continuellement à l'amélioration de l'organisation. L'organisme va miser sur le travail de base déjà accompli pour s'assurer que ses activités sont efficaces et qu'elles visent à soutenir une excellente expérience client, ainsi que l'utilisation efficace des ressources. Alors qu'Ontario Créatif concentre ses efforts sur ces éléments, l'organisme aura besoin de données solides, d'une surveillance et de rapports efficaces pour maintenir son engagement envers la responsabilisation et l'amélioration continue.

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- S'assurer que l'expérience client est respectueuse pour toutes les personnes qui interagissent avec l'organisme
- Se fonder sur des données probantes pour améliorer continuellement la qualité des programmes et des services
- Être responsable et transparent sur le plan financier dans ses activités, pour veiller à ce que les fonds publics soient investis efficacement

Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :

1. Continuer de simplifier les processus et procédures à l'interne
2. Examiner les priorités des programmes et la capacité de prestation au sein de l'organisme pour veiller à ce que l'accent soit mis sur les activités de grande valeur
3. Simplifier la production de rapports pour se concentrer sur une mesure de rendement et des résultats transparents

Catalyseur n° 2 : Autonomiser les personnes et les équipes

Ontario Créatif reconnaît que son personnel fait sa force. En effet, l'équipe de travail de l'organisme est composée d'expertes et d'experts dans leur domaine qui sont passionnés par les industries de la création et par la capacité de ces industries de contribuer à la vie économique de l'Ontario. Dans cette industrie en évolution rapide, l'organisme doit soutenir son personnel et sa culture pour être souple, alerte et réactif au changement. Nous renforcerons cette capacité pour veiller à ce que la culture organisationnelle et les systèmes de l'organisme soutiennent le personnel et lui permettent d'exceller et de respecter sa mission et sa vision.

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- S'assurer activement que sa culture reflète la diversité de l'Ontario et contribue à sa vision, sa mission et ses valeurs
- Être un employeur de choix pour recruter et retenir les meilleures personnes au sein d'un milieu de travail inclusif
- Soutenir les membres de son personnel pour qu'ils soient des chefs de file experts, grâce à un perfectionnement professionnel continu

Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :

1. Continuer à privilégier l'évolution de sa culture pour respecter ses valeurs
2. Attirer et retenir les meilleures personnes, et les soutenir pour qu'elles puissent exceller

V. TOUR D'HORIZON DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME

INTRODUCTION

Ontario Créatif s'efforce d'assurer la prestation efficace et efficiente de ses programmes et activités tout en établissant des partenariats avec les secteurs public et privé, dans le but d'exploiter les ressources et les services dans l'intérêt des secteurs qu'il sert. Ontario Créatif a à cœur d'analyser constamment ses projets et de procéder à leur amélioration continue. Son personnel a démontré sa capacité de proposer des initiatives constructives et axées sur les résultats à sa clientèle issue de tous les secteurs susmentionnés. Les programmes et services d'Ontario Créatif appuient une variété d'objectifs différents qui peuvent, pour la plupart, être classés dans les catégories suivantes : création de contenu, expansion commerciale, développement des marchés internationaux, développement de l'industrie au sens large, et commercialisation/promotion.

Ontario Créatif offre ses programmes et activités par l'entremise de quatre services :

1. **Le Groupe du développement de l'industrie** : assure le soutien des sociétés des médias de la création afin qu'elles puissent créer et commercialiser du contenu, entreprendre des activités stratégiques d'expansion commerciale, accéder à de nouveaux marchés et étendre leurs activités. Les trois unités formant le Groupe du développement de l'industrie (GDI) sont les Initiatives pour l'industrie (financement de l'investissement, soutien international et initiatives stratégiques), le Bureau ontarien de promotion de la musique (financement de l'investissement au sein de l'écosystème de la musique et initiatives stratégiques) et l'Unité des productions cinématographiques/Bureau du cinéma (services de marketing, de promotion et d'investissement de l'étranger). Collectivement, elles encouragent et favorisent la collaboration entre secteurs et au sein des secteurs, contribuant à la croissance économique des entreprises du secteur de la création de l'Ontario.
2. **Le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement** : co-administre six crédits d'impôt⁸⁵ remboursables avec l'Agence du revenu du Canada (ARC). Le groupe donne son avis au MTCS, et assure la compilation et le suivi de statistiques sur les crédits d'impôt qui orientent ensuite les conseils politiques formulés à l'intention du gouvernement quant à la situation des industries des médias de la création et à l'efficacité des crédits d'impôt.
3. **Le Groupe des activités opérationnelles et de la recherche** : fournit la planification stratégique et les soutiens opérationnels dont l'organisme a besoin pour atteindre ses objectifs, notamment dans les domaines de la planification stratégique et opérationnelle, de la veille stratégique et des statistiques, des services financiers, des technologies de l'information, de la production de rapports sur les résultats en termes de rendement, et des opérations administratives. Il appuie le ministère et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles, et suit l'évolution des politiques fédérales (par exemple, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Fonds des médias du Canada). Un soutien en matière de ressources humaines est apporté à l'organisme par le MSGSC par le biais de son service centralisé, RH Ontario.

⁸⁵ Le budget de l'Ontario 2015 a annoncé que le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore serait abandonné. Une société admissible peut présenter une demande de CIOES à l'égard d'enregistrements sonores admissibles ayant débuté avant le 23 avril 2015, mais peut uniquement appliquer le crédit d'impôt aux dépenses admissibles engagées avant le 1^{er} mai 2016.

4. **Le Bureau de la direction générale et des communications** : englobe le bureau de la présidente-directrice générale ou du président-directeur général, le conseil d'administration d'Ontario Créatif et le personnel du service des communications, à qui il incombe d'appuyer l'ensemble des activités de communication de l'organisme, conformément au plan de communication figurant à la section XIV.

PROGRAMMES ET ACTIVITÉS

Ontario Créatif offre des programmes et activités à l'appui de son mandat décrit dans la section précédente. Les programmes et services de l'organisme fournissent aux sociétés ontariennes les outils et le soutien nécessaires pour rester compétitives aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. Les programmes et services d'Ontario Créatif permettent aux industries de la création de l'Ontario de contribuer significativement à l'économie et à la vitalité culturelle de la province. En 2018-2019, favoriser la diversité au sein des sociétés et des contenus soutenus par Ontario Créatif était une priorité. À cette fin, un système de bonification a été intégré dans tous les programmes de subventions sélectifs pour encourager les projets qui incluaient des éléments de diversité et, en fin de compte, faire en sorte que les contenus et sociétés soient plus représentatifs de la population de l'Ontario, une approche qui relève en outre du bon sens économique.

Bien que les programmes et activités qui suivent soient rangés par service, il convient de souligner que chaque programme ou activité concourt à la réalisation de plusieurs des objectifs stratégiques de l'organisme et peut appuyer plusieurs activités.

GROUPE DU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Le Fonds pour la production cinématographique accorde un soutien aux projets ontariens de longs métrages qui sont prêts à être produits ou qui en sont aux étapes finales du développement.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Accroître les investissements réalisés et les emplois créés en Ontario par les sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario
- Aider à financer les sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario
- Accroître le nombre de longs métrages originaux de haute qualité produits en Ontario par les sociétés de production domiciliées en Ontario

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Comme lors des exercices précédents, chaque dollar investi par le biais du Fonds pour la production cinématographique devrait lever entre 22 et 25 dollars supplémentaires de dépenses de production et créer plus de 10 000 semaines de travail. Le soutien supplémentaire en faveur du marketing et de la distribution aidera encore davantage les longs métrages ontariens à trouver un public au pays et à l'étranger.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'emplois créés et/ou préservés
- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet

LE FONDS COMPORTE DEUX VOLETS :

- **Développement** – accorde un financement sous la forme d'un prêt sans intérêt à l'égard de l'étape finale du développement

- **Production – accorde un financement sous la forme d’une avance remboursable, c’est-à-dire d’un financement de dernier recours visant à boucler le financement d’un long métrage**

INITIATIVE DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE :

- Lancée en 2017-2018 dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique, l’initiative de promotion de la diversité offre 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers⁸⁶ à des films répondant à la définition provinciale de la diversité, laquelle inclut notamment : l’ascendance, la culture, l’origine ethnique, l’identité sexuelle, l’expression de l’identité sexuelle, la langue, les capacités physiques et intellectuelles, la race, la religion, le sexe, l’orientation sexuelle et le statut socioéconomique. Les partenaires et instances de coproduction non traditionnels sont également pris en considération. Le financement de l’initiative de promotion de la diversité s’achèvera en 2019-2020.

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d’offrir le Fonds pour la production cinématographique, y compris l’initiative de promotion de la diversité.
- Dans le cadre du cycle d’examen des programmes d’Ontario Créatif, une évaluation du Fonds pour la production cinématographique a été réalisée par un tiers en 2018-2019. Elle a conclu que le Fonds répondait toujours à ses objectifs de base et était à même de peser dans la décision de tourner en Ontario.
- Parmi les recommandations de l’évaluation qui seront mises en œuvre, figuraient notamment l’obtention des résultats les plus percutants possibles compte tenu de l’allocation budgétaire actuelle, en mettant l’accent sur des films à budget intermédiaire; et la réalisation de gains d’efficacité administrative en ajoutant une troisième date limite de présentation des demandes et en fournissant des lignes directrices plus claires.
- Afin de mieux faire connaître les films tout au long de leur cycle de lancement et d’attirer de plus larges publics, Ontario Créatif maintiendra une initiative visant à offrir un soutien ciblé aux stratégies de distribution et de marketing novatrices, mais pour une durée limitée.

SUCCÈS DU FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE : De nombreux projets financés au titre du Fonds pour la production cinématographique ont obtenu un succès à la fois critique et commercial, au Canada comme à l’étranger :

⁸⁶ En 2018-2019 et 2019-2020, 250 000 dollars de l’initiative de promotion de la diversité sont alloués au Programme de développement de l’industrie à l’égard d’initiatives dans les secteurs de l’édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision.

- Le chiffre record de neuf films financés par Ontario Créatif étaient à l'affiche du TIFF en 2018, à savoir *Anthropocene* (Anthropocène, Mercury Pictures), *Carmine Street Guitars* (Sphinx Productions), *Clara* (Serendipity Point Films), *Falls Around Her* (Baswewe Films et The Film Farm), *Giant Little Ones* (euclid431 Pictures), *The Grizzlies* (Conquering Lion Pictures), *Mouthpiece* (First Generation Films et Crucial Things), *Through Black Spruce* (Serendipity Point Films) et *Sharkwater Extinction* (Skarkwater Extinction : Le film, Sharkwater Pictures).
- La production canadienne de longs métrages a des retombées économiques considérables. Le film d'horreur *Pyewacket*, soutenu par le Fonds pour la production cinématographique, a comptabilisé des dépenses de production en Ontario d'environ 2,8 millions de dollars, ce qui a généré des sorties économiques totales de 5,4 millions de dollars ayant contribué pour 3,7 millions de dollars de PIB et créé 47 emplois à temps plein. Près de 60 entreprises situées à Sault Ste. Marie et d'autres collectivités du Nord de l'Ontario ont tiré profit de la production, laquelle a généré le montant estimé de 300 000 dollars de recettes fiscales provinciales⁸⁷.
- La sélection des prix Écrans canadiens 2018 comprenait 21 films et productions à contenu numérique soutenus par Ontario Créatif. La coproduction canado-irlandaise *Maudie* (Maud) a reçu sept prix, y compris celui du Meilleur film. Les productions ontariennes ont reçu de nombreux autres prix, notamment ceux de la Meilleure adaptation (*The Breadwinner* [Parvana : une enfance en Afghanistan]) et de la Meilleure production interactive (*The Space We Hold*).
- *The Breadwinner*, coproduction entre la firme torontoise Aircraft Pictures et ses partenaires irlandais et luxembourgeois, a été nommé aux Oscars et aux Golden Globes dans la catégorie Meilleur film d'animation et a remporté l'Annie Award du Meilleur film d'animation indépendant. Il est adapté du livre éponyme de Deborah Ellis, qui a fait l'objet d'un contrat d'adaptation dans le cadre de l'initiative De la page à l'écran d'Ontario Créatif.
- La série documentaire soutenue par Ontario Créatif, *Hip-Hop Evolution*, a décroché le prix Écrans canadiens 2017 de la Meilleure émission ou série biographique ou documentaire sur les arts, ainsi que celui du Meilleur montage image dans une émission ou série documentaire. La série s'est aussi vu décerner le Peabody Award, avant de remporter un International Emmy Award dans la catégorie Meilleure programmation artistique.

PYEWACKET :
CE LONG MÉTRAGE
CANADIEN SOUTENU PAR LE
FONDS POUR LA
PRODUCTION
CINÉMATOGRAPHIQUE A :
DÉPENSÉ 2,8 MILLIONS DE
DOLLARS
CRÉÉ 47 EMPLOIS ET
PROFITÉ À 60 ENTREPRISES

FONDS POUR LES PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

Le Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds pour les produits MIN) est conçu pour proposer une gamme de programmes et de ressources visant à offrir un appui financier, des conseils stratégiques et un soutien à la recherche aux entreprises culturelles de

⁸⁷ Canadian Media Producers Association, « Étude de cas – Retombées économiques de Pyewacket », Telefilm.Ca, 2018. <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/francais-cmpa-pyewacket-economic-impact-study-report-final.pdf>.

l'Ontario, ainsi qu'aux associations professionnelles et organisatrices de manifestations de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Appuyer la création et l'exploitation de contenu original par les sociétés ontariennes
- Donner aux productrices et producteurs de contenu multimédia interactif numérique la possibilité d'accéder à des marchés nouveaux et existants, de renforcer leur capacité et de développer leurs sociétés
- Accorder un soutien aux associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies en vue d'activités qui stimulent la croissance de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques de l'Ontario

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le biais du Fonds pour les produits MIN (Production) en 2019-2020 devrait générer plus de 12 000 semaines de travail et plus du double du montant investi par Ontario Créatif, comme lors des exercices précédents. Le soutien accordé grâce au Fonds pour les produits MIN fournira en outre aux entreprises le financement crucial nécessaire pour produire et commercialiser de nouveaux jeux vidéo et autres contenus multimédias numériques à destination des publics en Ontario et à l'étranger. Le programme facilitera la croissance des sociétés et des créatrices et créateurs émergents en les aidant à devenir des petites ou moyennes entreprises prêtes à produire et à exploiter leurs projets MIN.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'emplois créés et/ou préservés
- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet
- du nombre de relations/pistes d'affaires pour les participants et participantes

LE FONDS COMPORTE PLUSIEURS VOLETS :

- Définition du concept – accorde un soutien à l'égard des activités préliminaires qui aident les sociétés à tendre vers la production de projets à contenu immédiatement commercialisable
- Production – accorde un soutien à l'égard de la création d'un projet à contenu immédiatement commercialisable qui sera mis à la disposition des utilisatrices et utilisateurs finaux
- Aide à la promotion – accorde un soutien à l'égard d'activités de promotion qui accroîtront la visibilité et la viabilité financière de projets multimédias interactifs numériques financés par Ontario Créatif une fois qu'ils sont publiés et disponibles à la vente sur le marché
- Développement des marchés internationaux – accorde aux sociétés ontariennes un financement en vue de prendre part à des activités internationales qui favorisent la croissance de la société tout en produisant des résultats mesurables en matière d'expansion commerciale et de développement des marchés
- Développement de l'industrie – accorde un soutien à l'égard d'activités d'expansion commerciale et d'initiatives d'associations professionnelles

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour les produits MIN.
- Afin d'appuyer les sociétés émergentes du secteur des produits MIN, Ontario Créatif renouvellera le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN, une initiative visant à faire acquérir des compétences en affaires, en marketing et en présentation aux créatrices et créateurs de contenu multimédia numérique prometteurs ou en transition depuis le secteur de la production de contenu pour écran traditionnel. Tirant parti de l'expertise des organismes partenaires WIFT-T, Hand Eye

Society et Interactive Ontario, qui assurent la prestation du programme, les sociétés empruntent une voie express les menant tout droit à l'admissibilité au Fonds pour les produits MIN.

SUCCÈS DU FONDS POUR LES PRODUITS MIN : Les bénéficiaires du Fonds pour les produits MIN se sont distingués par leur créativité et leur sens de l'innovation sur diverses plateformes :

- La société Boat Rocker Media (anciennement connue sous le nom de Temple Street Productions) a connu une croissance constante au cours de la décennie écoulée depuis sa fondation, et se targue à présent de posséder un portfolio varié de séries dramatiques scénarisées comme *Orphan Black* (Sans origine : Orphan Black). Lorsqu'elle s'est diversifiée pour inclure une gamme complète de services créatifs, de services numériques, de services d'animation et de services de distribution, Boat Rocker a bénéficié du soutien du Fonds pour les produits MIN, notamment à l'égard du développement du populaire jeu *Orphan Black: The Game*. La majorité des effectifs de la société sont basés à Toronto. Dans l'ensemble, le soutien d'Ontario Créatif a contribué à atténuer les risques tandis que la société passait de 50 à 500 employés ces dernières années.
- Plusieurs projets soutenus par le Fonds pour les produits MIN ont remporté un prix Best in Play à la Game Developers Conference 2018, notamment *A Fold Apart* de Lightning Rod Game, *Furious Seas* de Future Immersive et *Light Fingers* de Numismatic, qui a également été sacré Premier choix du jury dans le cadre du prix Best of the MIX lors du premier rendez-vous MIX (Media Indie Exchange) à Seattle.
- Disponible sur Android et iOS et reprenant l'esprit des grands classiques des jeux de rôle de l'ère 16 bits, *Dash Quest Heroes*, de Tiny Titan Studios, a dépassé le chiffre de 1,6 million de téléchargements/joueurs en six mois et a fait partie de la sélection « Le Jeu du jour » d'Apple au Royaume-Uni et dans d'autres pays.
- Soutenu par le Fonds pour les produits MIN, *Graceful Explosion Machine*, de Vertex Pop, a été lancé en avril 2017 parmi les premiers titres indépendants proposés sur Nintendo Switch (où il s'est vendu à plus de 50 000 exemplaires). Le jeu est ensuite sorti sur les plateformes PlayStation 4 et Steam sous les louanges de la critique, et peut se targuer d'un métascore de 77 sur Metacritic. Morbeen Fikree, directeur général et concepteur/programmeur de Vertex Pop attribue le succès du jeu au soutien du Fonds pour les produits MIN, grâce auquel : « Vertex Pop a pu embaucher des professionnels au talent créatif incroyable, concevoir des jeux vidéo dotés d'une qualité de production et d'une jouabilité de calibre mondial, et développer une activité durable ».
- Le studio ontarien Sinking Ship Entertainment a décroché un prix Écrans canadiens 2018 dans la catégorie Meilleur projet multiplateforme (enfants et jeunes) avec *Odd Squad 1.5*. Pour la deuxième année consécutive, Digital Howard a remporté le prix du Meilleur projet multiplateforme (fiction) pour *Wynonna Earp Digital*.
- Le jeu d'aventure narratif *Severed*, du développeur torontois Drinkbox Studios, a remporté un Apple Design Award 2017. Les Apple Design Awards récompensent les meilleures applications destinées aux plateformes Apple en termes de conception, d'innovation et de technologie.

BOAT ROCKER MEDIA :
LE SOUTIEN DU FONDS
POUR LES PRODUITS MIN A
AIDÉ CETTE SOCIÉTÉ, QUI
PRODUIT LA SÉRIE
ENCENSÉE PAR LA CRITIQUE
ORPHAN BLACK, À SE
DÉVELOPPER, PASSANT DE
50 À 500 EMPLOYÉS

FONDS DU LIVRE

Le Fonds du livre offre un financement aux éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens, en vue d'accroître leur viabilité financière et leur croissance commerciale globale par le biais d'initiatives de marketing qui présentent les œuvres d'auteurs et auteurs canadiens au marché intérieur aussi bien qu'étranger. Les auteurs de demande peuvent également être admissibles au titre d'activités tirant parti de leur capacité numérique existante pour répondre au mieux à leurs objectifs individuels.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Donner aux éditeurs de livres des occasions de renforcer leur capacité, d'accroître leurs recettes et de développer leurs sociétés

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le biais du Fonds du livre devrait aider les sociétés d'édition à augmenter leur part de marché en lançant de nouvelles initiatives de marketing numérique, en créant des boutiques en ligne pour toucher les marchés mondiaux, et en tissant des liens avec les libraires grâce à des incitations et promotions clés. Ces projets aident les éditeurs ontariens à se mesurer à de grandes multinationales d'une part, et les publics à découvrir les livres et les auteures et auteurs ontariens d'autre part. Les bénéficiaires du Fonds du livre déclarent gagner en moyenne trois dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du rendement du capital investi (RCI), à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par Ontario Créatif

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds du livre.
- L'organisme maintiendra en outre, pour une durée limitée, le Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens (Fonds pour les TAO). L'initiative vise à accorder un soutien ciblé aux auteures et auteurs canadiens publiés par un éditeur indépendant en vue de faire la tournée des marchés et festivals pour promouvoir leurs ouvrages et accroître, en fin de compte, les ventes de livres.

SUCCÈS RÉCENTS DU FONDS DU LIVRE : Au cours des cinq derniers exercices, les bénéficiaires du Fonds du livre ont indiqué avoir gagné chaque année en moyenne trois dollars de recettes de ventes pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. Les livres publiés par des éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens ont joui d'un succès considérable, aussi bien critique que commercial :

- L'éditeur indépendant domicilié à Windsor Biblioasis attribue sa croissance à Ontario Créatif. Le soutien de l'organisme a donné à Biblioasis la souplesse nécessaire pour tester de nombreuses approches différentes afin d'exporter ses titres aux États-Unis. Cette stratégie a fait que les ventes à l'exportation constituent désormais 40 p. 100 des ventes de la société. Les acheteurs et acheteuses sont sensibles à la grande variété des titres de l'éditeur, qui incluent aussi bien des livres sur le fait d'être canadien ou canadienne que des ouvrages sur le sport ou l'histoire régionale.
- La qualité du secteur ontarien de l'édition jeunesse est reconnue dans le monde entier. L'illustrateur torontois Sydney Smith a été cité par le New York Times dans sa liste des Meilleurs livres illustrés pour enfants de 2017, pour le livre d'images *Town Is by the Sea*, écrit par Joanne Schwartz et publié chez Groundwood Books (également lauréat du Prix TD de littérature canadienne pour l'enfance et la jeunesse en langue anglaise). Kids Can Press

a été nommé Éditeur de l'année en Amérique du Nord à la Foire du livre de jeunesse de Bologne 2017 (Grounbook Books avait reçu ce titre en 2016).

- L'auteure torontoise Cherie Dimaline s'est vu décerner le Prix littéraire du Gouverneur général 2017 dans la catégorie Littérature jeunesse, ainsi que le Kirkus Prize américain, pour son roman *The Marrow Thieves* (Pilleurs de rêves), publié chez Cormorant Books.
- La liste des finalistes du Prix Banque Scotia Giller 2018 incluait Patrick deWitt pour *French Exit* (Sortie côté tour), publié par l'éditeur House of Anansi Press, soutenu par Ontario Créatif. Parmi les finalistes du Prix Banque Scotia Giller 2016, se trouvaient des ouvrages de plusieurs auteurs, auteures et éditeurs ontariens, notamment *The Best Kind of People* (Des gens irréprochables) de Zoe Whittall, publié par House of Anansi Press. Les droits d'adaptation du roman sous forme de long métrage ont récemment été acquis par la célèbre réalisatrice Sarah Polley.
- Parmi les finalistes du Rogers Writers' Trust Fiction Prize 2018, on retrouve des livres édités par des éditeurs indépendants ontariens, comme *Land Mammals and Sea Creatures*, de Jen Neale (ECW Press), et *Dear Evelyn*, de Kathy Page (Biblioasis). Ces maisons d'édition sont également derrière des livres finalistes des Prix littéraires du Gouverneur général 2018, tout comme le sont des titres édités par Coach House Books, Playwrights Canada Press, House of Anansi Press, Kids Can Press, Groundwood Books et Les Presses de l'Université d'Ottawa, toutes domiciliées en Ontario.
- Dundurn Press a récemment fêté ses 45 ans d'édition au Canada. Depuis la création de la société en 1972, son éditeur et propriétaire, Kirk Howard, est resté fidèle à sa passion et a publié plus de 3 000 œuvres canadiennes, des ouvrages de fiction primés pour adultes et jeunes adultes aux livres de commerce ou sur les affaires courantes, en passant par les romans policiers, les biographies et les livres d'histoire. Bien que Dundurn Press soit une société chargée d'histoire, son approche commerciale moderne bénéficie du soutien du Fonds du livre, qui lui a permis de compter parmi les premiers éditeurs à profiter des possibilités numériques, qu'il s'agisse du format de publication, de la distribution, ou encore de la commercialisation.

BIBLIOASIS :
LE SOUTIEN DU FONDS DU
LIVRE A PERMIS À CETTE
SOCIÉTÉ DOMICILIÉE À
WINDSOR D'ACCROÎTRE SES
VENTES À L'EXPORTATION,
QUI CONSTITUENT
DÉSORMAIS 40 P. 100 DE SES
RECETTES

FONDS DES LIVRES CANADIENS POUR LES ÉCOLES EN ONTARIO

Le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario aide les éditeurs domiciliés en Ontario ayant des programmes de publication au Canada, qui incluent des ouvrages littéraires convenant à une utilisation dans les salles de classe de la maternelle à la 12^e année, à créer de solides ressources pédagogiques liées à des œuvres confirmées de littérature canadienne, et/ou soutient des activités de marketing menées en partenariat qui feront en sorte que les professionnels et professionnelles de l'éducation aient connaissance des titres canadiens convenant à une utilisation dans leurs salles de classe.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- faciliter et favoriser la création de ressources complémentaires d'œuvres de littérature canadienne ayant un succès critique ou commercial manifeste, afin de favoriser l'apprentissage et l'enseignement dans tout le curriculum

- donner aux éditeurs de livres des occasions d'accroître leurs recettes et de développer leurs sociétés
- mettre plus largement les œuvres littéraires canadiennes à la disposition des élèves des écoles en Ontario

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du rendement du capital investi (RCI), à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par Ontario Créatif

LE FONDS COMPORTE DEUX VOLETS :

- **Ressources complémentaires pour favoriser l'apprentissage et l'enseignement dans tout le curriculum (éditeur individuel)** – soutien en faveur de la création de ressources complémentaires d'œuvres de littérature canadienne ayant fait leurs preuves (succès critique ou commercial manifeste), afin de favoriser l'apprentissage et l'enseignement dans tout le curriculum
- **Projets de marketing (groupe ou partenariat)** – soutien en faveur d'activités qui sensibilisent les professionnels et professionnelles de l'éducation à l'existence de guides de ressources pédagogiques, et promeuvent les possibilités éducatives d'utiliser la littérature canadienne en salle de classe

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario. Cependant, ce sera le dernier cycle du programme. Le financement de ce programme (250 000 \$ par année pendant trois ans) a été octroyé par le MTCS.

SUCCÈS DU FONDS DES LIVRES CANADIENS POUR LES ÉCOLES EN ONTARIO :

- Par l'intermédiaire d'un projet de marketing mené en 2017-2018, l'Ontario Book Publishers Organization a créé le site Web « 49th Teachers », un site satellite du populaire site Web de promotion de livres canadiens, 49th Shelf. Il a assuré la promotion de plus de 750 ressources d'enseignement auprès de 6 000 éducateurs et éducatrices.
- Pajama Press a demandé à des spécialistes de classer 45 titres par année d'études et niveau de lecture, dotant les enseignants et enseignantes, les parents et les élèves d'une précieuse indication pour choisir des livres à destination des salles de classe et des bibliothèques. La communication de ces renseignements sur le niveau avec les principaux grossistes du marché scolaire s'est soldée par une hausse des ventes de plus de 50 p. 100.

FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES

Le Fonds d'aide aux éditeurs de revues offre un soutien aux éditeurs de revues de l'Ontario qui proposent des projets d'expansion commerciale dotés d'objectifs clairs et de résultats mesurables, notamment des projets axés sur la diffusion, la vente dans les kiosques à journaux et la vente d'espace publicitaire, le changement d'image, l'examen et la mise en œuvre de nouvelles stratégies en matière de contenu, le lancement de nouvelles revues et les activités de renforcement numérique des entreprises.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- donner aux éditeurs de revues des occasions de renforcer leur capacité et de développer leurs sociétés par l'accroissement de leur compétitivité et de leurs ventes
- appuyer la création de contenu par les sociétés ontariennes

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le biais du Fonds d'aide aux éditeurs de revues continuera d'aider les sociétés du secteur des revues multimédias ontariennes à élargir leurs débouchés et à atténuer les risques que présentent l'exploration de nouvelles stratégies en matière de contenu et la diversification des revenus, tout en maintenant les secteurs d'activité traditionnels. Comme en 2017-2018, les ventes déclarées par les bénéficiaires du Fonds devraient correspondre au double de l'investissement d'Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet
- du rendement du capital investi (RCI), à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par Ontario Créatif

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds d'aide aux éditeurs de revues.
- Pour une durée limitée, le programme continuera de donner la possibilité aux auteurs de demande d'y recourir pour mener des activités à l'étranger.

SUCCÈS DU FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES : Les revues multimédias ontariennes sont fréquemment saluées pour l'excellence de leur contenu, de leur conception et de leur production :

- Plusieurs revues ontariennes ont été distinguées lors de la 41^e édition des Prix du magazine canadien, qui se sont tenus à Toronto en juin 2018. Lauréat pour la première fois, *The Site Magazine* a remporté le convoité Grand prix du magazine de l'année ainsi que celui du Meilleur magazine : art et littérature. *FASHION Magazine*, de St. Joseph Media, a décroché le prix du Meilleur magazine : mode et beauté. La rédaction d'articles de fond s'est révélée être un gros point fort, *Canadian Geographic* ayant remporté une médaille d'or dans la catégorie Meilleur article de fond – long format, tandis que *Maclean's* a décroché deux médailles d'or dans les catégories Meilleur article de fond et Meilleur article court.
- Pour la deuxième année consécutive, *Precedent* a remporté le prix du Magazine professionnel de l'année aux Editors' Choice Awards 2018 de la Canadian Society of Magazine Editors (CSME). *Canadian Living* a reçu le prix du Magazine à grand tirage de l'année. Le prix de la Meilleure édition pour tablettes a été remis à *Style at Home*.
- La revue *Légion*, de Kanata, en Ontario, a remporté le prix de l'Éditeur indépendant de l'année lors des Canadian Online Awards 2017.
- Le soutien d'Ontario Créatif permet à Outpost Travel Media de se consacrer à la recherche et à l'édition de contenus de qualité mettant l'accent sur des récits inédits et authentiques dans le secteur du voyage d'aventures, narrés avec une perspective canadienne. Même si le succès de la revue papier, éditée à six numéros par an, ne se dément pas, le soutien d'Ontario Créatif a permis à la société de tirer parti de ces nouvelles technologies et approches créatives en matière de contenu, et de développer ses activités en monétisant ce contenu au travers de différentes plateformes.
- Soutenue par le Fonds d'aide aux éditeurs de revues, Annex Business Media est une entreprise en pleine expansion. En qualité de plus gros poisson dans le secteur

OUTPOST TRAVEL :
LE SOUTIEN DU FONDS
D'AIDE AUX ÉDITEURS DE
REVUES A PERMIS À CETTE
SOCIÉTÉ D'ACCROÎTRE SON
PUBLIC EN ÉLARGISSANT SA
REVUE PAPIER À DE
NOUVEAUX CANAUX
NUMÉRIQUES

interentreprises du Canada, englobant plus de 60 marques, la société a récemment annoncé qu'elle allait faire l'acquisition d'éléments d'actif appartenant à Capamara Communications, société domiciliée en Colombie-Britannique, et à Swan Erickson Publishing⁸⁸.

FONDS POUR L'EXPORTATION ET PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER

Le Fonds pour l'exportation accorde un soutien aux éditeurs de livres et aux producteurs et productrices de contenu cinématographique et télévisuel de l'Ontario, dans le but d'appuyer un éventail d'activités menées sur une année, notamment la fréquentation de marchés et les voyages commerciaux ciblés. Les activités d'exportation des secteurs de la musique et des produits multimédias interactifs numériques font également l'objet d'un soutien par l'intermédiaire du Fonds ontarien de promotion de la musique et du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques.

En outre, Ontario Créatif mène un programme stratégique de développement des activités à l'étranger sous la forme de missions sectorielles, de soutien pour tenir des pavillons ou stands sur les marchés internationaux et d'occasions ciblées de réseautage interentreprises.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- soutenir les sociétés ontariennes en vue de favoriser l'accès au marché mondial, d'accroître la proportion des ventes à l'international et d'attirer des investissements en faveur de nouveaux projets
- accorder aux sociétés ontariennes un soutien à l'égard de l'exploitation commerciale des produits culturels

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le biais du Fonds pour l'exportation aidera les entrepreneurs et entrepreneuses de l'industrie culturelle ontarienne à nouer des relations essentielles pour favoriser l'augmentation de leurs recettes grâce aux ventes à l'international. Comme en 2016-2017, les bénéficiaires de financement devraient déclarer engranger des ventes à l'international de plus de 300 millions de dollars (175 \$ pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)⁸⁹.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du rendement du capital investi (RCI), à savoir la valeur des recettes générées par un projet pour chaque dollar investi par Ontario Créatif
- du nombre de marchés étrangers fréquentés par les participants et participantes au programme
- du nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour l'exportation et le programme de développement des activités à l'étranger.

SUCCÈS EN MATIÈRE D'EXPORTATION : Le Fonds pour l'exportation donne un avantage considérable aux sociétés ontariennes :

⁸⁸ « Annex Business Media company acquires assets from Capamara Communications », *Masthead Online*, 7 juin 2017; « Annex Business Media acquires assets from Swan Erickson », *Masthead Online*, 1^{er} août 2017.

⁸⁹ L'exercice le plus récent pour lequel des résultats sont disponibles.

- En 2017-2018, le Fonds d'Ontario Créatif pour l'exportation a permis à 136 sociétés des secteurs de l'édition de livres, du cinéma et de la télévision de fréquenter 249 marchés internationaux. Le programme de développement des activités à l'étranger a orchestré une présence stratégique sur 17 marchés, dont le Festival de Cannes, la Berlinale, Kidscreen, la Game Developers Conference, la Foire du livre de Londres et la Foire du livre de Francfort.
- En 2016-2017, la notoriété d'Owlkids Books aux États-Unis a franchi un nouveau palier grâce à la présence de l'éditeur à la conférence annuelle de l'American Library Association, avec à la clé un titre sélectionné dans le cadre du Kirkus Prize, doté de 50 000 dollars, et un profil substantiel au sein de publications clés visant les libraires, telles que le *School Library Journal* et *Booklist*. La couverture du livre *Earthrise* a figuré en première du catalogue d'Ingram Wholesale, qui contenait un entretien avec l'auteur. La marque et les livres d'Owlkids ont bénéficié d'une exposition auprès de dizaines de milliers de libraires, ce qui s'est soldé par plus d'un million de dollars de ventes confirmées grâce au Fonds pour l'exportation.
- Le soutien du Fonds pour l'exportation a permis à Scythia Films de faire des incursions sur les marchés mondiaux, ce qui fait que la société a rapporté plus de 25 millions de dollars de production étrangère au Canada. De plus, Scythia Films a fait de la coproduction avec les États-Unis, l'Allemagne, le Danemark et l'Irlande, fruit de l'attention que prête la société à l'établissement de liens internationaux et à l'expansion du marché ciblé par le contenu qu'elle produit.
- En 2016-2017, grâce au soutien accordé pour fréquenter des marchés comme Berlin et Cannes, Conquering Lion Pictures a pu confirmer un accord de coproduction canado-cubaine officielle avec Pictou Twist Pictures et le gouvernement cubain à l'égard du long métrage *The Cuban Five*. La valeur des services de production, de l'équipement et des installations que le gouvernement cubain s'est engagé à acquérir s'élève à environ 2,8 millions de dollars.
- Non seulement Paul Scherzer a été choisi par Téléfilm Canada pour figurer parmi les dix producteurs et productrices retenus pour le « Canadian Producers Spotlight » organisé à l'occasion de la Berlinale 2018, avec le Canada comme pays à l'honneur, mais la coproduction israélo-canado-brésilo-allemande de Six Island, *Jerusalem The Quarters*, a fait partie de la sélection officielle du Co-Pro Market de la Berlinale. Six Island a ainsi pu signer un accord avec un partenaire de coproduction allemand, Una Films, et a rencontré certaines des sociétés de ventes à l'international les plus prestigieuses, comme WestEnd Films, The Match Factory, Wild Bunch/Senator et Les Films du Losange.
- En 2015-2016, l'éditeur ontarien House of Anansi a reçu un financement du Fonds d'Ontario Créatif pour l'exportation afin de participer à la Foire du livre de Londres 2016. La directrice de la rédaction, Janie Yoon, y a pris part et a fait l'acquisition des droits de *The Accusation* (La dénonciation), de Bandi, au Canada, dont le manuscrit est sorti clandestinement de Corée du Nord et a depuis été traduit en 18 langues dans 20 pays. Le recueil de nouvelles a été traduit en anglais par la lauréate du prix international Man Booker, Deborah Smith (qui a remporté le prix en 2016 avec Han Kang pour la traduction

SCYTHIA FILMS :
 LE FONDS POUR
 L'EXPORTATION A AIDÉ
 CETTE SOCIÉTÉ DE
 PRODUCTION DE FILMS À
 TISSER DE PRÉCIEUX LIENS À
 L'INTERNATIONAL QUI LUI
 ONT PERMIS D'ATTIRER
 POUR PLUS DE
**25 MILLIONS DE DOLLARS DE
 SERVICES AU CANADA**

The Vegetarian [La végétarienne]), et devrait être un succès pour la société du fait de l'actualité du sujet et de sa passionnante trame de fond⁹⁰.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Ontario Créatif offre un soutien financier et stratégique ciblé aux associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies de l'Ontario, en vue de proposer des initiatives, manifestations et activités ayant des répercussions à long terme sur la croissance et la viabilité des secteurs de l'édition de livres et de revues, du cinéma, de la télévision et des produits multimédias interactifs numériques. Des activités de développement de l'industrie sont proposées dans les secteurs des produits MIN et de la musique par l'intermédiaire du Fonds pour les produits MIN et du FOPM – Développement de l'industrie de la musique, respectivement.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- offrir des occasions d'expansion commerciale qui développent les compétences, la capacité commerciale, la part de marché, les ventes et l'innovation des entrepreneuses et entrepreneurs ontariens des industries de la création

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

L'année prochaine, environ 60 initiatives soutenues et/ou menées par Ontario Créatif contribueront à créer plus de 14 000 pistes d'affaires pour les entrepreneuses et entrepreneurs ontariens de l'industrie de la création. Ces pistes aideront à créer de nouveaux partenariats qui engendreront de nouveaux projets et une hausse des recettes pour les sociétés. Le programme permettra aussi aux participants et participantes de bénéficier de possibilités en matière de développement des compétences, de transfert des connaissances et de conseil qui seront précieuses pour les entreprises compétitives en plein essor.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'initiatives soutenues
- du nombre de relations/pistes d'affaires pour les participants et participantes

LE PROGRAMME COMPORTE DEUX VOILETS :

- Développement des activités – soutien d'organismes à l'égard d'activités sectorielles interentreprises et d'activités de développement du public entre entreprises, consommateurs et consommatrices qui offrent de nouvelles possibilités en matière de pistes commerciales, de ventes et d'établissement de relations
- Renforcement des capacités – soutien d'activités stratégiques qui répondent à des défis et des possibilités, ou de changements environnementaux qui contribuent à renforcer la capacité de l'organisme auteur de la demande ou de son groupe de parties prenantes

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Programme de développement de l'industrie.
- En 2017-2018, des modifications d'ordre administratif ont été apportées en vue de rationaliser le programme, comme l'avait suggéré une évaluation du programme par un tiers.

SUCCÈS DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE :

⁹⁰ Sue Carter, « *Anansi publishes collection of smuggled stories from inside North Korea* », Quill & Quire, 23 mars 2017.

- Voici une liste non exhaustive des initiatives propices à l'expansion commerciale soutenues par le Programme de développement de l'industrie en 2017-2018 : Toronto Game Jam, conférence iVentures d'Interactive Ontario, mini rencontres à l'ImagineNATIVE Film Festival, Tribune de l'industrie à Cinéfest Sudbury, conférence MagNet de Magazines Canada, Industry Centre du TIFF, Open Book et programme des visiteurs internationaux du Festival international des auteurs de Toronto.
- Ontario Créatif a soutenu 54 initiatives, créant plus de 22 000 nouvelles pistes d'affaires pour les entrepreneuses et entrepreneurs de l'industrie des médias de la création⁹¹. Ces pistes mèneront à de futures possibilités de partenariat et de collaboration qui contribueront au développement de produits et à la croissance de sociétés.

**ONTARIO CRÉATIF A SOUTENU
54 INITIATIVES, CRÉANT PLUS
DE 22 000 NOUVELLES PISTES
D'AFFAIRES POUR LES
ENTREPRENEUSES ET
ENTREPRENEURS DE
L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE
LA CRÉATION
EN 2017-2018**

FONDS ONTARIEN DE PROMOTION DE LA MUSIQUE

Le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) vise à renforcer et à stimuler la croissance des sociétés de l'ensemble de l'écosystème musical. Le Fonds est conçu pour dynamiser l'investissement et créer des emplois dans les sociétés et organismes du secteur de la musique de l'Ontario en accroissant leur présence économique et culturelle au Canada et dans le monde.

Le FOPM vise à combler les besoins d'investissement durant les phases clés du cycle de développement des sociétés et de l'industrie. Il offre un soutien aux sociétés du secteur de la musique (maisons de disque, éditeurs de musique, gérants de musiciens, gérants d'artistes, promoteurs de musique, présentateurs de musique et impresarios) ainsi qu'aux organismes de ce secteur.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- fournir aux sociétés du secteur de la musique domiciliées en Ontario un financement pour soutenir des activités commerciales nouvelles ou élargies, notamment des activités d'expansion commerciale et de développement des marchés
- renforcer et développer les structures et systèmes de soutien qui contribuent à la croissance économique et culturelle de l'industrie de la musique
- promouvoir l'entrepreneuriat et soutenir le développement des sociétés diversifiées et émergentes de l'industrie de la musique de l'Ontario, en particulier les artistes-entrepreneurs/entrepreneuses qui démontrent un potentiel de croissance à condition de bénéficier d'un encadrement, de possibilités de perfectionnement de leurs compétences et des fonds nécessaires à l'expansion de leur capacité en lien avec l'enregistrement, les tournées et l'activité A et R (artiste et répertoire)
- accroître le nombre et améliorer la qualité des expériences de musique en direct offertes aux personnes visitant l'Ontario et y résidant lors d'événements, de festivals et de concerts mettant en vedette des artistes canadiens

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le biais du Fonds ontarien de promotion de la musique devrait augmenter les ventes pour faire progresser le chiffre de 7,4 millions d'enregistrements musicaux ontariens déjà vendus grâce au Fonds. En outre, le programme accordera un soutien pour créer et/ou préserver

⁹¹ Ontario Créatif, *Résultats annuels*, 2017-2018.

des ETP supplémentaires, augmenter les recettes brutes des sociétés et les aider à obtenir des fonds additionnels auprès du secteur privé, tout en accroissant le nombre de places disponibles et la fréquentation lors de concerts avec des artistes ontariens à l'affiche.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'emplois créés et/ou préservés
- de la croissance des sociétés (revenu/bénéfice net)
- des placements privés et des capitaux obtenus
- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet
- du nombre de relations/pistes d'affaires pour les participants et participantes (Développement de l'industrie de la musique)

LE FOPM COMPORTE QUATRE VOLETS :

- **Développement des entreprises du secteur de la musique** – fournit aux sociétés du secteur de la musique domiciliées en Ontario un financement pour soutenir une variété d'activités, notamment : enregistrement, marketing, production vidéo, initiatives stratégiques d'expansion commerciale et de développement des marchés
- **Développement de l'industrie de la musique** – contribue à la croissance économique et culturelle de l'industrie de la musique en Ontario, en appuyant des organisations lancées dans des initiatives stratégiques ayant des répercussions à long terme sur la croissance et la viabilité
- **Développement des talents** – promeut l'entrepreneuriat et soutient le développement de l'industrie de la musique émergente de l'Ontario, ce qui consiste notamment à offrir aux petites sociétés ayant un fort potentiel un financement aux fins de mentorat en affaires, de développement des compétences et de renforcement de leur capacité en lien avec l'enregistrement, le marketing, les tournées et l'activité A et R
- **Promotion des concerts** – favorise l'accroissement du nombre et de la qualité des expériences de musique en direct offertes aux personnes visitant l'Ontario et y résidant lors d'événements, de festivals et de concerts mettant en vedette des artistes canadiens

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds ontarien de promotion de la musique.

SUCCÈS DU FONDS ONTARIEN DE PROMOTION DE LA MUSIQUE :

L'industrie musicale de l'Ontario continue d'occuper la pole position au Canada et d'être considérée comme un phénomène dans le monde entier. Désormais dans son sixième cycle, le Fonds ontarien de promotion de la musique continue d'appuyer ce secteur en plein essor.

- Alessia Cara a décroché le prix de la Meilleure nouvelle artiste aux 60^{es} Grammy Awards. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique, The Weeknd était le septième artiste le plus vendu en 2017. Shawn Mendes est devenu le premier artiste à avoir classé trois chansons à la première place du Billboard dans la catégorie Musique contemporaine pour adultes avant ses 20 ans. Le Fonds ontarien de promotion de la musique d'Ontario Créatif a joué un rôle modeste mais essentiel pour lancer ces artistes sur leurs fabuleuses trajectoires ascendantes.

- Aux prix Juno 2018, l'Ontarienne Jessie Reyez a remporté le prix de la Révélation de l'année tandis que Daniel Caesar a décroché celui de l'Album R&B/soul de l'année.
- Artiste soutenu par le FOPM, Jeremy Dutcher a reçu le prestigieux Prix de musique Polaris 2018. Cinq autres artistes ontariens figuraient sur la courte liste du Prix : Always, Daniel Caesar, Partner, US Girls et Weaves.
- En l'espace de quatre exercices, le Fonds ontarien de promotion de la musique a contribué à vendre plus de 7,4 millions d'exemplaires d'enregistrements musicaux, à générer 21 millions de dollars de chiffre d'affaires par les missions d'exportation et les réunions interentreprises, et à recenser plus de sept millions de personnes ayant assisté à 6 000 concerts d'artistes ontariens.
- Last Gang Records a récemment fêté ses deux millions d'albums vendus, passant de l'opération d'un seul homme et d'un seul groupe à une maison de disques employant douze personnes à plein temps et huit agentes et agents contractuels à Toronto, London et Los Angeles. Son fondateur, Chris Taylor, attribue à Ontario Créatif le mérite d'avoir aidé la société à surmonter son principal écueil au commencement, à savoir l'accès aux capitaux permanents, au savoir-faire et aux ressources humaines⁹².

LAST GANG RECORDS :
 CETTE MAISON DE
 DISQUES A VENDU PLUS
 DE DEUX MILLIONS
 D'ALBUMS ET S'EST
 DÉVELOPPÉE JUSQU'À
 EMPLOYER 12 PERSONNES
 À PLEIN TEMPS GRÂCE AU
 SOUTIEN D'ONTARIO

⁹² Succès d'Ontario Créatif : Last Gang Records.

UNITÉ DES PRODUCTIONS CINÉMATOGRAPHIQUES

L'Unité des productions cinématographiques agit en qualité de Bureau du cinéma de l'Ontario et propose un ensemble de services aux sociétés cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères, en vue d'attirer en Ontario les investissements liés à la production, à la postproduction, à l'animation et aux effets visuels. L'Unité des productions cinématographiques est un point de contact clé en Ontario pour la plupart des projets cinématographiques et télévisuels. Ses services comprennent notamment l'ultramoderne Photothèque des extérieurs, une aide au repérage gratuite pour toutes les productions envisageant de choisir l'Ontario comme lieu de tournage, des visites de familiarisation, et la prestation de services de facilitation et de dépannage à l'égard des productions réalisées dans la province par l'intermédiaire des Services de liaison pour les productions cinématographiques. L'unité est en outre le principal organisme de promotion vantant les avantages de l'Ontario auprès de l'industrie cinématographique mondiale, en menant des initiatives interentreprises stratégiques et des campagnes publicitaires internationales. Enfin, elle recueille des statistiques sur l'activité de production.

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

La demande mondiale en contenu cinématographique et télévisuel suggère que 2019-2020 et les exercices ultérieurs seront des exercices fastes en termes de production. Du fait d'une capacité limitée, les studios de l'Ontario affichent complet, laissant peu de marge à une nouvelle croissance, compte tenu de la disponibilité actuelle⁹³. Par conséquent, l'organisme prévoit que les volumes de production resteront similaires à ceux de l'exercice en cours, à un niveau de dépenses approximatif de 1,3 à 1,6 milliard de dollars. En 2017, la production cinématographique et télévisuelle soutenue par la province a contribué pour 1,6 milliard de dollars à l'économie et représenté environ 32 800 emplois directs et indirects à temps plein⁹⁴. Le poste de conseiller ou conseillère en marketing au Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) était vacant depuis plusieurs mois, ce qui était susceptible d'avoir un impact négatif sur le nombre de pistes de production généré par le Bureau. Le recrutement d'un nouveau conseiller ou d'une nouvelle conseillère est en cours et le poste devrait être pourvu sous peu.

Les résultats de l'Unité des productions cinématographiques sont évalués en fonction :

- du nombre et de la valeur des productions cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères tournées en Ontario
- du nombre de productions ontariennes et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif
- du nombre de pistes générées par le bureau de Los Angeles
- de la proportion et de la valeur des projets soutenus par le bureau de Los Angeles tournés en Ontario

SUCCÈS DE L'UNITÉ DES PRODUCTIONS CINÉMATOGRAPHIQUES :

- Entre janvier 2017 et octobre 2018, 366 projets ontariens et étrangers ont reçu une aide sous forme de services de repérage et de conseil à la production de la part de l'Unité des productions cinématographiques, laquelle est parvenue à convaincre des projets majeurs tels qu'*American Gods* (Dieux américains), *Star Trek: Discovery*, *IT* (Ça), *IT: Chapter 2* (Ça : Chapitre 2), *Molly's Game* (Le jeu de Molly), *The Romanoffs*, *The Handmaid's Tale*, *Umbrella Academy* et *Greenland* de tourner en Ontario.
- En partenariat avec la Ville de Toronto, Ontario Créatif tient un bureau de promotion à temps plein à Los Angeles, lequel mène des actions sur le terrain afin d'attirer les

⁹³ Bien que plusieurs nouveaux studios aient été annoncés, il faudra quelques années pour qu'ils soient construits et pleinement opérationnels.

⁹⁴ Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2017*.

productrices et producteurs en Ontario et de soutenir les créateurs et créatrices 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 2017-2018, 41 productions évaluées à 953 millions de dollars ont fini par tourner en Ontario après avoir bénéficié du soutien de ce bureau. Ce chiffre concerne les productions cinématographiques et télévisuelles qui constituaient des « pistes » générées à l'origine par le bureau de Los Angeles. Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau⁹⁵.

- La collection d'images de la Photothèque numérique des extérieurs primée d'Ontario Créatif ne cesse de croître. À la fin de l'exercice 2017-2018, elle comptait quelque 10 000 portefeuilles renfermant plus de 257 000 images. Les utilisateurs et utilisatrices sont des équipes de production locales indépendantes, des productrices et producteurs nationaux et internationaux, et le personnel d'Ontario Créatif, qui se servent de la base de données pour créer des ensembles d'images numériques utilisés à la fois pour promouvoir la province et convaincre les productions de tourner en Ontario.
- Entièrement refait pour offrir une fonctionnalité accrue, le site Web du Bureau du cinéma a été lancé en novembre et héberge la Photothèque des extérieurs de l'Ontario et l'Ontario Production Guide. Le site contient également des renseignements clés sur les services proposés par le Bureau du cinéma ainsi que sur les secteurs de la production et de la postproduction, les incitatifs financiers concurrentiels, les talents créatifs et les infrastructures de l'Ontario, sans oublier des nouvelles et des galeries de photos des productions tournant dans la province.
- L'Unité des productions cinématographiques organise régulièrement des visites promotionnelles de familiarisation ciblant les dirigeants et dirigeantes du secteur international de la production cinématographique et télévisuelle, dans le but de promouvoir les avantages que présente l'Ontario en matière de production et de postproduction, et de favoriser au final les investissements dans la province. La visite de familiarisation 2018 a mis l'accent sur le secteur de la production physique. L'Unité des productions cinématographiques a accueilli 10 dirigeants et dirigeantes du secteur de la production pour prendre part à trois journées de programmes interentreprises. Les convives ont rencontré 163 représentants et représentantes d'entreprises ontariennes, consolidant 1 630 relations d'affaires. La visite a généré des pistes d'investissement de la part d'au moins trois studios majeurs.
- L'Unité des productions cinématographiques travaille en étroite collaboration avec les partenaires municipaux, provincial et fédéral à créer une expérience de production fluide en Ontario, et ce, dans toutes les régions. Afin d'appuyer ces efforts, elle propose chaque semestre un forum cinématographique régional pour discuter des tendances en matière de production et des meilleures pratiques concernant l'élaboration et l'application de politiques et de procédures de délivrance de permis relatives au cinéma. Plus de 40 représentantes et représentants régionaux y ont pris part en 2017.
- Le chef des productions cinématographiques a participé à l'American Film Market, où le Bureau du cinéma a organisé des réunions entre décisionnaires clés de la production et du financement et productrices et producteurs ontariens en quête de possibilités de financement et de coentreprise. Plus de 100 pistes d'affaires ont été créées.

⁹⁵ Ontario Créatif, *Résultats annuels*, 2017-2018.

Les productions cinématographiques et télévisuelles réalisées en Ontario remportent un succès critique et commercial considérable et ont des retombées économiques significatives dans la province :

- La série dramatique de Hulu, *The Handmaid's Tale*, adaptée du roman de l'écrivaine torontoise Margaret Atwood, est tournée dans différentes villes de la province et a récolté des éloges généralisés. En deux saisons, elle a reçu 10 Primetime Emmy Awards, y compris dans la catégorie Meilleure série télévisée dramatique.
- Le long métrage *The Shape of Water* (La Forme de l'eau) a reçu plus de 100 récompenses dans le monde, et notamment quatre oscars, dont le trophée du Meilleur film et celui des Meilleurs décors, fruit du travail d'une direction artistique canadienne. Le réalisateur d'origine mexicaine du film, Guillermo del Toro, a tourné ses trois derniers films en Ontario et travaillé presque exclusivement avec des équipes locales. *The Shape of Water* a employé plus de 1 500 personnes résidant en Ontario pendant les phases de préparation, de tournage et de postproduction.
- La série télévisée de FX, *The Strain*, a dépensé près de 51 millions de dollars et créé non loin de 800 emplois en Ontario. Près de 27 millions de dollars ont été dépensés pour recruter une équipe de production et une main-d'œuvre admissible en Ontario, tandis que 24 millions de dollars ont été dépensés en achats auprès d'entreprises ontariennes, biens et services confondus. La production des saisons une à quatre a affiché une dépense totale en Ontario de 209 millions de dollars, pour 3 331 emplois locaux créés. Plus de 630 entreprises de 65 collectivités aux quatre coins de l'Ontario ont bénéficié de la production, y compris des détaillants, des installations de production, des services de sécurité, des sociétés de location de matériel, des nettoyeurs à sec, des hôtels et des restaurants, des traiteurs, des sociétés de location de véhicules, des services de modification et de réparation, et des services de coiffure et de maquillage. Parmi ces collectivités, 32 se trouvent dans la région du grand Toronto, tandis que 33 se trouvent dans d'autres régions de l'Ontario⁹⁶.
- L'adaptation pour le grand écran du *It* de Stephen King a battu les records de recettes, devenant le film d'horreur le plus rentable de tous les temps. La production a dépensé plus de 28,9 millions de dollars en Ontario, près de la moitié pour payer les salaires des employés et employés locaux. La production a employé 1 255 acteurs et actrices, membres d'équipe et figurantes et figurants ontariens⁹⁷.

THE SHAPE OF WATER :
A EMPLOYÉ PLUS DE 1 500
PERSONNES RÉSIDANT
EN ONTARIO PENDANT
LES PHASES DE
PRÉPARATION, DE
TOURNAGE ET DE
POSTPRODUCTION, ET A
REÇU PLUS DE 1 000
RÉCOMPENSES DANS LE
MONDE

EN 2019-2020 :

- Le Bureau du cinéma continuera d'offrir des services de qualité aux parties prenantes, de renforcer ses liens avec la clientèle internationale nouvelle et existante, et de maximiser les possibilités d'investissement.

⁹⁶ Association cinématographique Canada, *FX's The Strain Has an Eye Opening Impact on Ontario's Economy Spending over \$50 million and creating 800 jobs in fourth season of production*, 2018 [en ligne]. Disponible sur Internet : <https://www.mpa-canada.org/press/fxs-the-strain-has-an-eye-opening-impact-on-ontarios-economy-spending-over-50-million-and-creating-800-jobs-in-fourth-season-of-production/> [consulté le 9 octobre 2018].

⁹⁷ « The Only Thing That Isn't Scary About Warner Bros.' *It*? The Economic Impact In Southern Ontario! », Mpa-Canada.Org, 2018. <https://www.mpa-canada.org/wp-content/uploads/2018/06/IT-INFOGRAPHIC-FINAL-01.png>.

INITIATIVES COLLABORATIVES

Ontario Créatif travaille avec les parties prenantes des différentes industries afin de proposer des activités collaboratives intersectorielles. Ces activités encouragent l'établissement de partenariats au sein des industries des médias de la création et entre ces industries, dans l'optique de stimuler l'innovation, la productivité et la croissance dans ces secteurs. Elles contribuent également à lever les barrières entre les secteurs et permettent à ces derniers de mettre l'accent sur les débouchés communs. En voici quelques exemples :

- De la page à l'écran est une initiative interentreprises permettant aux productrices et producteurs de cinéma, de télévision et de produits multimédias interactifs numériques de rencontrer des éditeurs de livres ontariens à l'occasion d'une série d'entretiens particuliers. Au cours des dix dernières années, ce programme a orchestré plus de 4 000 entretiens professionnels et servi d'intermédiaire à 65 contrats d'adaptation. En 2017-2018, plus de 65 sociétés ont participé à 350 entretiens⁹⁸. Lors d'une édition antérieure du rendez-vous, une option a été prise par Aircraft Pictures sur *The Breadwinner* (Parvana : une enfance en Afghanistan) de Deborah Ellis, publié par Groundwood Books. Le film, financé en partie par le Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique, a été sélectionné aux Oscars en 2018 dans la catégorie Meilleur film d'animation. *The Breadwinner* est une coproduction entre le Canada, l'Irlande et le Luxembourg réalisée sous l'égide d'Angelina Jolie en qualité de productrice déléguée.
- Jusqu'à présent, plus de 75 films ont été financés avec succès grâce au Forum sur le financement international d'Ontario Créatif, notamment : *Maudie*, *Tokyo Story*, *Book of Negroes*, *Citizen Gangster* (Edwin Boyd), *Midnight's Children* (Les Enfants de minuit), *The Husband*, *The Whistleblower* (La dénonciation), *Coriolanus*, *Born to Be Blue* (Pour l'amour de la musique), *Wadjda* et *Incendies*, sélectionné aux Oscars⁹⁹.
- La Série de discussions (anciennement connue sous le nom Les petits déjeuners Dialogue numérique) est un forum d'échange tout au long de l'année entre dirigeantes et dirigeants des médias, de la culture et de la technologie. Cinq séances ont été organisées en 2018-2019, trois à Toronto et une à Hamilton, ainsi qu'un petit déjeuner en français à Ottawa pour les créatrices et créateurs de contenu franco-ontariens. Ontario Créatif met les discussions entre spécialistes à disposition sous forme de balados.
- En 2017-2018, Ontario Créatif a lancé une nouvelle initiative collaborative baptisée journée Échange de création, afin de donner à tous les secteurs l'occasion de se rencontrer, d'apprendre (grâce à des tables rondes, des groupes d'experts et des conférences), et de participer à des entretiens particuliers afin d'explorer de nouvelles possibilités en termes d'affaires et de formats. La conception du programme prend pour modèle la première phase du Fonds pour la collaboration et l'innovation, qui a pris fin en 2016-2017.

Ontario Créatif continuera de concentrer ses efforts sur les initiatives collaboratives en 2019-2020, notamment De la page à l'écran, le Forum sur le financement international et la Série de discussions.

⁹⁸ Ontario Créatif, *Résultats annuels*, 2017-2018.

⁹⁹ Ibid.

PRIX LITTÉRAIRE TRILLIUM

Le Groupe du développement de l'industrie organise le Prix littéraire Trillium/Trillium Book Award pour rendre hommage à l'excellence littéraire en Ontario et favoriser la promotion des ouvrages d'auteurs et auteures ontariens. Sous la houlette d'Ontario Créatif, un jury de pairs est chargé de sélectionner les ouvrages finalistes, puis les lauréats ou lauréates dans quatre catégories distinctes. La date limite de candidature pour la 32^e édition annuelle du Prix littéraire Trillium/Trillium Book Award sera fixée dans le courant du quatrième trimestre 2018-2019 et le nom des lauréats ou lauréates sera annoncé au premier trimestre 2019-2020. Le Prix Trillium génère chaque année plus de 50 millions d'empreintes médiatiques, mais l'année passée, pour son 30^e anniversaire, le Prix a enregistré plus de 172 millions d'empreintes.

- La 31^e édition annuelle du Prix littéraire Trillium a reçu 363 candidatures. Le nom des lauréats et lauréates a été annoncé à l'occasion d'une cérémonie sectorielle le 21 juin 2018, et les prix suivants ont été remis :
 - Prix littéraire Trillium (langue anglaise) : Kyo Maclear, *Birds Art Life* (Doubleday Canada)
 - Prix littéraire Trillium (langue française) : **Aurélie Resch**, *Sous le soleil de midi* (Éditions Prise de parole)
 - Prix de poésie Trillium (langue anglaise) : **Pino Coluccio**, *Class Clown* (Biblioasis)
 - Prix de poésie Trillium (langue française) : **Sylvie Bérard**, *Oubliez* (Éditions Prise de parole)

Les lauréats ou lauréates francophone et anglophone du Prix littéraire Trillium reçoivent chacun ou chacune 20 000 dollars. Les éditeurs des ouvrages primés reçoivent chacun 2 500 dollars en vue d'en assurer la promotion. Les lauréats ou lauréates respectifs ou respectives du Prix de poésie Trillium (langue anglaise) et du Prix de poésie Trillium (langue française) reçoivent chacun ou chacune 10 000 dollars et leurs éditeurs 2 000 dollars. En outre, tous les finalistes touchent un cachet de 500 dollars. Les prix du livre d'enfant (langue française) et de poésie (langue française) sont décernés en alternance tous les deux ans.

FINANCEMENT DU GROUPE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE TORONTO

En 2018-2019, Ontario Créatif a octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au Festival international du film de Toronto (TIFF). Outre ces fonds opérationnels, Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MTCS pour financer annuellement (à hauteur de 815 000 \$ en 2018-2019) la gestion et l'entretien de la collection de films de la province, détenue par la Film Reference Library. En 2018-2019, l'organisme a par ailleurs accordé 150 000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de vente internationales pour les producteurs et productrices pendant le festival, et où Ontario Créatif tient un stand de marketing partagé avec Téléfilm Canada. Le stand sert à promouvoir l'Ontario comme lieu de production de premier ordre auprès des décideurs internationaux, et offre un centre où les intervenants ontariens peuvent organiser des rencontres avec les délégués et déléguées internationaux. L'organisme a aussi octroyé 50 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF et à TIFF Kids par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

Enfin, Ontario Créatif organise plusieurs initiatives de développement de l'industrie pendant le TIFF afin de tirer parti de la présence en Ontario de dirigeants et dirigeantes et de producteurs et productrices de l'industrie du monde entier. Le 13^e Forum annuel sur le financement international (FFI) a réuni des productrices et producteurs de films ontariens, canadiens et étrangers et des bailleurs de fonds internationaux. Trente-neuf équipes de longs métrages venues d'Australie, du Brésil, de Croatie, d'Allemagne, de Hongrie, d'Irlande, des Pays-Bas, de Norvège, d'Afrique du Sud, de Suisse, des États-Unis et du Royaume-Uni y ont participé aux côtés de plus de 35 dirigeants et dirigeants internationaux de l'industrie. Le forum a orchestré des entretiens en face à face, qui ont ouvert plus de 550 pistes d'affaires aux producteurs et productrices.

GROUPE DES PROGRAMMES DE CRÉDITS D'IMPÔT ET DE FINANCEMENT

Les crédits d'impôt pour les médias de la création de l'Ontario constituent des incitations majeures à faire des affaires dans la province. Les crédits d'impôt fournissent aux créateurs et créatrices de contenu ontariens un soutien stable 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.

Une étude pionnière examinant l'impact des crédits d'impôt sur les secteurs des médias sur écran au Royaume-Uni a conclu que ces secteurs bénéficiant d'allègements fiscaux avaient rapporté un total de 7,91 milliards de livres de valeur ajoutée brute à l'économie du Royaume-Uni. Combinées, les dépenses de production et la création d'emploi qu'elles suscitent ont conduit à des déclarations de revenus substantielles pour le gouvernement. D'après les estimations, les secteurs des médias sur écran ont généré 2,04 milliards de livres de recettes fiscales en 2016. Et ces recettes sont en augmentation. Les recettes fiscales ont progressé de 67 p. 100 durant la période de quatre ans allant de 2013 à 2016¹⁰⁰.

De nouveaux acteurs mondiaux de la télévision par contournement comme Netflix et Hulu contribuent à un accroissement significatif de la production de contenu. L'Ontario est bien positionné pour continuer de tirer profit de l'expansion mondiale des industries de la création de contenu pour écran. La concurrence mondiale pour attirer l'argent de la production reste forte et les instances du monde entier mettent en place des incitations fiscales novatrices afin de développer ces industries sur leur territoire. L'Ontario doit conserver son avantage concurrentiel pour pouvoir jouir des possibilités qu'il lui procure.

Ontario Créatif 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 crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES) a été interrompu; néanmoins, Ontario Créatif continuera d'administrer le crédit jusqu'à ce que toutes les demandes admissibles soient traitées. Les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt relèvent du ministère des Finances. Ontario Créatif travaille en collaboration avec le MFO et le MTCS sur les questions relatives aux crédits d'impôt.

- **Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO) :** crédit d'impôt remboursable correspondant à 35 p. 100 des dépenses de main-d'œuvre ontarienne admissibles engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles produites par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario. Un taux de crédit d'impôt bonifié de 45 p. 100 s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 p. 100 sur les premiers 240 000 dollars de dépenses de main-d'œuvre admissibles s'applique aux premières productions.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP) :** crédit d'impôt remboursable correspondant à 21,5 p. 100 des dépenses admissibles ontariennes de main-d'œuvre et autres engagées à l'égard des productions cinématographiques et télévisuelles de sociétés sous contrôle canadien ou étranger.

¹⁰⁰ BFI, « Screen Business », Londres, 2018, p. 16. <https://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/screen-business-full-report-2018-10-08.pdf>.

- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI) :** crédit d'impôt remboursable correspondant à 18 p. 100 des dépenses de main-d'œuvre ontarienne admissibles engagées à l'égard d'animation et d'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 correspondant à 40 p. 100 (35 p 100 pour le développement rémunéré à l'acte) des dépenses ontariennes admissibles engagées pour développer des produits MIN en Ontario par des sociétés domiciliées en Ontario sous contrôle canadien ou étranger.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIO-ME) :** crédit d'impôt remboursable correspondant à 30 p. 100 des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'auteurs et auteures canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES) :** crédit d'impôt remboursable correspondant à 20 p. 100 des dépenses admissibles engagées pour produire et commercialiser les enregistrements sonores admissibles de nouveaux artistes ou groupes canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario. Le budget de l'Ontario 2015 a annoncé que le CIOES serait abandonné. Une société admissible peut présenter une demande de CIOES à l'égard d'enregistrements sonores admissibles ayant débuté avant le 23 avril 2015, mais peut uniquement appliquer le crédit d'impôt aux dépenses admissibles engagées avant le 1^{er} mai 2016. De plus, 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 de CIOES.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Stimuler l'investissement et l'emploi en Ontario et inciter les sociétés des secteurs du cinéma, de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques et de l'édition de livres domiciliées en Ontario à créer du contenu
- Contribuer à la capitalisation de sociétés afin de les aider à étendre leurs activités, à investir dans la création de nouveau contenu, et à conserver et exploiter leurs propriétés intellectuelles

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par l'intermédiaire des crédits d'impôts devrait générer des dépenses de production et de produit de plus de 10 milliards de dollars (soit presque 18 \$ pour chaque dollar investi par l'Ontario en 2017-2018) tout en favorisant la création de contenu ontarien et en attirant des investissements internationaux considérables par le biais de la production étrangère.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet (le montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)
- de la valeur estimée des crédits d'impôt
- du nombre de produits examinés/certifiés
- du temps de traitement moyen tous crédits d'impôt confondus
- du temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt

AMÉLIORATION DE LA PRODUCTIVITÉ ET NIVEAUX DE DOTATION

- Ces dernières années, Ontario Créatif a procédé à un certain nombre de changements énergiques en vue d'améliorer la productivité, à savoir : passage de systèmes papier à

un système de demande et de traitement entièrement en ligne; examen complet des processus opérationnels et améliorations/affinages constants; mise en place d'un mode d'évaluation axé sur les risques (avec le ministère des Finances); formation polyvalente et réaffectation des ressources humaines; augmentation des niveaux de dotation et possibilité pour le personnel de faire des heures supplémentaires rémunérées; formulaires de demande révisés (pour améliorer la qualité et la pertinence des renseignements reçus); dates limites de présentation des demandes et délais de réception des documents exigés de la part des auteurs de demande ne répondant pas ou tardant à répondre; et essais pilotes supplémentaires de modifications en faveur du traitement axé sur les risques pour en évaluer l'impact.

- Même si ces stratégies d'affinage des processus opérationnels sont parvenues à accroître considérablement la productivité en termes de nombre de produits examinés annuellement et à réduire significativement le temps d'analyse des dossiers, de telles améliorations ne suffisent pas pour suivre les plus de 200 p. 100 de hausse du volume depuis 2005-2006. Compte tenu des niveaux de dotation actuels, il faudra probablement trois ans de plus pour rattraper le retard et revenir à des normes de service acceptables.
- Les délais de traitement des demandes de crédit d'impôt, qui continuent d'être élevés, augmentent le coût du financement pour les producteurs et productrices, retardent la possibilité d'accéder à des capitaux qui seraient autrement réinvestis dans la création de nouvelles propriétés intellectuelles, menacent la viabilité des sociétés et réduisent la valeur des investissements de la province pour couvrir le coût du financement provisoire. La réduction du temps de traitement permettra de mieux exploiter les investissements d'Ontario Créatif et d'accroître considérablement l'accès au capital des sociétés ontariennes de production de contenu.
- De plus, les restrictions d'embauche actuelles ont grandement entravé la capacité de l'organisme à pourvoir rapidement les postes vacants en recrutant des spécialistes des industries de la création. Ce facteur contribue à la surcharge de travail que subit le personnel, susceptible de conduire à un déclin de la capacité, à un allongement des temps de traitement et à un affaiblissement des résultats de l'organisme. La permission de pourvoir les trois postes en ETP temporaires accordés à l'organisme en 2018 contribuerait à réduire l'arriéré d'examen des demandes de crédit d'impôt. Pourtant, Ontario Créatif étant désormais contraint à recruter au sein de la FPO, il sera difficile de recruter des candidats ou candidates ayant les compétences requises et/ou le temps de formation augmentera significativement pour les recrues non familiarisées avec les rouages des affaires des parties prenantes des industries de la création, soutenues par l'organisme. Le temps de traitement global s'en trouvera affecté à son tour.
- Bien que le présent plan d'activités ne table sur aucune nouvelle ressource, il convient de noter que la permission de pourvoir temporairement trois ETP additionnels dans le service des crédits d'impôt permettrait de mieux aligner les ressources sur les volumes et serait décisive pour limiter le temps qu'il faudra pour éliminer l'arriéré des demandes de crédit d'impôt. Trois ETP temporaires de plus pourraient accroître la productivité annuelle de 1 994 examens de produit supplémentaires, permettant de résorber l'accumulation des demandes en deux ans. Six ETP temporaires amélioreraient encore davantage la productivité, éliminant l'arriéré en 1,5 an selon les estimations.

EN 2019-2020 :

- Le fait de veiller à ce que l'Ontario maintienne son avantage concurrentiel dans le domaine de la production audiovisuelle en modernisant la gamme de crédits d'impôt a été identifié dans le plan stratégique d'Ontario Créatif comme essentiel pour faire de l'Ontario un chef de file culturel au pays comme à l'étranger. Ce plan souligne l'importance de pouvoir compter sur des crédits d'impôt stables.

- Toutefois, ce cadre de stabilité laisse le champ libre à des possibilités de modernisation des crédits d'impôt afin de les aligner sur les tendances actuelles du marché ainsi qu'en matière de production, de distribution et de consommation, et de réduction du fardeau réglementaire que constitue le processus de demande pour la clientèle. En 2019-2020, Ontario Créatif continuera d'étudier et d'élaborer des options qui seront modernes, réactives et plus simples pour les utilisateurs et utilisatrices, tout en étant alignées sur les objectifs du Plan d'action du gouvernement pour un Ontario ouvert aux affaires.
- Ontario Créatif continuera d'être un membre actif du comité national des crédits d'impôt, au sein duquel il représente l'Ontario et fait valoir ses intérêts. En 2017-2018, un groupe de travail du comité a été créé et Ontario Créatif a commencé à travailler en collaboration avec le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et d'autres provinces pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation. Ce travail devrait se poursuivre en 2019-2020.
- L'organisme continue de présider des réunions mensuelles ainsi qu'une assemblée générale annuelle avec le MFO et l'Agence du revenu du Canada (ARC) pour résoudre les problèmes liés à l'administration des crédits d'impôt. En 2017-2018, Ontario Créatif a entamé un dialogue avec l'ARC pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation dans le but de simplifier l'administration des crédits d'impôt. Ce travail se poursuivra en 2019-2020.
- Ontario Créatif poursuivra ses efforts en vue d'améliorer l'expérience des auteurs de demande de crédit d'impôt. En 2019-2020, l'organisme procédera à l'amélioration de la fonctionnalité du Portail de demande en ligne, dotera la clientèle de nouveaux outils et apportera des révisions au matériel de communication afin d'en accroître la clarté et la fonctionnalité.

GROUPE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES ET DE LA RECHERCHE

PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE

Ontario Créatif offre un soutien financier aux organismes sans but lucratif et constitués en personne morale de l'industrie qui entreprennent des initiatives de veille stratégique favorisant la croissance d'un ou de plusieurs secteurs de la création en Ontario. Les projets de veille stratégique terminés sont publiés sur le site Web de l'organisme et dans la Bibliothèque de recherche en ligne.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Soutenir des projets qui fournissent l'information, les données et/ou les perspectives dont les sociétés du secteur de la création de l'Ontario ont besoin afin d'accroître leur capacité et leur efficacité
- Donner aux sociétés ontariennes un avantage concurrentiel
- Permettre aux sociétés du secteur de la création de l'Ontario de faire jeu égal avec les multinationales mondiales ayant la capacité de mener leurs propres études de marché et activités de veille stratégique
- Fournir à Ontario Créatif de précieux renseignements sur les tendances et les données relatives à l'industrie pour contribuer à éclairer et à améliorer les programmes et services offerts par l'organisme

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par l'intermédiaire du Programme de veille stratégique devrait appuyer cinq à dix nouvelles études qui fourniront des renseignements et des données afin d'aider les sociétés de

l'industrie ontarienne de la création à rester compétitives face aux multinationales de plus grande envergure opérant dans le monde. Les études de veille stratégique devraient aussi permettre de mieux faire connaître Ontario Créatif et la province comme partenaires de confiance et catalyseurs de renseignements et de travaux de recherche dans le secteur des industries des médias de la création. Le soutien devrait permettre de lever près du double du montant investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre de projets publiés
- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet

EN 2019-2020 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Programme de veille stratégique.
En 2019-2020, le programme proposera deux dates limites de présentation des demandes et fonctionnera avec un budget de 200 000 dollars.

PUBLICATION DES ÉTUDES DU PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE

En 2018-2019, à la fin du deuxième trimestre, trois études ayant reçu le soutien du Programme de veille stratégique d'Ontario Créatif avaient été publiées. Le public peut les consulter sur le site Web et dans la Bibliothèque de recherche en ligne d'Ontario Créatif :

- *Le chemin vers la distribution créative* (Association des documentaristes du Canada)
- *Recherche sur l'auditoire du documentaire 2018* (Hot Docs)
- *Gender in the Canadian Screen Composing Industry* (Gilde des compositeurs canadiens de musique à l'image)

RECHERCHE FINANCÉE PAR ONTARIO CRÉATIF

Lorsque l'organisme détecte un manque de connaissances ou une possibilité de croissance stratégique spécifique qui ne sont pas couverts par le Programme de veille stratégique, elle commande des études directement. Ces projets menés par Ontario Créatif permettent de faire de la recherche prospective, donnant une vue d'ensemble des enjeux émergents dans les secteurs, et sont principalement utilisés pour alimenter les programmes, la planification stratégique et les processus de planification des activités de l'organisme.

- **Sondage sur la satisfaction de la clientèle :** En 2017-2018, Ontario Créatif a chargé OPTIMUS | SBR de réaliser un sondage auprès de ses intervenants pour déterminer leur niveau de satisfaction à l'égard de la prestation des programmes et services. En outre, le sondage demandait aux intervenants de décrire la façon dont les programmes pourraient mieux répondre à leurs besoins. Un plan d'action polyvalent et une réponse de la direction ont été élaborés sur la base des conclusions. Un Rapport sommaire a été publié sur le site Web de l'organisme. Ce dernier procède activement à la mise en œuvre du plan d'action produit.
- **Données sur le genre et cadre relatif aux rôles clés :** L'année dernière, Ontario Créatif a également commencé à travailler sur une étude visant à générer des données de base sur la diversité de genre parmi les rôles commerciaux et créatifs clés au sein des sociétés et

productions soutenues par l'organisme. Le cadre relatif aux rôles clés et un sommaire des données seront publiés lorsqu'ils seront terminés.

BIBLIOTHÈQUE DE RECHERCHE EN LIGNE

Ressource créée et entretenue par Ontario Créatif, la Bibliothèque de recherche en ligne (BRL) contient des études canadiennes et internationales axées sur les industries de la création, et constitue un précieux organe d'archivage des travaux de recherche pour les parties prenantes de l'industrie, le milieu universitaire et les besoins en matière de planification propres à l'organisme. La BRL est utilisée par les chercheurs, les établissements de recherche et les parties prenantes de l'industrie, lesquels ont indiqué que cette source d'information à guichet unique constituait une ressource inestimable.

- La BRL contient plus de 650 monographies.
- En 2017-2018, la BRL a comptabilisé plus de 4 000 visites.
- Les études de la BRL servent également à documenter l'élaboration des profils sectoriels semestriels de l'organisme, qui ont été consultés par 16 000 visiteuses et visiteurs distincts en 2017-2018.

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

Un plan stratégique quinquennal a été publié pour l'organisme en 2017-2018, incluant un engagement à procéder à plusieurs améliorations opérationnelles. Voici quelques-unes des activités opérationnelles qui seront menées en 2019-2020 :

- **Paiements électroniques** : En 2018-2019, Ontario Créatif achèvera la mise en œuvre de son nouveau système de paiement électronique afin que les versements aux bénéficiaires de subvention et l'acquittement des frais d'administration par les auteurs de demande de crédit d'impôt se fassent par voie électronique.
- **Modernisation des paiements de transfert** : Bien que cela ne soit pas une obligation pour les organismes, Ontario Créatif mettra tout particulièrement l'accent sur les politiques de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert favorisant la simplification et la transition vers des processus entièrement électroniques, en adéquation avec la *Loi favorisant un Ontario propice aux affaires*, et ce, par souci d'exemplarité.
- **Mesure des résultats** : Examen et mise en œuvre de nouvelles possibilités d'automatisation des résultats trimestriels et de la production de rapports afin de rendre plus efficaces la gestion des résultats et la réponse aux demandes de données en vue de rédiger des notes de synthèse ou dans le cadre d'activités.
- **Données ouvertes** : Identification, préparation et conservation d'ensembles de données conformément à la Directive de l'Ontario sur les données ouvertes.
- **Statistiques sur la production** : Compilation des statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle.

- Planification stratégique : Supervision de la mise en œuvre du plan stratégique et du plan d'action, et coordination de la planification des activités annuelles de l'organisme.

ACTIVITÉS DE CONSULTATION DE L'INDUSTRIE

Pour éclairer et enrichir ses programmes et ses activités, Ontario Créatif organise régulièrement des consultations auprès des parties prenantes, ce qui contribue à renforcer son aptitude à remplir son mandat avec succès. Des consultations formelles ont lieu par le biais des cinq comités consultatifs de l'industrie d'Ontario Créatif : 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. À compter de l'exercice 2017-2018 et à la demande des personnes représentant l'industrie au sein de ces comités, Ontario Créatif a créé et officialisé des réunions intersectorielles entre membres des comités consultatifs de l'industrie.

Ces comités consultatifs sont constitués d'intervenants issus de sociétés et d'associations professionnelles de l'industrie de la création qui siègent pour un mandat de trois ans maximum. Chaque comité nomme un coprésident ou une coprésidente provenant de l'industrie, et le président-directeur général ou la présidente-directrice générale d'Ontario Créatif fait office de coprésident ou de coprésidente au nom de l'organisme. Les coprésidents et/ou coprésidentes assurent à tour de rôle la présidence des réunions.

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 d'Ontario Créatif
2. Favoriser la communication bilatérale entre l'organisme et ses parties prenantes, en leur donnant notamment la possibilité de faire des présentations devant le conseil d'administration d'Ontario Créatif, 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 Ontario Créatif des enjeux et priorités émergents chez les parties prenantes

Ponctuellement, des sous-comités sont créés pour faire part à Ontario Créatif 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 d'Ontario Créatif et consulte régulièrement l'industrie et les parties prenantes au sujet des enjeux, des services et des 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 d'Ontario Créatif. Ces activités comprennent l'organisation de séances d'information et la participation à des groupes d'experts sectoriels.

Activités en qualité de champion des industries de la création

Ontario Créatif 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 2017, Ontario Créatif a pris part au Comité consultatif ministériel pour la production cinématographique et télévisuelle et à son Sous-comité de modernisation des processus pour les crédits d'impôt.
- En 2016, Ontario Créatif a participé aux consultations fédérales sur le contenu canadien dans un monde numérique et a fait part de ses commentaires au Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) quant aux avis publics diffusés par ce dernier concernant les genres de productions inadmissibles et les déclencheurs aux fins des crédits d'impôts fédéraux, qui ont tous deux informé le cadre stratégique du Canada créatif récemment annoncé par le ministère du Patrimoine canadien.
- S'il y a lieu, Ontario Créatif a l'intention de formuler des commentaires et d'encourager les consultations dans le cadre des examens à venir de la *Loi sur la radiodiffusion*, de la *Loi sur les télécommunications* et de la *Loi sur le droit d'auteur*, et des projets du gouvernement fédéral pour moderniser le Fonds de la musique du Canada, le Fonds du livre du Canada et le Fonds du Canada pour les périodiques, lesquels ont débuté en 2017 et dureront jusqu'en 2019-2020.
- Ontario Créatif étudiera les possibilités pour encourager ses parties prenantes à tirer profit de la stratégie d'exportation créative nouvellement annoncée, du nouveau Conseil des industries créatives et du Fonds pour l'innovation stratégique.

INITIATIVES STRATÉGIQUES

Les programmes d'Ontario Créatif sont extrêmement sollicités et atteignent les limites de leurs capacités; il reste toutefois des possibilités inexploitées pour améliorer encore davantage l'impact des programmes, consolider les compétences, nouer des partenariats et faire avancer les priorités stratégiques en matière d'exportation, d'innovation, de collaboration, de perfectionnement de compétences et de compétitivité. Si Ontario Créatif s'est efforcé de maintenir un équilibre budgétaire dans la prestation des programmes de base, l'organisme a, ces dernières années, fait usage de ses réserves de trésorerie non engagées pour mettre sur pied des améliorations de programmes et des nouvelles initiatives limitées dans le temps, afin de pallier les lacunes des programmes permanents et de répondre aux besoins non satisfaits de l'industrie.

En 2019-2020, Ontario Créatif puisera 885 000 dollars dans ses fonds de réserve pour mettre en œuvre une série d'initiatives à durée limitée qui prendront appui sur les programmes existants et les prolongeront, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et en limitant le surplus de pression sur les ressources humaines. Il s'agit des initiatives suivantes :

- **Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens (Fonds pour les TAO) :** Eu égard au marché fluctuant de l'édition de livres, le Fonds pour les TAO offre aux éditeurs un financement permettant d'assurer la présence de leurs auteurs et auteurs publiés en Ontario à des festivals et rendez-vous littéraires majeurs, nationaux et internationaux, en vue de

bénéficiaire d'une exposition médiatique et d'accroître les ventes de livres. En 2019-2020, le programme sera offert par l'intermédiaire du Fonds du livre afin d'en simplifier la prestation et de faciliter le cycle de planification des éditeurs.

- **Foire du livre de Francfort 2020 : Pleins feux sur le Canada** : Le Canada a été retenu comme pays à l'honneur à la Foire du livre de Francfort 2020 (14-18 octobre 2020). La Foire du livre de Francfort est la plaque tournante internationale du monde de l'édition. En être le pays à l'honneur offrira des possibilités extraordinaires de mise en valeur de la littérature ontarienne et de la culture canadienne, accroissant la notoriété et les possibilités commerciales des éditeurs ontariens à l'international. Le programme de l'organisme pour préparer le rendez-vous a commencé en 2018-2019 et inclura le soutien d'une mission commerciale dans le secteur de l'édition pour tisser des liens commerciaux qui renforceront les résultats pendant l'année visée.
- **Développement des activités à l'étranger dans l'industrie de l'édition de revues** : Prenant appui sur la fructueuse stratégie de croissance internationale lancée en 2017-2018, cette initiative sera prolongée pour une nouvelle année. Un financement sera offert pour donner aux sociétés d'édition de revues davantage de souplesse, en vue de fréquenter les activités à l'étranger qui répondent le mieux aux besoins dans leur créneau et de tirer parti de l'exposition collective dont bénéficie l'Ontario à l'étranger, jusqu'à présent. En 2019-2020, l'initiative sera offerte par l'intermédiaire du Fonds d'aide aux éditeurs de revues afin de réaliser des économies d'ordre administratif et de faciliter la planification annuelle des sociétés d'édition de revues.
- **Distribution et commercialisation de longs métrages ontariens** : Sur la base du succès de cette initiative au cours de l'exercice financier en cours, Ontario Créatif accordera des fonds à l'appui de stratégies innovantes de commercialisation et de distribution des films ontariens pour une année supplémentaire. 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 et productrices les moyens de participer plus activement à la distribution de leurs films. En 2019-2020, l'initiative inclura en outre une composante de perfectionnement professionnel afin d'optimiser les investissements de l'organisme et de veiller à ce que les plans de marketing soient solides.
- **Soutien à la scénarisation cinématographique** : Ontario Créatif accordera un soutien à un scénariste ontarien/une scénariste ontarienne/une équipe de production ontarienne en vue de participer au prestigieux atelier pour scénaristes eQuinox Europe. Il s'agit d'un atelier d'écriture d'une semaine accessible sur candidature pour des projets européens, un nombre limité de projets nord-américains pouvant participer chaque année.
- **Mises à jour du site Web, du système de gestion des relations avec la clientèle et du Portail de demande en ligne** : Une petite portion des réserves de trésorerie sera utilisée pour réaliser une refonte ponctuelle du site Web d'Ontario Créatif, en s'assurant qu'il satisfait ou surpasse les exigences de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, une mise à jour du système de gestion des relations avec la clientèle (GRC) de l'organisme et des améliorations de l'interface de communication avec

les auteurs de demande du PDL. Ces projets amélioreront considérablement l'expérience client tout en permettant à Ontario Créatif de réaliser des économies d'ordre administratif. Ils ont débuté en 2017-2018 et devraient s'achever en 2019-2020.

VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

BUDGET

Une succession de réductions de la dotation budgétaire et des réserves de trésorerie non engagées d'Ontario Créatif a mis une pression considérable sur son budget et ses ressources humaines. Les prévisions financières et les descriptions de programmes et services figurant dans le présent plan d'activités partent du principe qu'il n'y aura aucune nouvelle réduction de la dotation budgétaire ou des réserves de trésorerie de l'organisme et que le nombre d'ETP de l'organisme ne connaîtra aucune modification.

La stratégie de réduction budgétaire de l'organisme a toujours consisté à atténuer l'impact direct des coupes sur l'industrie en recourant à des ajustements de calendrier, des limitations des coûts, des modifications de programmes, des augmentations des recettes et des réductions de programmes, tout en assurant la viabilité financière et stratégique à long terme de la planification stratégique et opérationnelle de l'organisme. Le budget des programmes et services de base était équilibré, et les réserves de trésorerie n'ont été utilisées que pour appuyer des initiatives limitées dans le temps qui n'ont pas généré d'attentes à long terme de la part des parties prenantes. De ce fait, l'organisme a limité les coûts et ses activités sont rationalisées et efficaces. En revanche, la souplesse lui permettant de répondre aux problèmes environnementaux ou de tirer parti des possibilités émergentes est compromise.

DEMANDE CROISSANTE DES PROGRAMMES

La demande à l'égard des programmes d'Ontario Créatif continue de dépasser les ressources existantes. Cela témoigne de l'immense succès de l'Ontario. Le poids de l'économie de la création de l'Ontario continuant d'augmenter, Ontario Créatif constate toujours une nette hausse du volume des demandes dans le cadre des programmes, ce qui met à rude épreuve ses ressources humaines et financières. Au cours d'une année moyenne, Ontario Créatif ne peut répondre qu'à environ 65 p. 100 des demandes présentées à ses programmes de financement sélectifs, et ces demandes ne reçoivent qu'une portion des fonds requis. Cela signifie que bon nombre de projets de qualité ne sont pas financés et que dans de nombreux cas, ils ne sont pas mis en œuvre du tout ou sont transférés ailleurs, au détriment de l'économie de l'Ontario. Le maintien de la dotation budgétaire de l'organisme au niveau actuel (ou l'imposition de réductions supplémentaires) signifiera la perte d'emplois et de possibilités économiques pour l'Ontario.

NIVEAUX DE DOTATION

Les délais de traitement des demandes de crédit d'impôt, qui continuent d'être élevés, augmentent le coût du financement pour les producteurs et productrices, retardent la possibilité d'accéder à des capitaux qui seraient autrement réinvestis dans la création de nouvelles propriétés intellectuelles, menacent la viabilité des sociétés et réduisent la valeur des investissements de la province pour couvrir le coût du financement provisoire. Ces dernières années, Ontario Créatif a apporté des changements à un certain nombre de ses processus opérationnels pour améliorer la productivité. Bien que ces stratégies soient parvenues à accroître considérablement la productivité en termes de nombre de produits examinés aux fins de crédit d'impôt annuellement et à réduire grandement le temps d'analyse des dossiers, de telles améliorations ne suffisent pas pour suivre les plus de 200 p. 100 de hausse du volume. Compte tenu du niveau de dotation actuel, il faudra probablement trois ans pour rattraper le retard et revenir à des normes de service acceptables.

De plus, les restrictions d'embauche actuelles ont considérablement entravé la capacité de l'organisme à pourvoir rapidement les postes vacants en recrutant des spécialistes des industries de la création. Ce facteur contribue à la surcharge de travail que subit le personnel, susceptible de conduire à un déclin de la capacité, à un allongement des temps de traitement et à un

affaiblissement des résultats de l'organisme. La permission de pourvoir les trois postes en ETP temporaires accordés à l'organisme en 2018 contribuerait à réduire l'arriéré des demandes de crédit d'impôt.

Bien que le présent plan d'activités ne table sur aucune nouvelle ressource, il convient de noter que la permission de pourvoir temporairement trois ETP additionnels dans le service des crédits d'impôt permettrait de mieux aligner les ressources sur les volumes et serait décisive pour limiter le temps qu'il faudra pour éliminer l'arriéré des demandes de crédit d'impôt. Trois ETP temporaires de plus pourraient accroître la productivité annuelle de 1 994 examens de produit supplémentaires, permettant de résorber l'accumulation des demandes en deux ans. Six ETP temporaires amélioreraient encore davantage la productivité, éliminant l'arriéré en 1,5 an selon les estimations.

ACTIVITÉ D'EXPORTATION ET DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER

L'activité d'exportation est fondamentale pour la croissance des sociétés de la création de l'Ontario et, à ce titre, constitue un point clé du plan stratégique d'Ontario Créatif. En 2019-2020, Ontario Créatif continuera d'accorder la priorité au soutien d'activités d'exportation afin de stimuler la croissance des marchés et le RCI. Toutefois, ces activités nécessitent, pour être fructueuses, la participation active du personnel pour organiser des programmes au sein du marché visé et offrir le type de soutien spécialisé sur le terrain consistant notamment à présenter les sociétés ontariennes aux bailleurs de fonds et aux partenaires de production potentiels. Ces activités permettent de tirer parti de la présence de l'Ontario sur des marchés internationaux pour améliorer les résultats des sociétés ontariennes et le RCI de la province. Au cas où les restrictions en termes de déplacement resteraient en vigueur, Ontario Créatif sera contraint de réduire le développement des activités à l'étranger, ce qui aura un impact négatif sur l'avantage concurrentiel de l'Ontario et les résultats, entraînant notamment pour la province la perte de son statut de destination privilégiée à mesure que les partenaires tisseront des relations avec d'autres instances.

VII. STRATÉGIES D'IDENTIFICATION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES

Tous les trimestres, Ontario Créatif met à jour un registre des risques et le présente au ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport. Le registre des risques aborde les facteurs de risque qui pèsent sur les activités actuelles et futures de l'organisme et son environnement, de même que leurs répercussions. Ontario Créatif a élaboré des stratégies complètes pour atténuer tous les risques qu'elle a identifiés et, au fur et à mesure que de nouveaux risques apparaîtront ou que les risques existants évolueront, l'organisme s'efforcera d'informer le MTCS et d'agir judicieusement afin de minimiser les conséquences négatives.

Voici quelques-uns des risques à impact élevé auxquels l'organisme et les industries de la création seront confrontés au cours des trois prochaines années :

Le volume des demandes de crédit d'impôt (élevé)

- Le volume de produits présentant une demande de crédit d'impôt continue de dépasser la dotation en personnel et entraîne un allongement des temps de traitement des demandes, ce qui place l'Ontario dans une position de désavantage concurrentiel par rapport à d'autres instances qui offrent des abattements ou des temps de traitement plus courts.
- Les délais qui en résultent peuvent ralentir les versements aux auteurs de demande et compromettre la stabilité et la productivité des sociétés, ce qui pourrait entraver l'aptitude d'Ontario Créatif à réaliser son mandat.

Les défis et restrictions en matière d'effectif (élevé)

- Les restrictions actuelles à l'embauche font que les postes vacants de l'organisme ne peuvent être pourvus qu'en recrutant au sein de la FPO. Cela rend difficile le recrutement à ces postes de personnes ayant les connaissances spécialisées sur les industries de la création dont Ontario Créatif a besoin. Les nouvelles recrues ne possédant pas cette connaissance et cette expérience de l'industrie nécessiteront beaucoup plus de ressources de formation, ce qui aura un impact négatif sur le capacité de l'organisme d'assurer la prestation de ses services en temps opportun. C'est un problème particulièrement critique dans la mesure où il sape les gains de productivité réalisés en termes de réduction de l'arriéré des demandes de crédit d'impôt.
- De surcroît, le nombre atypique de postes à pourvoir chez Ontario Créatif n'a fait qu'aggraver le problème. Offrir des possibilités de perfectionnement n'a été qu'une mesure temporaire, alors que le reste du personnel subit une pression considérable pour maintenir les niveaux de services établis. L'organisme s'est également vu accorder trois postes en ETP temporaires pour aider à endiguer l'accumulation des demandes de crédit d'impôt, mais n'a pas encore reçu la permission de les pourvoir.
- Les niveaux de dotation réduits peuvent conduire à une surcharge de travail pour le personnel qui, lorsqu'elle sera aggravée par l'arrivée de nouvelles recrues ayant une expertise de l'industrie plus limitée et un besoin de formation plus élevé, pourra également entraîner un déclin de la capacité, un allongement des temps de traitement et un affaiblissement des résultats de l'organisme.

L'accès limité aux marchés d'exportation (intermédiaire)

- L'activité d'exportation, y compris les ventes internationales, est fondamentale pour la croissance des entreprises ontariennes. Les restrictions imposées quant aux déplacements du personnel hors de la province signifient qu'Ontario Créatif n'est pas en mesure d'assurer le type de soutien spécialisé sur le terrain et le réseautage interentreprises au sein des marchés clés, qui permettent de tirer parti de la présence de l'Ontario pour améliorer les résultats des sociétés ontariennes. Enfin, l'Ontario risque de perdre son avantage concurrentiel si la province

n'a pas de membres du personnel présents sur le terrain au sein des marchés où d'autres provinces assurent la promotion de leurs instances.

L'insuffisance des ressources pour répondre à la demande croissante de services (intermédiaire)

- La hausse de la demande à l'égard des services, sans nouvelles ressources pour y répondre, est susceptible de conduire à un service à la clientèle plus lent et d'entraîner l'insatisfaction des parties prenantes. Dans le pire des cas, cela pourrait les conduire à installer leurs productions et leurs sociétés ailleurs.

La limitation des ressources discrétionnaires (intermédiaire)

- Même si Ontario Créatif est reconnaissant des fonds considérables qu'il administre à destination des industries de la création, la récente tendance consistant à limiter le financement de l'organisme à des programmes spécifiques signifie un Ontario Créatif moins agile et moins à même de répondre aux besoins et enjeux de l'industrie.
- En raison des restrictions du budget de l'organisme, les ressources des autres secteurs restent disproportionnées par rapport à celles de la musique et des produits MIN. Ontario Créatif continuera de collaborer avec le MTCS à l'élaboration de stratégies visant à servir tous les secteurs avec les ressources disponibles.

VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

Les membres du personnel de l'organisme sont hautement qualifiés et compétents dans leurs domaines de service respectifs, et sont entièrement dévoués au service public et aux parties prenantes qu'ils servent. Par ailleurs, Ontario Créatif 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. Ontario Créatif prête une grande attention au respect de toutes ses obligations aux termes de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert, d'une part, et de ses protocoles d'entente avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, d'autre part.

Tous les membres du personnel d'Ontario Créatif appartiennent à la fonction publique de l'Ontario. Celles et ceux qui sont représentés par un syndicat sont rémunérés selon les dispositions de leur convention collective.

Ontario Créatif travaille continuellement à l'amélioration de l'organisation et de son milieu de travail. Le nouveau plan stratégique comprend deux catalyseurs internes promettant d'assurer l'excellence des services et des activités pour le premier, et d'autonomiser les personnes et les équipes pour le second. Cela signifie que l'organisme compte poursuivre son travail d'amélioration des processus et technologies, de prestation d'une expérience client de qualité supérieure, de responsabilisation et de garantie d'une utilisation efficace des ressources.

Dans le cadre d'un sondage de l'ensemble des employées et employés de la fonction publique de l'Ontario en 2017, le personnel d'Ontario Créatif a affiché un taux de participation élevé de 87 p. 100 (par rapport à 57 p. 100 dans toute la FPO), de même qu'un indice d'engagement élevé de 75 p. 100 (par rapport à 70 p. 100 dans toute la FPO). Bien que les résultats aient été globalement positifs et aient fait état de points forts dans les domaines de la capacité de production, de la culture du milieu de travail, du leadership et de l'inclusion, il existe toujours une marge de progression. L'organisme s'engage à travailler main dans la main avec son personnel pour améliorer encore son milieu de travail, et ce, tout au long de l'année à venir.

Les restrictions actuelles à l'embauche imposées à la FPO font que les postes vacants de l'organisme ne peuvent être pourvus qu'en recrutant au sein de la FPO. Cela rend difficile le recrutement à ces postes de personnes ayant les connaissances spécialisées sur les industries de la création servies par Ontario Créatif. En outre, le nombre atypique de postes à pourvoir chez Ontario Créatif s'est soldé par une réduction des niveaux de dotation et des nouvelles recrues ayant une expertise de l'industrie plus limitée, entraînant un déclin de la capacité et un affaiblissement des résultats de l'organisme. Ce dernier s'est vu accorder trois ETP temporaires additionnels en 2018-2019 pour recruter des agentes et agents des questions financières sur les crédit d'impôt. À l'heure actuelle, ces postes ne sont pas pourvus, mais sont inclus dans les ETP prévus.

Vous trouverez ci-dessous la répartition de l'effectif par classe d'emploi de l'unité de négociation :

EFFECTIF (au 31 décembre 2018)

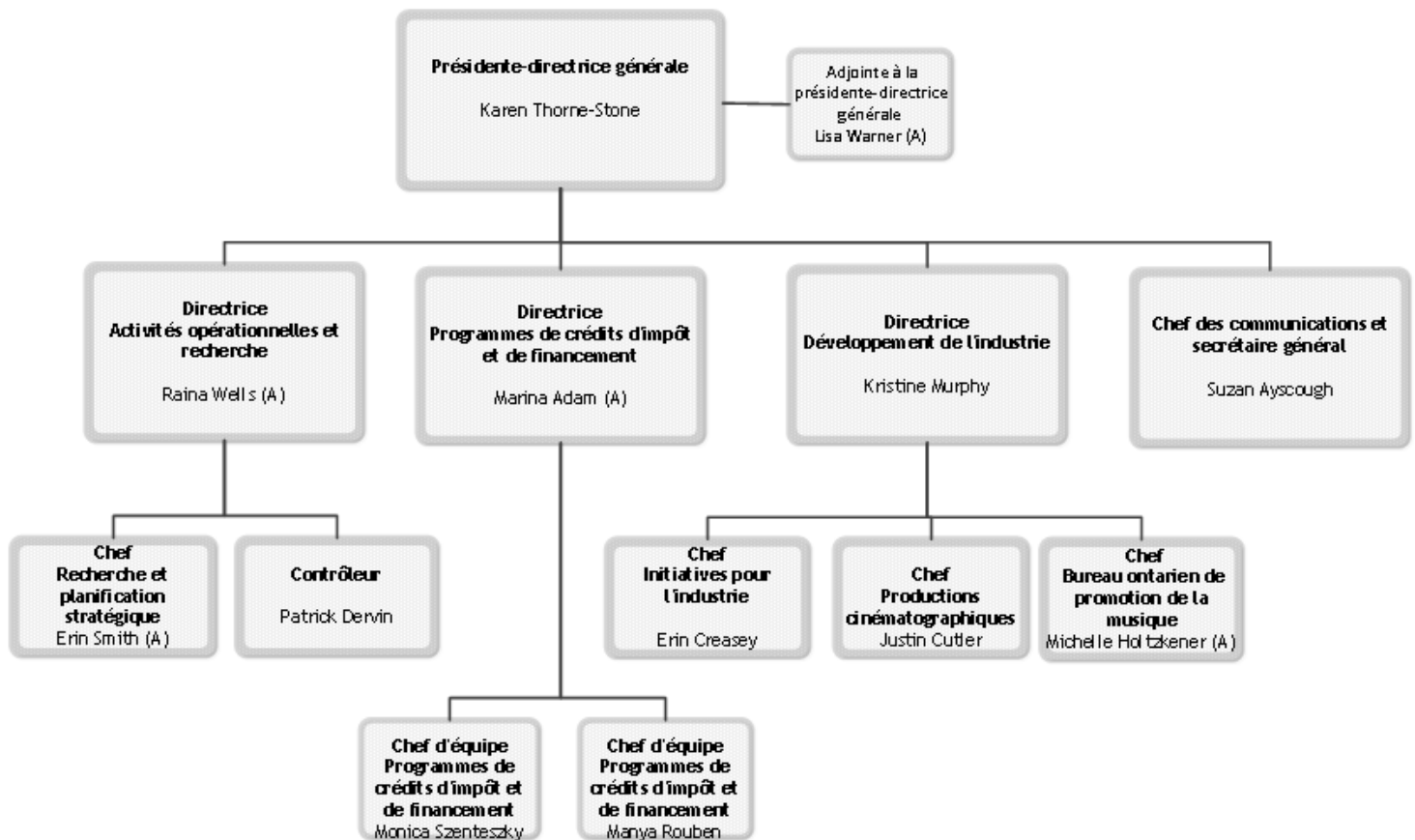
ETP PRÉVUS

GCS/CTI	SRC	Exclus	SEFPO	AEEGAPCO	TOTAL
3	6	0	62	7	78

ORGANIGRAMME

Au 31 décembre 2018

Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport Ontario Créatif



IX. MESURES DE RENDEMENT

Les mesures de rendement d'Ontario Créatif indiquent de manière régulière si ses programmes et activités atteignent leurs objectifs, et donnent un aperçu de la santé globale des industries de la création de l'Ontario.

Les mesures de rendement de l'organisme cadrent parfaitement avec les objectifs stratégiques du ministère, à savoir 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 savoir¹⁰¹. En 2019-2020, Ontario Créatif poursuivra sa collaboration avec ses partenaires gouvernementaux pour assurer la consolidation et la croissance du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario¹⁰².

Un certain nombre de nouvelles mesures de rendement ont été ajoutées en 2017-2018. Le tableau suivant présente les résultats périodiques au 30 septembre 2018 (T2) à l'égard des mesures de rendement clés pour l'exercice 2018-2019. Il présente également des tendances en soulignant, le cas échéant, les résultats définitifs comparables de 2017-2018 et de 2016-2017. Les objectifs des mesures de rendement du Fonds ontarien de promotion de la musique inclus dans le tableau ci-dessous reposent sur un fonds de 15 millions de dollars. Ils seront révisés dans le cadre de l'examen en cours du programme pour tenir compte de la réduction de 8 millions de dollars annoncée dans le Budget de l'Ontario 2019.

Outre ces indicateurs de rendement clés, la direction d'Ontario Créatif surveille les mesures de rendement relatives à l'efficacité et à l'efficacité opérationnelles, ainsi que les paramètres de certains domaines de programmes spécifiques. Bien que le présent plan d'activités n'en fasse pas état, le suivi de ces mesures aide Ontario Créatif à atteindre ses objectifs, à respecter ses engagements en matière d'amélioration continue et à s'assurer qu'il s'acquitte de ses responsabilités en vertu des différentes directives sur l'obligation de rendre des comptes.

¹⁰¹ 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.

¹⁰² Ibid, p. 7.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2018-2019 T1	Résultats trimestriels 2018-2019 T2	Objectif pour 2019-2020	2017-2018 Réels	2016-2017 Réels	2015-2016 Réels	Notes :
Objectif stratégique n° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI							
1. Valeur estimée des crédits d'impôt (millions)	233 \$	147 \$	600 \$	747 \$	509 \$	352 \$	
2. Valeur de levier (montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)							
a) Investissement par le biais des six crédits d'impôt	19,89 \$	33,87 \$	15,00 \$	17,80 \$	18,15 \$	17,08 \$	
b) Investissement par le biais du Fonds du livre	0,57 \$	-	0,57 \$	0,72 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018		
c) Investissement par le biais du Fonds pour la production cinématographique (Production)	-	-	22,00 \$	24,62 \$	24,39 \$	23,41 \$	
d) Investissement par le biais du Fonds pour les produits MIN (Production)	-	-	1,75 \$	2,21 \$	1,79 \$	1,97 \$	
e) Investissement par le biais du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	1,01 \$	-	0,75 \$	0,72 \$	0,97 \$	0,85 \$	
f) Investissement par le biais du Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM)	1,63 \$	3,84 \$	3,10 \$	3,87 \$	4,79 \$	5,05 \$	
g) Investissement par le biais du Programme de veille stratégique	-	-	1,50 \$	1,73 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018		
3. Rendement du capital investi (recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)							
a) Fonds du livre	-	-	2,85 \$	-	2,85 \$	2,69 \$	Note 2
b) Financement de l'exportation (Fonds pour l'exportation et Fonds pour les produits MIN : Développement des marchés internationaux)	-	-	175,00 \$	-	174,54 \$	227,47 \$	Note 2
c) Fonds pour les produits MIN : Aide à la promotion	-	-	2,00 \$	-	Nouvelle mesure en 2017-2018		Note 2
d) Fonds d'aide aux éditeurs de revues	-	-	1,95 \$	-	Note 2	1,20 \$	Note 2
4. Indicateurs de croissance économique et d'emploi du Fonds ontarien de promotion de la musique							
a) Augmentation des recettes brutes des sociétés grâce au FOPM (millions)	Résultats annuels		70,00 \$	Note 2	118,98 \$	17,39 \$	Note 2
b) Investissements et capitaux propres du secteur privé obtenus grâce au soutien du FOPM (millions)	Résultats annuels		6,00 \$	Note 2	9,55 \$	3,55 \$	Note 2
c) Nombre d'emplois créés et/ou préservés grâce aux projets du FOPM (ETP)	Résultats annuels		525	Note 2	538	542	Note 2
5. Autres indicateurs de croissance économique et d'emploi							
a) Nombre de semaines de travail créées et/ou préservées grâce aux projets du Fonds pour les produits MIN et du Fonds pour la production cinématographique	18 324	-	18 000	22 962	20 623	22 676	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2018-2019 T1	Résultats trimestriels 2018-2019 T2	Objectif pour 2019-2020	2017-2018 Réels	2016-2017 Réels	2015-2016 Réels	Notes :
b) Nombre d'éducatrices et d'éducateurs touchés par le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario	-		12 000	Nouvelle mesure en 2018-2019			Note 2
b) Indice de création d'emplois (nombre d'emplois par million de dollars d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		64	-	Note 2	64	Note 3
d) Indice de la qualité des emplois (salaire moyen par emploi)	Résultats annuels		52 928 \$	-	Note 2	52 928 \$	Note 3
e) Indice du RCI économique (PIB par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		3,27 \$	-	Note 2	3,27 \$	Note 3
f) Effet de levier des investissements (fonds du secteur privé par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		1,58 \$	-	Note 2	1,58 \$	Note 3
Objectif stratégique n° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES							
1. Production cinématographique et télévisuelle							
a) Nombre de productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario	38	50	130	137	146	128	
Ontariennes	23	27	70	74	82	83	
Étrangères	15	23	60	63	64	45	
b) Valeur des productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario (millions)	318 \$	436 \$	1 300 \$	1 480 \$	1 324 \$	1 096 \$	
Ontariennes	121 \$	172 \$	500 \$	525 \$	563 \$	559 \$	
Étrangères	198 \$	264 \$	800 \$	955 \$	761 \$	537 \$	
c) Nombre de productions ontariennes et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif	43	43	145	150	140	174	
2. Bureau de Los Angeles							
a) Nombre de pistes générées par le bureau de Los Angeles	81	39	150	216	Nouvelle mesure en 2017-2018		
b) Proportion des projets soutenus par le bureau de Los Angeles tournés en Ontario	26 %	37 %	20 %	34 %	28 %	20 %	
c) Valeur des projets soutenus par le bureau de Los Angeles tournés en Ontario (millions)	227 \$	115 \$	500 \$	953 \$	585 \$	742 \$	
3. Influence des médias sociaux							
a) Score en matière de médias sociaux (Sysomos)	8/10	8/10	8/10	58,4	59,9	59,4	Note 5
b) Nombre de nouveaux abonnements aux chaînes d'Ontario Créatif dans les médias sociaux	628	874	1 000	1 443	Nouvelle mesure en 2017-2018		

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2018-2019 T1	Résultats trimestriels 2018-2019 T2	Objectif pour 2019-2020	2017-2018 Réels	2016-2017 Réels	2015-2016 Réels	Notes :
4. Empreintes médiatiques							
a) Nombre d'empreintes médiatiques (millions)	4,5	136,4	30,0	31,7	33,3	2,7	
b) Nombre d'empreintes médiatiques du Prix littéraire Trillium (millions)	46,5	-	45,0	172,0	49,1	99,5	Note 6
Objectif stratégique n° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION							
1. Aide au développement de l'industrie (Programme de développement de l'industrie, aide à la promotion du secteur, autres aides d'Ontario Créatif au développement de l'industrie)							
a) Nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif	25	11	60	69	Nouvelle mesure en 2017-2018		
b) Nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants et participantes à des initiatives menées ou soutenues par Ontario Créatif	3 589	Note 2	14 000	24 436	Nouvelle mesure en 2017-2018		
c) Nombre de relations/pistes d'affaires établies grâce au soutien du FOPM – Développement de l'industrie de la musique	Résultats annuels		6 000	Note 2	9 308	5 154	
2. Développement des activités à l'étranger							
a) Nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique	3	1	9	17	16	22	
b) Nombre de marchés étrangers dans le cadre desquels des participantes et participants ontariens bénéficient d'un soutien des activités d'exportation	74	50	200	346	284	258	
3. Initiatives collaboratives							
a) Nombre d'activités collaboratives menées par Ontario Créatif	1	2	8	7	Nouvelle mesure en 2017-2018		
b) Nombre de relations d'affaires établies grâce à des rencontres lors d'activités collaboratives	0	0	3 500	1 757	Nouvelle mesure en 2017-2018		
c) Nombre d'accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	1	1	6	6	Nouvelle mesure en 2017-2018		
d) Valeur (le cas échéant) des accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	3 000 \$	5 000 \$	3 000 \$	-	Nouvelle mesure en 2017-2018		
3. Veille stratégique							
a) Nombre de projets de veille stratégique publiés	1	1	8	9	13	9	
b) Nombre de profils sectoriels mis à jour	3	1	8	7	9	5	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2018-2019 T1	Résultats trimestriels 2018-2019 T2	Objectif pour 2019-2020	2017-2018 Réels	2016-2017 Réels	2015-2016 Réels	Notes :
c) Nombre de consultations uniques des profils sectoriels sur le site Web de l'organisme	3 537	3 058	12 000	15 128	Nouvelle mesure en 2017-2018		
d) Nombre de nouveaux documents ajoutés à la Bibliothèque de recherche en ligne	36	36	48	116	Nouvelle mesure en 2017-2018		
e) Nombre de visiteurs uniques de la Bibliothèque de recherche en ligne	908	822	2 500	3 662	Nouvelle mesure en 2017-2018		
Catalyseur stratégique n° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS							
1. Prestation des programmes							
a) Nombre de demandes reçues (fonds et crédits d'impôt)	1 121	353	2 300	2 287	Nouvelle mesure en 2017-2018		Note 1
b) Temps de traitement moyen tous crédits d'impôt confondus (semaines)	38,9	33,5	40,0	41,9	42,5	34,3	
c) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	4,3	4,4	5,0	5,3	7,2	8,8	
d) Nombre total de produits examinés pour crédit d'impôt	1 037	901	3 000	3 047	Nouvelle mesure en 2017-2018		
e) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (temps moyen de traitement des demandes, semaines)	Résultats annuels		28,29	Note 2	Note 2	28,29	Note 3
f) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (coût moyen par demande)	Résultats annuels		869 \$	Note 2	Note 2	869 \$	Note 3
2. Service							
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 065	1 091	4 800	4 779	Nouvelle mesure en 2017-2018		
b) Nombre de demandes de renseignements ministérielles	23	26	60	57	Nouvelle mesure en 2017-2018		
c) Sondage sur la satisfaction de la clientèle (environ tous les 5 ans)	Résultats annuels		S.O.	Réalisé	Nouvelle mesure en 2017-2018		Note 4
Catalyseur stratégique n° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES							
1. Pourcentage de membres du personnel appartenant à l'organisme depuis 5 ans ou plus	Résultats annuels		55 %	62,5 %	Nouvelle mesure en 2017-2018		
2. Pourcentage de membres du personnel ayant des plans d'amélioration du rendement et d'apprentissage	Résultats annuels		95 %	94,4 %	Nouvelle mesure en 2017-2018		
3. Pourcentage de membres du personnel ayant pris part à une ou plusieurs activités de perfectionnement professionnel au cours de l'année	Résultats annuels		80 %	94,4 %	Nouvelle mesure en 2017-2018		

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2018-2019 T1	Résultats trimestriels 2018-2019 T2	Objectif pour 2019-2020	2017-2018 Réels	2016-2017 Réels	2015-2016 Réels	Notes :
4. Sondage des employés de la FPO (écart entre les résultats d'Ontario Créatif et de la FPO au sondage sur la mobilisation des employés)							
a) Indice de mobilisation (2017)	Résultats annuels		+4,0	+4,4	Nouvelle mesure en 2017-2018		
b) Capacité productive (2017)	Résultats annuels		+4,0	+4,6	Nouvelle mesure en 2017-2018		
c) Culture du milieu de travail (2017)	Résultats annuels		+5,0	+5,4	Nouvelle mesure en 2017-2018		
d) Capacité en matière de talents (2017)	Résultats annuels		-1,5	-2,1	Nouvelle mesure en 2017-2018		
e) Leadership (2017)	Résultats annuels		+8,5	+8,5	Nouvelle mesure en 2017-2018		
f) Inclusion (2017)	Résultats annuels		+4,1	+4,1	Nouvelle mesure en 2017-2018		

NOTES :

Le rendement du capital investi (RCI) correspond au montant des recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

La valeur de levier désigne le montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

(1) L'objectif est fonction du nombre de demandes de crédit d'impôt certifiées.

(2) Les résultats ne sont pas encore disponibles.

(3) Les résultats ne sont pas encore disponibles. Il s'agit des résultats de base de l'enquête, ne pouvant pas être comparés directement à ceux des prochains exercices.

(4) Le sondage sur la satisfaction de la clientèle d'Ontario Créatif sera publié en 2017-2018. Il est publié environ tous les cinq ans.

(5) Le score Klout n'existe plus, le score Sysomos a été adopté comme nouvel outil tiers d'analytique des médias sociaux.

(6) Les résultats élevés en 2017-2018 sont attribuables aux activités et dépenses publicitaires additionnelles pour le 30^e anniversaire du Prix Trillium.

X. BUDGET FINANCIER

ORGANISME :

ONTARIO CRÉATIF

(milliers de dollars)

	2019-2020	2020-2021	2021-2022
		PRÉVISIONS	
RECETTES			
Financement du MTCS (note 1)	38 464,2	35 602,5	35 350,3
Recettes propres (note 2)	3 505,3	3 655,3	3 805,3
RECETTES TOTALES	41 969,5	39 257,8	39 155,6
DÉPENSES			
Salaires et avantages sociaux (note 3)	7 952,7	8 115,1	8 013,1
Fonctionnement (note 4)	2 174,0	2 185,7	2 197,6
Subventions	30 554,4	27 652,1	27 652,1
Prestation des programmes	1 288,3	1 304,9	1 292,9
DÉPENSES TOTALES	41 969,5	39 257,8	39 155,6
Surplus/(déficit) net avant les autres postes	0,0	0,0	0,0
Autres postes (financés en puisant dans les réserves de trésorerie) :			
- Initiatives stratégiques limitées dans le temps	885,0	460,0	0,0
- Allocation d'ETP limitée dans le temps	80,0	37,8	261,7
Déficit net avant ponction dans les réserves de trésorerie pour équilibrer le budget	-965,0	-497,8	-261,7
- Ponction dans les réserves de trésorerie pour équilibrer le budget	965,0	497,8	261,7
Déficit effectif	0,0	0,0	0,0
Actif net non affecté de clôture (note 5)	3 936,6	3 438,8	3 177,1

Notes :

(1) La diminution de 2,862 millions de dollars en 2020-2021 est due à l'échéance de deux programmes de financement triennaux : l'initiative de promotion de la diversité (1,5 M\$) et le Fonds

des livres canadiens pour les écoles en Ontario (0,3 M\$), et à des variations dans les recettes différées pour 1,062 million de dollars.

(2) Comprennent les frais d'administration des crédits d'impôts, les intérêts et d'autres recettes.

(3) Comprennent les augmentations connues obtenues par l'unité de négociation.

(4) Comprennent les coûts d'occupation, d'administration, de marketing et de communication, ainsi qu'une inflation annuelle de 2 p. 100 du coût de fonctionnement et des services d'information.

(5) Exclut les futurs versements du loyer des locaux pour 2,8 millions de dollars et les coûts de l'Initiative de départ volontaire/du Programme de départ, estimés à 0,23 million de dollars.

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

Ontario Créatif 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, du service de messagerie électronique, 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 l'organisme. Il lui incombe d'assumer les tâches liées à l'approvisionnement et à la sécurité de cette infrastructure.

Des membres du personnel sont chargés de la maintenance et du fonctionnement de l'infrastructure, ainsi que du service à la clientèle interne et externe. Ils ont également 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 l'organisme et par les utilisateurs et utilisatrices externes de son Portail de demande en ligne (PDL).

SERVICES À LA CLIENTÈLE

Le site Web de l'organisme est sa principale interface avec la clientèle. Cette dernière accède au PDL, à la Photothèque numérique des extérieurs (PNE) et à la Bibliothèque de recherche en ligne (BRL) par l'intermédiaire du site Web. Il constitue également le portail de communication de l'organisme pour informer sur ses programmes et services, et communiquer des nouvelles à l'intention et au sujet des parties prenantes.

Deux bases de données accessibles depuis l'extérieur fournissent des services à la clientèle de l'organisme : la Bibliothèque de recherche en ligne et la Photothèque numérique des extérieurs. Le contenu de ces deux médiathèques 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 du service de la recherche, du Bureau du cinéma et du service de la TI, qui collabore 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 refonte visuelle complète et une expansion du site ultramoderne de la PNE ont été réalisées en 2017. L'amélioration de l'expérience utilisateur/utilisatrice et les nouvelles pages promotionnelles offrent une solution de repérage d'extérieurs sophistiquée qui accroît la compétitivité de la province.

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 l'organisme assure la surveillance du système 24 heures sur 24. Ce travail est effectué à tour de rôle par les membres de l'équipe informatique. Ontario Créatif 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 PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2018-2019

- La vérification de sécurité annuelle de l'organisme a été réalisée au début de l'exercice 2018-2019 et toutes les vulnérabilités décelées ont été résolues.
- Le Production Guide du Bureau du cinéma a été migré avec succès du site Web de l'organisme vers la Photothèque numérique des extérieurs.
- L'organisme a accompli la première phase de sa transition vers une version infonuagique d'Office 365 dans le cadre de son effort de modernisation des systèmes informatiques.
- L'équipe informatique continue d'affiner l'utilisation de SharePoint, qui a été mis en place dans tout l'organisme en 2017-2018.
- Une refonte du site Web d'Ontario Créatif est en cours. Une version rhabillée en utilisant la nouvelle image de marque de l'organisme a été réalisée en 2018-2019, mais le site Web recevra de nouvelles mises à jour pour veiller à ce qu'il satisfasse ou surpasse les exigences de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* qui entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2021.
- L'organisme est en bonne voie de mener à bien le projet concernant les paiements électroniques, qui consiste à les appliquer au versement des subventions ainsi qu'à la collecte des frais d'administration des crédits d'impôt d'ici à la fin de l'exercice financier.

PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES

Ontario Créatif assure la prestation électronique des services à la clientèle par le biais du Portail de demande en ligne (PDL). Tous les auteurs de demande au titre des initiatives pour l'industrie, du Fonds ontarien de promotion de la musique, du Programme de veille stratégique ou du Programme des crédits d'impôt doivent obligatoirement présenter leur demande 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 livrables, le PDL permet à la clientèle de vérifier l'état de ses demandes. Les tâches de maintenance et d'assistance technique liées 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 l'organisme 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.

PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2019-2020

- Des améliorations importantes du PDL et de la base de données de l'organisme pour offrir une meilleure expérience utilisateur/utilisatrice ont été entamées en 2018-2019. Ces travaux se poursuivront en 2019-2020. Une mise à jour majeure du système de gestion des relations avec la clientèle (GRC) de l'organisme sera également réalisée en 2019-2020.
- Dans le cadre de la refonte du site Web, de nouveaux outils améliorant l'expérience utilisateur/utilisatrice seront élaborés, notamment un calculateur du montant estimatif de crédit d'impôt et un outil permettant de déterminer si une région spécifique se trouve à l'intérieur ou à l'extérieur de la RGT aux fins de la prime régionale.
- La modernisation des réseaux informatiques de l'organisme se poursuivra, notamment par la colocalisation de ses serveurs dans un centre de données externe aux fins de la continuité des services.

XII. INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT

En sa qualité d'organisme qui administre des programmes de subventions et de crédits d'impôt, Ontario Créatif 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, Ontario Créatif définit des attentes, conclut et met en œuvre des ententes, surveille les projets mis en place, prend des mesures correctives, le cas échéant, et présente des rapports sur les répercussions de son financement. Les risques de chaque dossier sont régulièrement évalués et atténués par le personnel d'Ontario Créatif, avant d'être présentés à la direction en cas de besoin. Afin d'améliorer son efficacité et son rendement, l'organisme 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 Ontario Créatif 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 et productrices en Ontario et de soutenir les créateurs et créatrices de contenu pour écran de la province.
- Créé en juin 2003, le partenariat permet 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.
- Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau.

GROUPE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE TORONTO (TIFFG)

- Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MTCS pour financer annuellement (à hauteur de 815 000 \$ en 2018-2019) 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 Cinematheque.
- En 2018-2019, l'organisme 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 TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de vente internationales pour les producteurs et productrices pendant le festival, et 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

COCRÉATION

- Ontario Créatif s'associe à Screen Australia, à la New Zealand Film Commission, au British Film Institute, à l'Irish Film Board et à Creative Scotland pour mettre en œuvre cette initiative de développement des activités de coproduction au sein de l'industrie du long métrage.
- Ontario Créatif a initié et supervisé cette initiative afin de mieux faire connaître l'industrie et de créer des débouchés pour les producteurs et productrices ontariens, et de placer l'organisme, l'industrie et la province sur l'échiquier mondial.
- Le programme a fait ses débuts au TIFF 2017, plus de 30 producteurs et productrices de longs métrages ayant eu plus de 200 réunions d'affaires entre pays anglophones.
- En 2018-2019, CoCréation a eu lieu au Festival de Cannes et au TIFF.

STANDS DU CANADA À L'ÉTRANGER

- Ontario Créatif s'associe avec Téléfilm Canada et d'autres provinces pour installer des « stands » sous la marque Canada sur les principaux marchés internationaux des secteurs

du cinéma et de la télévision, afin de permettre aux producteurs et productrices 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 activités de réseautage.

- Ontario Créatif contribue de manière significative à assurer la présence du Canada sur les marchés suivants : le Festival de Cannes, le MIP-TV, le MIPCOM, Sunnyside of the Doc, le Festival international du film de Toronto et le Festival du film de Berlin. Ontario Créatif assure également la présence de partenaires sur des marchés internationaux tels que SXSW, le Reeperbahn Festival, Kidscreen et la Game Developers Conference.
- Enfin, Ontario Créatif s'associe 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 et productrices de faire des affaires. À titre d'exemple, citons l'American Film Market.

XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2019-2020

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. L'exercice 2019-2020 est le troisième dans la mise en œuvre du nouveau plan stratégique quinquennal de l'organisme.

Ontario Créatif a déjà réalisé des progrès à l'égard de nombreuses initiatives décrites dans le plan stratégique. En voici quelques exemples :

- Soutien accru d'initiatives pour le marketing et la distribution par le biais du Fonds pour la production cinématographique et du Fonds pour les produits MIN
- Révision des lignes directrices de tous les programmes de financement sélectifs pour inclure une bonification liée à la diversité (de la société et/ou du projet)
- Lancement d'un nouveau Programme de veille stratégique
- Création et officialisation d'une nouvelle réunion intersectorielle des comités consultatifs de l'industrie
- Lancement de la nouvelle image de marque Ontario Créatif
- Établissement de partenariats privés et publics pour cibler des initiatives spécifiques et tirer profit de ressources existantes
- Réalisation de progrès à l'égard de plusieurs objectifs opérationnels concernant notamment les paiements électroniques, et les mises à jour du GRC et du site Web pour améliorer l'expérience utilisateur/utilisatrice/des auteurs de demande

Le tableau ci-dessous dresse la liste des activités spécifiques qui seront menées en 2019-2020 dans le cadre des trois objectifs et des deux catalyseurs stratégiques.

PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2019-2020

N ^o	OBJECTIF	TACTIQUE 2019-2020
OBJECTIF STRATÉGIQUE N^o 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI		
1	Soutenir la modernisation des crédits d'impôt en Ontario	a. Identifier et appuyer des modifications des critères d'admissibilité aux crédits d'impôt de l'Ontario; mettre en œuvre les modifications réglementaires et législatives
2	Mettre régulièrement à jour les paramètres des programmes pour s'assurer qu'ils sont modernes et souples, et optimiser l'impact du rôle d'Ontario Créatif dans la chaîne de valeur	b. Continuer d'étudier les possibilités d'investir dans des programmes à l'échelle des sociétés, en plus du financement visant des projets c. Poursuivre la mise en œuvre de critères de programmes et de lignes directrices de financement révisés
3	Explorer de nouvelles sources de capital d'investissement et/ou de modèles de financement pour soutenir la croissance de l'industrie (par exemple, garantie de prêt, facilité de prêt, capital providentiel/de risque)	d. Réévaluer l'activité dans ce domaine en 2021, lorsque l'organisme aura une meilleure idée de l'impact et des résultats des améliorations apportées aux processus opérationnels liés aux crédits d'impôt
OBJECTIF STRATÉGIQUE N^o 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES		
4	Promouvoir l'Ontario en tant que lieu d'investissement étranger et de développement au sein des industries de la création	e. Continuer d'exploiter les occasions prioritaires de faire de la promotion

5	Amplifier l'exposition nationale et internationale, et exporter des possibilités pour les entreprises et le contenu en Ontario	f. Poursuivre la mise en œuvre de services, programmes et partenariats nouveaux/affinés
6	Rafraîchir l'image de marque et les communications d'Ontario Créatif pour soutenir les activités de promotion	g. Inviter les parties prenantes à afficher, dans la mesure du possible, la nouvelle image de marque et des messages clés sur l'Ontario
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION		
7	Stimuler la collaboration intersectorielle novatrice au sein des industries de la création et avec les partenaires du secteur parapublic	h. Mettre en œuvre et évaluer constamment des initiatives de développement de l'industrie et de partenariat
8	Optimiser l'impact des programmes d'Ontario Créatif en incorporant la connaissance des affaires et en tirant parti des partenariats	i. Poursuivre la mise en œuvre de l'approche révisée concernant la veille stratégique
9	Faciliter les occasions de partenariat commercial national et international pour les entreprises de l'Ontario	j. Continuer de favoriser les occasions pour l'industrie de dialoguer avec des partenaires des secteurs parapublic et privé
CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS		
10	Continuer de simplifier les processus et procédures à l'interne	k. Mettre en œuvre de façon continue les recommandations pour l'avenir de l'examen des processus opérationnels
11	Examiner les priorités des programmes et la capacité de prestation au sein de l'organisme pour veiller à ce que l'accent soit mis sur les activités de grande valeur	l. Examiner constamment les programmes en veillant à leur alignement sur les exigences et le cycle d'examen annuel de l'organisme m. Ajuster l'offre en matière de programmes et de services en fonction de l'examen des résultats
12	Simplifier la production de rapports pour se concentrer sur une mesure de rendement et des résultats transparents	n. Poursuivre l'automatisation des mesures du rendement, en évaluer l'impact pour ce qui est d'accroître l'efficacité et l'efficience de la production de rapports o. Mettre à l'essai l'utilisation d'un logiciel de gestion des résultats de rendement
CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES		
13	Continuer à privilégier l'évolution de la culture d'Ontario Créatif pour respecter ses valeurs et celles du gouvernement	p. Élaborer un plan d'action pour résoudre les problèmes identifiés par le biais du sondage sur la mobilisation des employés de la FPO
14	Attirer et retenir les meilleures personnes, et les soutenir pour qu'elles puissent exceller	q. Veiller au maintien de pratiques d'embauche ouvertes et équitables pour favoriser le recrutement de talents de grande qualité r. Uniformiser le processus de socialisation organisationnelle

		s. Mettre en place des pratiques cohérentes et transparentes en matière de perfectionnement professionnel
--	--	---

XIV. PLAN DE COMMUNICATION

APERÇU

Les activités de communication d'Ontario Créatif assurent la promotion de l'Ontario comme le berceau des secteurs de la création les plus dynamiques et les plus économiquement importants du Canada. Les consommateurs et consommatrices, les créatrices et créateurs de contenu, et les gouvernements découvrent que l'Ontario est l'épicentre de l'activité musicale du Canada, un des plus grands centres de production cinématographique et télévisuelle d'Amérique du Nord, la première industrie de l'édition de livres au Canada, le centre de publication de plus de la moitié des revues du pays, et une plaque tournante de la production de contenu numérique primé.

En 2017, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), fonctionnant désormais sous le nom d'Ontario Créatif, a élaboré et lancé un plan stratégique quinquennal. L'un des points clés de cette stratégie consistait à rebaptiser l'organisme et à créer une nouvelle identité visuelle. Le lancement couronné de succès de la marque Ontario Créatif a eu lieu en septembre 2018. Le changement a été opéré pour mieux servir les industries de la création soutenues par l'organisme, faire en sorte que son identité visuelle reste actuelle et répondre aux normes les plus récentes en matière d'accessibilité.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

1. Faire état de la valeur et de l'impact des programmes et activités d'Ontario Créatif au travers des retombées économiques, des emplois de valeur et de la contribution culturelle que génèrent les industries de la création de la province en Ontario
2. Positionner l'Ontario comme étant ouvert aux affaires, et comme un lieu de prédilection pour créer et faire croître des sociétés de production de contenu créatif, donnant accès à des talents de premier rang, des infrastructures et des programmes d'aide gouvernementale compétitifs
3. Améliorer la reconnaissance, à l'échelle locale, nationale et internationale, des industries de la création de l'Ontario, de leurs sociétés et de leurs contenus, mettant Ontario Créatif en valeur comme investisseur, partenaire et catalyseur
4. Intensifier le sentiment de fierté chez les consommatrices et consommateurs ontariens et favoriser la notoriété et la découvrabilité du contenu créatif captivant et de premier ordre réalisé en Ontario

PUBLIC

- **Interne** : le MTCS et les autres ministères pertinent du gouvernement, le conseil d'administration d'Ontario Créatif, les membres des comités consultatifs de l'industrie et le personnel d'Ontario Créatif.
- **Externe** : les sociétés, entrepreneurs et entrepreneuses de l'industrie de la création, les associations professionnelles du secteur, les producteurs, productrices et studios de cinéma et de télévision étrangers, les médias spécialisés (par exemple Playback, Quill and Quire), les médias généraux, les citoyens et citoyennes de l'Ontario.

APPROCHE

- Ontario Créatif consulte des conseillers et conseillères en relations médias et des spécialistes pour élaborer et affiner des plans médias ciblant des publics locaux, nationaux et internationaux.

- L'organisme adapte ses messages clés et synchronise ses stratégies en matière de médias traditionnels et sociaux avec le paysage médiatique en pleine expansion.
- Les communications de l'organisme incluent une politique proactive de main tendue vers les communautés diverses de l'Ontario. Par conséquent, les produits et stratégies promotionnels incluent une représentation de la population de l'Ontario dans l'ensemble de la terminologie et des activités de communication.
- L'organisme dialogue avec les partenaires, les parties prenantes et le public à l'aide des plateformes de médias sociaux (par exemple Facebook, YouTube, LinkedIn et Instagram).
- Les communications permettent d'appuyer les manifestations et activités de l'organisme, comme le Prix Trillium, De la page à l'écran et d'autres activités de réseautage interentreprises, grâce à des campagnes et documents de promotion, selon les besoins.
- Ontario Créatif parraine des manifestations qui offrent une exposition maximale aux parties prenantes de l'organisme, dans l'intérêt des industries de la création de l'Ontario.

MESSAGES CLÉS

- Souligner le fait que les six secteurs d'Ontario Créatif génèrent 57 000 emplois de qualité et 7 milliards de dollars d'activité économique ainsi que de solides retombées financières pour la province, tout en améliorant la qualité de vie des citoyens et citoyennes de l'Ontario.
- Miser sur le lancement réussi de la marque Ontario Créatif avec des campagnes promotionnelles simples et efficaces, telles que *Nouveau nom. Même passion.* et *Fiers de jouer un rôle de soutien*, pour sensibiliser à l'organisme et positionner l'Ontario comme lieu de prédilection pour la création de contenu.
- Promouvoir le Bureau du cinéma de l'Ontario en qualité de « concierge » des industries de la production de contenu pour écran, offrant des services de liaison et servant de portail d'accès à des incitatifs financiers, à des équipes de grande qualité, à un réservoir de talents reflétant la diversité dans le monde, à plus de 10 000 extérieurs, à des studios de premier ordre (avec de nouvelles installations en cours de construction) et à des services de postproduction de pointe, tous à même de soutenir la concurrence mondiale.
- Travailler en collaboration avec des organismes partenaires pour tirer parti des ressources, y compris les occasions de faire de la promotion et du parrainage (par exemple les prix Juno, les prix Écrans canadiens).