

ONTARIO
CRÉATIF
PLAN D'ACTIVITÉS
2026-2027



2 mars 2026

CONTENU

LISTE DES SIGLES UTILISÉS	2
I. RÉSUMÉ	0
II. MANDAT	2
III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT	5
IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES	18
V. TOUR D'HORIZON DES PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME	23
VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS	44
VII. ATTÉNUATION DES RISQUES : STRATÉGIES DE DÉTECTION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES	45
VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL	45
IX. MESURES DU RENDEMENT	48
X. BUDGET FINANCIER	60
XI. PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET À LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES	61
XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES AVEC DES TIERS	63
XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2026-2027	64
XIV. PLAN DE COMMUNICATION	68
XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE D'INSTRUCTIONS ADRESSÉE À L'ORGANISME	70
XVI. INVENTAIRE DES CAS DE RECOURS À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	73
ANNEXE A – REGISTRE DES RISQUES	75

LISTE DES SIGLES UTILISÉS

ACASE : Académie canadienne des arts et des sciences de l'enregistrement
ACMS : Association canadienne de musique sur scène
ACEUM : Accord Canada–États-Unis–Mexique
ACP : Association of Canadian Publishers
ACPM : Association canadienne des producteurs médiatiques
ALD : Association canadienne du logiciel de divertissement
AOR : Activités opérationnelles et recherche
ARC : Agence du revenu du Canada
AVOD : Ad-supported video on demand (vidéo à la demande financée par la publicité)
BCPAC : Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens
BOPM : Bureau ontarien de promotion de la musique
BRL : Bibliothèque de recherche en ligne
CdP : Communauté de pratique
CIERA : Creative Industries Economic Results Assessment (évaluation des résultats économiques des industries de la création)
CIOES : Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore
CIOESAI : Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques
CIOME : Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition
CIOPMIN : Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques
CIOSP : Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production
CIPCTO : Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne
CRTC : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
ETP : Équivalent temps plein
EVO : Écran vert Ontario
FFI : Forum sur le financement international
FMC : Fonds des médias du Canada
FOIIM : Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique
FPO : Faire progresser l'Ontario
FPO : Fonction publique de l'Ontario
GCR : Guilde canadienne des réalisateurs
GRC : Gestion des relations avec la clientèle
HOMAD : Heads of Media, Arts and Design
IA : Intelligence artificielle
IIPS : Investissement dans l'industrie et promotion du secteur

INF : Ministère de l'Infrastructure
IPC : Indice des prix à la consommation
IRC : Indicateur de rendement clé
KEDC : Kingston Economic Development Corporation
LAPHO : Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario
LGC : Lieutenant-gouverneur ou lieutenante-gouverneure en conseil
MCUERS : Ministère des Collèges et Universités, de l'Excellence en recherche et de la Sécurité
MDECEC : Ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce
MFO : Ministère des Finances
MIN : Multimédia interactif numérique
MSPEA : Ministère des Services au public et aux entreprises et de l'Approvisionnement
MTCJ : Ministère du Tourisme, de la Culture et des Jeux
MTR : Ministère du Travail
PDG : Président-directeur général ou présidente-directrice générale
PDI : Programme de développement de l'industrie
PDL : Portail de demande en ligne
PE : Protocole d'entente
PI : Propriété intellectuelle
PIB : Produit intérieur brut
PNE : Photothèque numérique des extérieurs
PVS : Programme de veille stratégique
RA : Réalité augmentée
RCI : Rendement du capital investi
RGT : Région du grand Toronto
RH : Ressources humaines
RPV : Réseau privé virtuel
RV : Réalité virtuelle
SAS : Serial Attached SCSI (unités SCSI interconnectées en série)
SEFPO : Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario
TCAC : Taux de croissance annuel composé
TI : Technologie de l'information
TIFF : Toronto International Film Festival (Festival international du film de Toronto)
TPC : Télévision par contournement
VADA : Vidéo à la demande par abonnement
WCAG AA : Web Content Accessibility Guidelines Level AA (Règles pour l'accessibilité des contenus Web Niveau AA)
XR : Réalité étendue

I. RÉSUMÉ

Dans son plan stratégique 2023-2027, *Dynamiser l'économie du secteur de la création de l'Ontario*, Ontario Créatif a défini la voie qu'il comptait suivre pour stimuler la croissance commerciale et les investissements au sein des industries ontariennes de la production de contenu pour écran, de l'édition et de la musique, soit des industries de classe mondiale, et raviver l'intérêt de la planète entière à leur égard. En 2026-2027, l'organisme s'efforcera de mener à terme les stratégies et les mesures qui y figurent, avant de se tourner vers l'élaboration de son nouveau plan stratégique pluriannuel.

Entre la dynamique fluctuante du marché américain, l'avènement de l'intelligence artificielle (IA) générative et la modification continue des schémas de consommation, les industries de la création de l'Ontario opèrent dans un environnement en constante évolution. C'est la raison pour laquelle les secteurs provinciaux de la production de contenu pour écran, de l'édition et de la musique sont agiles, résilients et capables de s'adapter à la mutation des modèles commerciaux, des plateformes et des environnements économiques. Nous sommes fiers du rôle que les programmes et services d'Ontario Créatif jouent pour aider ces sociétés à continuer de s'adapter, de croître et de réussir dans un milieu mondial de la production de contenu de plus en plus concurrentiel.

Les industries de la création de l'Ontario sont des modèles de réussite commerciale, produisant des contenus qui sont salués par la critique et appréciés au Canada et dans le monde entier.

- Compte tenu d'une croissance proche de 40 p. 100, l'industrie ontarienne du cinéma et de la télévision a rebondi après le ralentissement de 2023, contribuant à hauteur de 2,6 milliards de dollars à l'économie de la province en 2024 et créant plus de 34 000 emplois directs et indirects équivalents temps plein (ETP) de grande valeur pour les Ontariennes et les Ontariens.
- Treize longs métrages ayant bénéficié de l'appui d'Ontario Créatif ont été projetés lors de l'édition 2025 du Festival international du film de Toronto (TIFF) : *Aki*, *Blood Lines*, *Honey Bunch*, *Little Lorraine*, *Meadowlarks*, *Mile End Kicks*, *Modern Whore*, *Nika & Madison*, *Nirvana The Band The Show The Movie*, *Out Standing (Seule au front)*, *Sk+te'kmujue'katik (At the Place of Ghosts)*, *Steal Away* et *Youngblood*.
- À Toronto, en juin 2025, Ontario Créatif a présenté huit jeux multimédias interactifs numériques (MIN) soutenus pendant le XP Game Summit : *Raze Vol.1*, *The Light Within*, *Deep Dish Dungeon*, *Sky of Tides*, *Scaravan 66*, *Longstory 2*, *Robots at Midnight* et *Elsewhere Electric*.
- Parmi les finalistes et gagnants des Prix du magazine canadien et du magazine canadien B2B 2025, figuraient plusieurs titres bénéficiant du soutien d'Ontario Créatif, notamment *The Walrus*, *Literary Review of Canada*, *Watershed*, *Broadview* et *Cottage Life*.
- En février 2025, le film appuyé par Ontario Créatif *Any Other Way: The Jackie Shane Story (Vivre et laisser vivre : la voix de Jackie Shane)* s'est vu décerner le prix Rogers du meilleur documentaire lors des Toronto Film Critics Awards.
- Les récompenses du Prix littéraire Trillium/Trillium Book Award 2025, ayant mis à l'honneur 16 finalistes et 4 lauréats, ont été attribuées en juin 2025. Cette initiative permet de faire mieux connaître les autrices et auteurs ontariens, puisqu'elle a notamment donné lieu cette année à 46 articles dans les médias ayant entraîné plus de 55 millions d'impressions médiatiques, 4,8 millions d'impressions de communiqués et 2,3 millions d'impressions dans les médias sociaux.
- La moitié (50 p. 100) des finalistes des prix JUNO 2025 provenaient de l'Ontario et 15 p. 100 de ces finalistes ontariens avaient bénéficié d'un soutien de la part du Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM), y compris The Beaches (groupe de l'année), Aqyila (enregistrement R&B contemporain de l'année) et Mustafa (vidéoclip de l'année, auteur-compositeur de l'année).

Le présent plan d'activités explique comment Ontario Créatif entend tirer parti de ses ressources existantes pour satisfaire aux attentes énoncées dans la lettre d'instructions pour 2026-2027 du ministre du Tourisme, de la Culture et des Jeux (MTCJ) et aux engagements pris dans son plan stratégique. La série d'activités et de stratégies proposée dans le présent plan d'activités reflète notre engagement à faire nôtres les priorités du gouvernement

pour ce qui est de Protéger l'Ontario, à l'image de nos efforts de diversification des possibilités de développement des activités s'offrant aux sociétés des industries ontariennes de la création à l'échelle nationale aussi bien qu'internationale, et ce, afin d'accroître leur résilience dans un contexte économique marqué par des relations difficiles avec les États-Unis et une incertitude générale. Toujours déterminés à fournir de meilleurs services aux Ontariens et aux Ontariennes grâce à une variété de mesures nouvelles ou existantes, nous élaborerons, en 2026-2027, un plan d'action pluriannuel visant à traduire sur le plan opérationnel les commentaires glanés par l'intermédiaire de notre sondage sur la satisfaction de la clientèle, qui ont mis en lumière des possibilités d'améliorer notre offre numérique, de stimuler l'innovation et d'accroître notre efficacité. En outre, nous cherchons en permanence à encourager l'innovation et l'optimisation des ressources financières et à faire en sorte de respecter nos priorités, tout en faisant un usage efficace de l'argent public et en observant l'ensemble des exigences et des directives de la fonction publique de l'Ontario (FPO) liées à la gestion de la main-d'œuvre et aux contrôles financiers.

La lettre d'instructions pour 2026-2027 énonce également des objectifs clés propres à Ontario Créatif, lesquels constituent des thèmes majeurs tout au long du présent plan d'activités, à savoir :

- continuer de gagner en efficacité dans l'administration des crédits d'impôt destinés aux médias culturels en veillant à respecter, au plus tard à la fin du deuxième trimestre de l'exercice 2026-2027, un délai de prestation des services de 12 semaines;
- continuer d'améliorer la croissance économique et la compétitivité des industries de la création de l'Ontario en travaillant en étroite collaboration avec les partenaires gouvernementaux;
- poursuivre la mise en œuvre du plan stratégique de l'organisme pour son dernier exercice, en prêtant une attention particulière à la mesure du rendement et au rendement du capital investi (RCI) par la province. (Traduction libre)

Dans son plan d'activités, l'organisme présente un budget équilibré, n'exigeant aucune augmentation des ressources financières ou humaines. Les dépenses en 2026-2027 devraient s'élever à 41,2 millions de dollars, initiatives à durée limitée non comprises. Les revenus pour 2026-2027 devraient se chiffrer à 42,5 millions de dollars (financement de fonctionnement de 36,2 millions de dollars octroyé par le MTCJ et revenus propres de 6,2 millions de dollars, y compris les revenus provenant des frais d'administration des crédits d'impôt, des intérêts et d'autres produits).

Nos renseignements financiers les plus récents prévoient 5,1 millions de dollars de réserves de trésorerie non engagées pour 2026-2027, permettant de saisir les possibilités qui se présentent et de satisfaire les besoins de développement de l'industrie auxquels il n'est pas possible de répondre dans le cadre des paramètres des fonds de base. L'organisme s'est engagé à présenter chaque année un budget équilibré et a constamment fait mieux que prévu en effectuant un versement annuel dans les réserves de trésorerie.

En 2026-2027, Ontario Créatif déclenchera, pour un montant total de 990 000 dollars, une série d'importantes initiatives à durée limitée qui viendront compléter et élargir les programmes existants et contribueront à la réalisation des engagements pris dans son plan stratégique, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes chez les parties prenantes et en limitant le surplus de travail pour les ressources humaines (RH). Il s'agira notamment d'élaborer un nouveau plan stratégique pluriannuel, de prendre une série de mesures sur la base des résultats de notre dernier sondage sur la satisfaction de la clientèle et de continuer de mettre l'accent sur des projets ciblés de développement de la main-d'œuvre.

En 2026-2027, Ontario Créatif est déterminé à continuer de concrétiser les priorités gouvernementales définies dans la lettre d'instructions, de même que les initiatives décrites dans son plan stratégique 2023-2027. En donnant la priorité à des activités qui protègent l'Ontario, offrent de meilleurs services et encouragent l'innovation et l'optimisation des ressources, Ontario Créatif entend continuer de s'acquitter de son mandat et de créer de la valeur tant pour les entreprises que pour les contribuables.

Au vu des frictions commerciales persistantes avec les États-Unis, Ontario Créatif continuera de surveiller l'impact des droits de douane et d'autres initiatives commerciales, et travaillera avec le MTCJ à l'élaboration de stratégies

visant à en atténuer l'impact pour les industries de la création de l'Ontario. En 2026-2027, l'organisme s'attachera à faire progresser ses activités internationales et sa présence sur d'autres marchés d'une part, et à aider les sociétés des industries de la création à diversifier leurs modèles de recettes et leur présence sur les marchés internationaux.

Les programmes et les services de base d'Ontario Créatif continuent de produire de solides résultats pour la province et les industries de la création de l'Ontario. Comme en témoigne le plan d'activités, ces programmes et services ont été focalisés sur un ensemble de priorités qui sont critiques pour assurer la prospérité de l'économie de la création en Ontario. Les priorités de l'organisme pour l'année à venir concordent avec celles énoncées dans le plan stratégique :

- Renforcer les capacités
- Doper la croissance
- Stimuler l'investissement
- Favoriser le développement international
- Offrir une expérience client exceptionnelle
- Développer le pouvoir d'agir des équipes

Ces thèmes imprègnent aussi bien les programmes de base que les initiatives à durée limitée qu'Ontario Créatif se propose d'entreprendre en 2026-2027.

Ontario Créatif se donne du mal pour apporter aux industries de la création de la province un appui flexible, efficace et axé sur la clientèle. Nous sommes fiers du rôle que jouent nos programmes et nos services dans la croissance et le développement d'entreprises et de secteurs solides et prospères et dans l'attractivité de l'Ontario pour les investissements intérieurs et étrangers.

Nous avons la certitude que, portées par les initiatives décrites dans le présent plan d'activités et par les orientations figurant dans notre plan stratégique 2023-2027, les industries de la création de l'Ontario seront à même de créer des emplois et de favoriser la prospérité économique dans la province en prenant appui sur ses solides fondations : une infrastructure de premier plan, une main-d'œuvre qualifiée, un environnement commercial dynamique et compétitif et des politiques publiques favorables.

II. MANDAT

Ontario Créatif est un organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario initialement créé en tant que Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario 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. Ontario Créatif a fonctionné sous le nom légal de Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario jusqu'au 6 juin 2024. À la suite de l'adoption d'une modification au Règlement de l'Ontario 672/00 pris en application de la *Loi sur les sociétés de développement* (le Règlement de l'Ontario 232/24), en vigueur le 7 juin 2024, le nom a été légalement changé pour Ontario Créatif.

OBJECTIFS

Aux termes du Règlement, Ontario Créatif a pour mission de stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario par les moyens suivants :

- a) en contribuant au développement continu d'un climat d'affaires en Ontario qui favorise la croissance de l'industrie des médias culturels et l'augmentation des nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production en Ontario;
- b) en facilitant et en appuyant l'innovation, l'inventivité et l'excellence dans l'industrie des médias culturels en Ontario par la stimulation de la production créatrice, de l'innovation des modes de présentation et de la

création de nouveaux modèles de collaboration entre les différents secteurs de l'industrie des médias culturels;

- c) en favorisant et en facilitant la coopération entre différentes entités au sein de l'industrie des médias culturels et entre les secteurs public et privé afin de stimuler les synergies pour le développement de produits et la création de produits porteurs d'un contenu canadien original;
- d) en aidant à la promotion et à la commercialisation de l'industrie des médias culturels de l'Ontario comme chef de file mondial;
- e) en administrant les programmes provinciaux de crédits d'impôt ainsi que d'autres programmes et initiatives qu'exigent les lois ou un ministre du gouvernement de l'Ontario;
- f) en jouant le rôle de catalyseur de l'information, de la recherche et du développement technologique dans l'industrie des médias culturels à l'échelle provinciale, nationale et internationale.

GOUVERNANCE ET RELATIONS AVEC LES MINISTÈRES

Ontario Créatif est responsable devant le MTCJ 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 productrices et producteurs de l'Ontario à créer du contenu multimédia compétitif sur la scène internationale, qui génère des emplois au sein de l'économie du savoir de l'Ontario. Organisme essentiel à la prestation de programmes et d'activités à destination des industries des médias de la création de la province, Ontario Créatif concourt à la réalisation de l'objectif du ministère consistant à favoriser l'expansion de ces industries pour stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation.

Les initiatives présentées dans le plan d'activités concordent avec notre lettre d'instructions. On trouvera des précisions à cet égard dans la section XV (Réponse aux attentes énoncées dans la lettre d'instructions de l'organisme).

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 (MDECEC) en ce qui concerne la prestation des programmes et le maintien des relations avec les parties prenantes. L'organisme prend une part active au renforcement des partenariats avec les autres ministères, s'il y a lieu, afin de tirer le meilleur parti des possibilités pour les parties prenantes et d'accéder à des ressources qui favorisent l'accomplissement de son mandat.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ontario Créatif est régi par un conseil d'administration qui se compose au plus de 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. Il compte quatre comités permanents (gouvernance, audit, planification stratégique et communications). Le conseil d'administration d'Ontario Créatif se compose actuellement de 16 membres :

Diana Arajs	Yura Monestime
Aaron Campbell (président)	Edith Myers Roger Nair (vice-président)
Michael Ceci	Rekha Shah
Tina Cole	Magali Simard
Aldo Di Felice	Carolyn Stamegna
Philip Forte	Holly Thompson
Vincent Georgie	Kenneth Whyte
Peter-Julian (PJ) Lee	

PRÉSIDENCE-DIRECTION GÉNÉRALE ET MEMBRES DU PERSONNEL

Le président-directeur général ou la présidente-directrice générale (PDG) rend compte au conseil d'administration et au ou à la sous-ministre du Tourisme, de la Culture et des Jeux. Il lui incombe de gérer les programmes et les 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 81 personnes, dont 10 ETP temporaires relevant du Syndicat des employés de la fonction publique de l'Ontario (SEFPO) affectés à l'organisme en 2024-2025 pour contribuer à réduire la file d'attente des demandes de crédit d'impôt.

RAPPORT ANNUEL, AUDIT ET INVESTISSEMENTS

Ontario Créatif est tenu de remettre au ou à la ministre un rapport annuel de ses activités, y compris des états financiers audités et tout autre document qu'il ou elle demande. L'audit est mené 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 placements dans lesquels l'organisme peut investir. Compte tenu de ces paramètres, la stratégie d'investissement de l'organisme est élaborée en consultation avec le comité d'audit du conseil d'administration et approuvée par le 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 aux orientations générales du comité d'audit.

ACCESSIBILITÉ ET DIVERSITÉ

Ontario Créatif soutient activement toutes les lois et directives de l'Ontario en matière d'accessibilité, notamment le Règlement de l'Ontario 191/11 (Normes d'accessibilité intégrées) pris en application de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario (LAPHO)*. Aux termes de ces lois et directives, administrées par la Direction générale de l'accessibilité pour l'Ontario, l'organisme doit se conformer aux règles édictées et tous les membres du personnel doivent être formés et sensibilisés aux obligations découlant de la *LAPHO*.

Les politiques et le plan pluriannuel d'accessibilité de l'organisme sont affichés sur son site Web. Fin 2022, il a lancé son Plan pluriannuel d'accessibilité 2023-2027, dans lequel il expose les réalisations qu'il a accomplies durant la période couverte par le plan précédent (2018-2022) et présente les stratégies et les mesures qu'il compte mettre en place dans des domaines prioritaires, à savoir le service à la clientèle équitable, les communications accessibles par voie numérique, l'emploi inclusif, les installations sans obstacle, les processus d'approvisionnement accessibles et l'exemplarité en tant que chef de file. Élaboré avec la contribution de diverses sources, notamment un groupe consultatif de l'accessibilité, il consiste, pour 2026-2027, à :

- maintenir un site Web conforme aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0, appliquer les principes d'accessibilité à nos événements virtuels et veiller à ce que l'accessibilité continue de constituer une perspective dans toute planification ou restructuration de produits de communication et de plateformes d'offre de services (par exemple, Portail de demande en ligne [PDL], Photothèque numérique des extérieurs [PNE], Bibliothèque de recherche en ligne [BRL]);
- continuer de favoriser l'accessibilité aux événements, notamment en veillant à ce que ceux-ci se déroulent dans des lieux accessibles aux personnes handicapées;
- suivre les conclusions de l'examen du caractère équitable et accessible des lignes directrices des programmes nouveaux et/ou récemment révisés afin d'améliorer l'accessibilité pour les groupes susceptibles de rencontrer des obstacles à différentes étapes du processus de demande;
- amorcer le processus d'élaboration d'un nouveau Plan pluriannuel d'accessibilité, qui comprendra la consultation des personnes handicapées, des personnes sourdes et des personnes confrontées à des obstacles d'accès à la technologie. Pendant la mise au point du nouveau plan, l'organisme continuera de progresser dans le déploiement des initiatives nécessaires à la tenue des engagements énoncés dans le plan actuel.

Dans le cadre de son Comité de participation des employés et dans la droite ligne des engagements pris dans son plan stratégique, l'organisme a élaboré un plan d'action pour la diversité et formé un groupe d'étude sur la diversité et l'inclusion. Il 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 sous-représentés. Il poursuivra son travail

de sensibilisation afin que ses services soient mis en avant et accessibles aux particuliers et aux sociétés partout en Ontario.

MILIEUX DE TRAVAIL RESPECTUEUX

Ontario Créatif est déterminé à promouvoir et à cultiver un milieu de travail respectueux tel que décrit ci-dessous :

- Un milieu de travail respectueux valorise la diversité et l'inclusion, la dignité, la courtoisie, l'équité, la communication et les relations professionnelles positives.
- Un tel milieu de travail est inclusif, empreint de diversité, équitable, accessible, et exempt de harcèlement et de discrimination, notamment le harcèlement sexuel.

Depuis 2018, Ontario Créatif exige que tous les organismes auteurs de demande signent un affidavit confirmant qu'ils se sont dotés de principes directeurs et d'un processus permettant de maintenir un milieu de travail respectueux. Il s'attend à ce que tous les bénéficiaires d'un financement souscrivent aux principes d'un milieu de travail respectueux, notamment en prenant toutes les mesures raisonnables pour :

- développer et entretenir une culture du travail respectueuse, positive, inclusive et favorable;
- fournir au personnel un mécanisme sûr de signalement des incidents ou des allégations concernant des comportements inappropriés;
- prévenir, reconnaître et éliminer en temps opportun le harcèlement et la discrimination en milieu de travail.

RESPONSABILITÉ

Les liens d'Ontario Créatif avec le MTCJ et ses obligations envers lui sont exposés dans un protocole d'entente (PE). En application de la Directive concernant les organismes et les nominations, le protocole ainsi que les plans d'activités et les rapports annuels d'Ontario Créatif sont affichés sur le site Web de l'organisme, de même que les frais de déplacement, de repas et d'accueil des membres nommés de son conseil d'administration, de son ou sa PDG et des membres de son 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. Conformément à 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, et les ensembles de données continueront d'être publiés de manière proactive dans un format lisible par machine. Ontario Créatif se conforme à la *Loi sur la santé et la sécurité au travail*, notamment en maintenant un comité mixte sur la santé et la sécurité au travail composé de membres du personnel et de la direction.

En vertu de la Directive sur les frais de déplacement, de repas et d'accueil, le Conseil du Trésor/Conseil de gestion du gouvernement a renouvelé le statut particulier d'Ontario Créatif pour les déplacements internationaux et pour le service de boissons alcoolisées lors d'activités d'accueil pour une période de trois ans s'achevant le 31 décembre 2028. Ce statut reconnaît l'importance cruciale des déplacements internationaux et de l'accueil afin qu'Ontario Créatif puisse appuyer les industries de la création et réaliser ses objectifs en matière d'investissements étrangers, de partenariats et d'exportations. L'organisme s'engage à user de ce privilège de manière responsable et à rendre compte des résultats.

III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

En 2023, Ontario Créatif a entamé le processus d'intégration dans le système Creative Industries Economic Results Assessment (CIERA^{MC}, évaluation des résultats économiques des industries de la création), originellement conçu par Creative BC en 2020. CIERA^{MC} est un outil méthodologique produisant des estimations de l'impact annuel en matière de produit intérieur brut (PIB), d'emplois et de production des industries de la création. Ces mesures annuelles autorisent une évaluation reproductible, comparable et exhaustive des retombées économiques des industries de la création de l'Ontario. Du fait de l'adoption de ce système, les résultats ontariens peuvent désormais être directement comparés à ceux de la Colombie-Britannique, du Nunavut et des autres provinces et territoires canadiens qui sont en train de l'intégrer.

Parmi les principaux avantages de l'approche CIERA^{MC}, citons le fait qu'elle permet d'obtenir à la fois des estimations mieux ajustées aux industries servies par Ontario Créatif et des estimations fiables pour les années manquantes dans les ensembles de données publiques disponibles auprès de Statistique Canada.

Voici quelques avantages de l'intégration dans CIERA^{MC} :

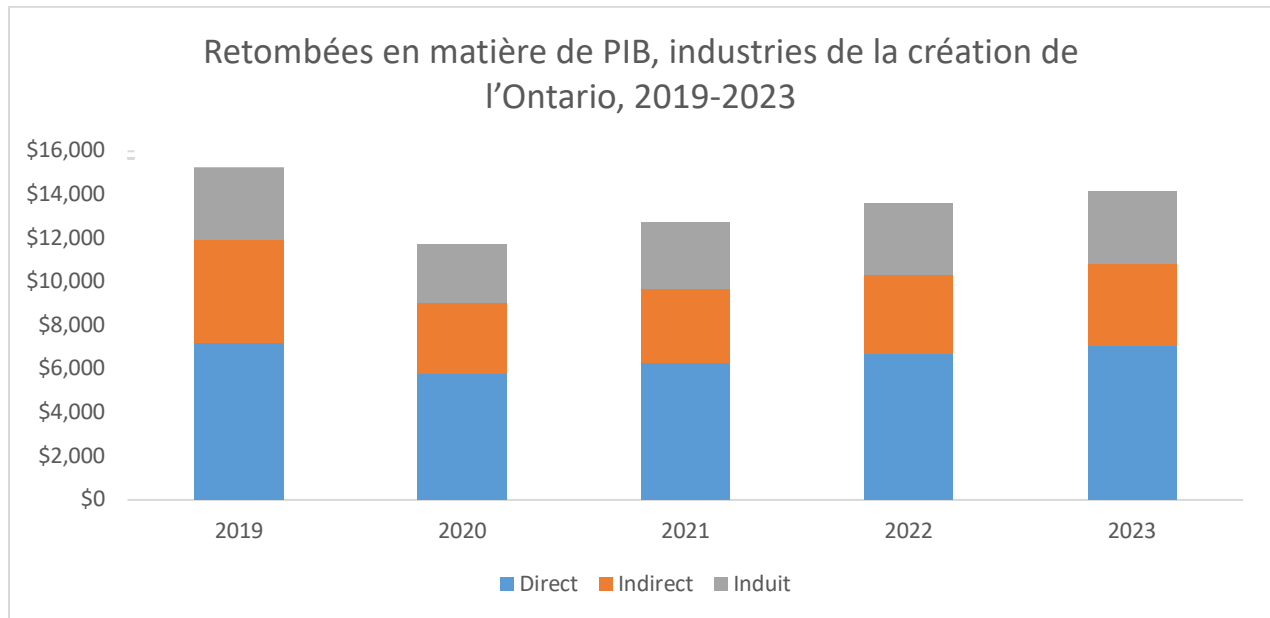
- Reproductivité : ces estimations sont mises à jour au moins annuellement.
- Fiabilité : les ensembles de données utilisés pour produire les estimations sont créés par des sources fiables.
- Comparabilité : ces estimations peuvent être directement confrontées à celles d'autres territoires ou provinces comparables.
- Exhaustivité : ces estimations couvrent un éventail complet de mesures des retombées économiques.
- Ajustement : les données sont mieux ajustées aux industries servies.

C'est la première fois que ce nouvel ensemble de données concernant l'Ontario, qui reflète mieux les retombées économiques des industries provinciales de l'édition, de la production de contenu pour écran et de la musique, est introduit publiquement dans le contexte du plan d'activités annuel de l'organisme. Les estimations créées grâce à CIERA^{MC} permettent à Ontario Créatif de jouir de données plus précises et opportunes à l'appui de l'analyse comparative et de la conception des programmes, et fournissent les renseignements macroéconomiques contextuels nécessaires à l'évaluation fiable de l'environnement économique des industries de la création de l'Ontario.

Grâce à CIERA^{MC}, Ontario Créatif dispose désormais de données opportunes relatives aux industries de base soutenues par l'organisme, à savoir les industries de l'édition du livre, de l'édition de revues, des produits MIN, du cinéma et de la télévision, et de la musique. Enfin, CIERA^{MC} permet d'évaluer la grande variété d'activités annexes à l'une ou plusieurs des industries de la création (ce qui les rend difficiles à cerner par une modélisation des données traditionnelle), sous l'intitulé « Multi-Creative Industry Services » (services communs à plusieurs industries de la création). Cette catégorie regroupe une variété d'activités des industries de la création, notamment les actrices et acteurs, les humoristes, les artistes, les scénaristes et les autrices et auteurs indépendants, ainsi que les personnes exerçant des activités de soutien (par exemple les agents et les imprésarios), et les grossistes et les détaillants. Elles correspondent à des segments importants des industries de la création, mais sont traditionnellement difficiles à apprécier dans la mesure où elles ne sont pas rattachées à une seule industrie. En 2023, ces segments ont représenté 4,4 milliards de dollars de PIB total et 45 262 emplois.

Collectivement, les industries de la création soutenues par Ontario Créatif ont contribué pour 12,7 milliards de dollars de PIB total (hors investissement du gouvernement) et créé 144 610 emplois en 2023. Le diagramme ci-dessous présente les retombées des industries de la création de l'Ontario en matière de PIB total au cours de la période de 2019 à 2023, y compris les retombées directes, indirectes et induites.

Figure 1 :



Dans ses perspectives mondiales 2025-2029 pour les médias et le divertissement (*Global Media and Entertainment Outlook 2025-2029*), PwC donne une vue d'ensemble des données sur les dépenses de consommation et de publicité qui peut servir à établir des prévisions de croissance et des domaines à surveiller aux niveaux national et international pour chaque grand segment des industries de la création. En général, PwC indique des taux de croissance annuels composés (TCAC) sur la période de prévision pour le marché canadien, ainsi que des revenus prévus par segment (en dollars américains). Ontario Créatif se sert de ces données pour avoir une vision à plus long terme des tendances au sein du marché de consommation. Les données de PwC sont également représentées visuellement dans la figure 2.

Les prévisions de PwC font état de tendances relativement positives en matière de TCAC pour la plupart des secteurs soutenus par Ontario Créatif pour la période de 2025 à 2029, à l'exception d'un recul prévu dans le segment des revues canadiennes d'intérêt général.

D'après ces prévisions¹ :

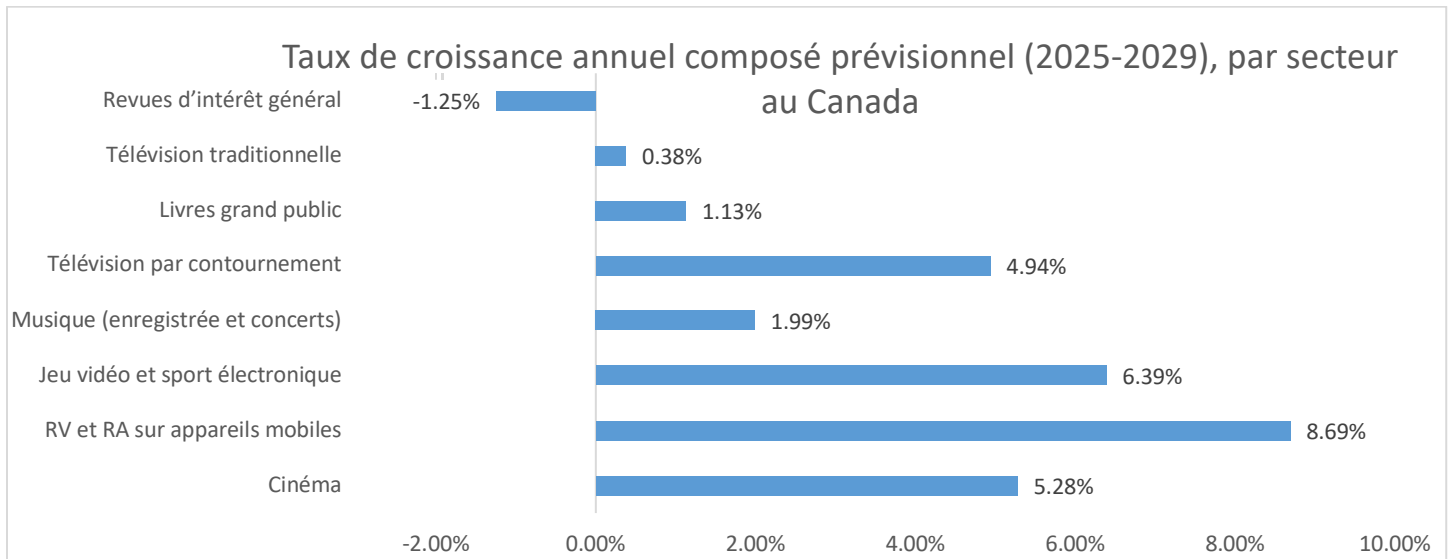
- Le secteur canadien de la musique (qui comprend les concerts et la musique enregistrée) devrait croître à un TCAC de 1,9 p. 100 au cours de la période de prévision, soit un TCAC inférieur à celui de 4 p. 100 prévu dans l'édition 2024 des perspectives mondiales pour les médias et le divertissement de PwC, qui couvrait la période de 2024 à 2028. Cette croissance modérée semble être liée à l'instabilité entourant la mise en œuvre du projet de loi C-11 et à l'incidence potentielle de ce processus sur la fixation des prix à la consommation des services de diffusion continue.
 - Les revenus de la musique enregistrée, dont le montant estimatif en 2024 se situe juste en dessous de 1,1 milliard de dollars américains, devraient augmenter à un TCAC de 2,6 p. 100 durant la période de 2025 à 2029.
 - Les revenus de la diffusion numérique en continu ont atteint un total de 737 millions de dollars en 2024 et devraient augmenter à un TCAC de 2,8 p. 100 au cours de la période de prévision.

¹ PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2025-2029: Canada*, consulté le 16 septembre 2025.

- Les revenus générés par les concerts devraient augmenter à un TCAC de 1,4 p. 100 durant cette même période, pour dépasser 1,2 milliard de dollars d'ici 2029.
- PwC estime à 18 millions le nombre d'abonnements aux services de diffusion continue de musique au Canada en 2024 et s'attend à une progression de ce chiffre à un TCAC de 2,9 p. 100 pendant la période.
- En ce qui concerne la télévision et la vidéo :
 - Les revenus totaux de la télévision traditionnelle devraient croître à un TCAC de 0,4 p. 100 au cours de la période de prévision, ce qui représente un ralentissement considérable en comparaison du TCAC de 4,2 p. 100 annoncé dans le rapport 2024 de PwC portant sur la période de 2024 à 2028. Ces attentes modérées comptent parmi les répercussions des licenciements chez les radiodiffuseurs comme CTV et Rogers (à la suite de l'acquisition de Shaw) ainsi que des coupures d'abonnement à la câblodiffusion (TCAC de -4,3 p. 100) et de l'état des recettes publicitaires de la télévision par ondes hertziennes (TCAC de -2,8 p. 100). En revanche, PwC anticipe une croissance du marché de la télévision par IP (TCAC de 3,5 p. 100) et une progression relativement stable des revenus de la télévision par abonnement (TCAC de 1 p. 100) qui viendront contrebalancer en partie cet essoufflement.
 - PwC constate que le Canada abrite un marché établi de télévision par contournement (TPC), fort de la présence de la plupart des grandes plateformes de diffusion continue et d'un glissement à long terme documenté vers les services de contenu à la demande et de vidéo à la demande par abonnement (VADA). PwC prévoit ainsi un TCAC de 4,9 p. 100 durant la période de prévision.
 - Les services par abonnement continueront de se tailler la part du lion du marché de la TPC et devraient en représenter 65 p. 100 des revenus totaux d'ici 2029. Cependant, PwC s'attend également à une plus forte croissance au sein du marché de la vidéo à la demande financée par la publicité (AVOD), à un TCAC de 14,5 p. 100 sur la période de prévision, liée au moins en partie à l'intégration de niveaux de publicité par les principales plateformes de VADA, comme Netflix, Disney+ et Amazon Prime Video.
 - PwC note que Netflix demeure le service de diffusion continue le plus populaire auprès des consommatrices et des consommateurs canadiens. En outre, PwC souligne que, face à la concurrence de plus en plus féroce de la part d'autres diffuseurs en continu internationaux majeurs, les agrégateurs ont la possibilité de proposer la facturation unique et des rabais, citant les offres groupées Stream+ de Telus comprenant Netflix, Disney+ et Amazon Prime Video. Crave reste le plus gros compétiteur national, Bell annonçant une croissance de 34 p. 100 du nombre d'abonnements en glissement annuel sur la période de 2023 à 2024.
 - Chutant de 684 (2023) à 661 (2024) millions de dollars, les revenus du cinéma au Canada ont subi les conséquences des grèves hollywoodiennes de 2023, PwC s'attendant néanmoins à une reprise du secteur pendant la période de prévision à un TCAC estimatif de 5,3 p. 100. La part de marché du cinéma canadien, évaluée à 3,3 p. 100 en 2023, reste modeste.
- Du point de vue des secteurs de l'édition :
 - Le marché des livres grand public devrait progresser à un TCAC de 1,1 p. 100 au cours de la période de prévision, les livres électroniques constituant le principal moteur de la croissance (TCAC de 2,8 p. 100). Toutefois, les livres imprimés dominent toujours le marché de consommation et correspondent à 64,6 p. 100 des revenus en 2024, par rapport à 35,4 p. 100 pour les livres numériques.
 - En ce qui concerne les livres de langue anglaise, les titres pour enfants et jeunes adultes ont représenté 40 p. 100 des ventes totales. Fait intéressant, 80 p. 100 des dix meilleures ventes de 2024 étaient des ouvrages de fonds. Par ailleurs, BookTok continue d'influencer les ventes, le genre de la romance fantastique étant le plus touché.
 - La croissance du marché canadien du livre audio se poursuit également, Spotify ayant lancé une nouvelle offre de paiement au livre en 2024 et ajouté l'écoute de livres audio à son abonnement Premium.

- Le marché des revues d'intérêt général devrait décliner à un TCAC de 1,2 p. 100 sur la période de prévision, avec une chute estimée des revenus totaux à 606 millions de dollars américains d'ici 2029. Les seuls sous-secteurs dont la croissance est attendue sur la même période sont ceux des recettes de la publicité numérique (TCAC de 1,2 p. 100) et des recettes de la diffusion numérique (2,8 p. 100).
- Le segment des revues interentreprises et spécialisées de l'industrie devrait également connaître un déclin au cours de la période de prévision, au taux de 1,28 p. 100. À l'instar du marché des revues d'intérêt général, les segments de la publicité numérique (TCAC de 1,9 p. 100) et de la diffusion numérique (2,2 p. 100) sont les seuls dont les recettes devraient croître durant la période de 2025 à 2029.
- Quant aux médias interactifs :
 - Dans sa globalité, le marché canadien du jeu vidéo devrait croître à un TCAC de 6,4 p. 100 au cours de la période de prévision, avec 64 p. 100 de l'ensemble des revenus imputables à la pratique sociale et occasionnelle. Dans ce segment, la publicité dans les applications de jeu constituera le principal moteur de croissance (TCAC de 12,6 p. 100). PwC s'attend à ce que la part de revenus du jeu social et occasionnel dépasse celle du segment du jeu vidéo traditionnel d'ici la fin de la période de prévision.
 - Les revenus du jeu vidéo traditionnel devraient augmenter au TCAC de 4,9 p. 100, principalement grâce aux jeux en ligne et aux microtransactions sur consoles (TCAC de 6,2 p. 100). PwC prévoit de surcroît une progression des ventes de jeux numériques et physiques sur console au cours de la période de prévision, même si celles de jeux physiques commenceront à afficher une croissance négative en glissement annuel dès 2027.
 - Le jeu en nuage et par abonnement devrait également croître à un TCAC de 7,4 p. 100 sur la même période.
 - Le Canada subit lui aussi l'essoufflement du marché de la réalité virtuelle (RV) du fait de plusieurs facteurs, comme l'intérêt à investir faiblissant des principales entreprises de technologie au profit de l'IA et la saturation du cœur de cible démographique en ce qui concerne l'acquisition de casques. La base installée de casques de RV a diminué de 4,3 p. 100 en 2024 et les revenus du segment devraient décliner au TCAC de 2,2 p. 100 durant la période de prévision.
 - Le marché de la réalité augmentée (RA), qui tire plus de 90 p. 100 de ses revenus de la publicité, devrait quant à lui progresser à un TCAC de 9,4 p. 100 au cours de la même période, grâce aux dépenses sur les applications grand public telles que Snapchat, Instagram et TikTok.

Figure 2 :



Source : PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2025-2029: Canada*.

LIVRES

- Selon une estimation pour l'année 2023 reposant sur les données de CIERA^{MC}, le secteur ontarien de l'édition du livre a contribué pour 0,9 milliard de dollars au PIB de la province et représenté 9 796 emplois en 2023.
- En 2022, ce secteur a généré 1,043 milliard de dollars de revenus d'exploitation, soit 63 p. 100 du total national², et versé 62 p. 100 des salaires, traitements et avantages sociaux nationaux³.
- En 2023, l'Ontario a exporté pour plus de 647 millions de dollars de livres à l'international⁴.
- D'après les dernières données de Statistique Canada, les ventes totales de livres en Ontario en 2022 ont représenté 663,8 millions de dollars, soit une augmentation de 4,8 p. 100 par rapport à 2020. L'Ontario reste un marché dominé par les livres imprimés (achetés auprès de grossistes, de librairies ou de détaillants généraux), qui représentent 66 p. 100 de l'ensemble des ventes, tandis que les livres électroniques représentent 19,9 p. 100 et les ventes en ligne de livres imprimés 14,4 p. 100⁵. Toutefois, au cours de la période de 2016 à 2022, les ventes de livres électroniques ont bondi de 192,7 p. 100.

CINÉMA ET TÉLÉVISION

- L'Ontario reste un centre de production cinématographique et télévisuelle majeur, que ce soit à l'échelle canadienne ou internationale. En 2024, l'industrie ontarienne du cinéma et de la télévision a injecté 2,6 milliards de dollars dans l'économie de la province et créé quelque 34 386 emplois ETP directs et

² Statistique Canada, Tableau 21-10-0200-01, « Éditeurs de livres, statistiques sommaires » (aux 2 ans et en dollars, sauf indication contraire), CANSIM (base de données), consulté le 21 février 2024.

³ *Ibid.*

⁴ 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) », publié le 21 octobre 2025.

⁵ Statistique Canada, Tableau 21-10-0042-01, « Éditeurs de livres, valeur nette des ouvrages vendus selon la catégorie de clients (x 1 000 000) », publié le 2 février 2022.

indirects de grande valeur⁶. Ces chiffres témoignent d'une reprise de près de 40 p. 100 après le ralentissement de 2023, laquelle devrait se poursuivre en 2025, même si l'évolution des stratégies en matière de contenu et les réductions budgétaires sont en train de dessiner une « nouvelle normalité » concernant les futurs niveaux de production.

- Les statistiques sur la production de l'Ontario révèlent que la production cinématographique et télévisuelle intérieure a généré 35 p. 100 des dépenses totales dans la province en 2024 (905 millions de dollars), tandis que la production étrangère a représenté 65 p. 100 des dépenses totales (1,65 milliard de dollars).
- En 2024, les productions à prise de vues réelles ont représenté 93 p. 100 de l'ensemble des projets réalisés dans la province.
- D'après les données recueillies par l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), l'Ontario se classe au premier rang au Canada pour ce qui est du volume de production, représentant 34 p. 100 de l'ensemble des dépenses de production, juste devant le Québec (30 p. 100). Avec 36 p. 100⁷, l'Ontario figure en tête du classement national en ce qui concerne la production cinématographique et télévisuelle intérieure.

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

- Selon une estimation pour l'année 2023 reposant sur les données de CIERA^{MC}, le secteur ontarien des produits MIN a contribué pour 1,1 milliard de dollars au PIB de la province et représenté 11 475 emplois en 2023.
- Les données recueillies par l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) révèlent que l'Ontario abrite la plus grande proportion (35 p. 100) de sociétés de jeux vidéo canadiennes, un chiffre en hausse de 2 p. 100 par rapport à 2021⁸.
- Les exportations à l'étranger de produits multimédias interactifs ontariens ont avoisiné 377 millions de dollars en 2023⁹.

REVUES

- Selon une estimation pour l'année 2023 reposant sur les données de CIERA^{MC}, le secteur ontarien de l'édition de revues a contribué pour 0,7 milliard de dollars au PIB de la province et représenté 7 599 emplois en 2023.
- En 2023, l'Ontario a perçu 61 p. 100 des revenus de l'industrie canadienne de l'édition de périodiques¹⁰.
- La majorité des revues publiées au Canada (71 p. 100) et en Ontario (68 p. 100) sont des revues d'intérêt général. Les revues interentreprises, spécialisées et professionnelles représentent 30 p. 100 des titres publiés au Canada et 32 p. 100 des titres publiés en Ontario. Toutefois, en Ontario notamment, la part des revues interentreprises est passée de 12,4 p. 100 en 2017 à 32 p. 100 en 2021¹¹.

⁶ Ontario Créatif, « Statistiques 2024 sur la production cinématographique et télévisuelle selon le format ». Les données correspondent aux dépenses de toutes les productions bénéficiant des incitations et des services administrés par Ontario Créatif. Elles ne comprennent pas les annonces publicitaires télévisées, les vidéos de sociétés, les vidéoclips ou les productions internes des diffuseurs.

⁷ Association canadienne des producteurs médiatiques, *Profile 2024*, publié le 19 décembre 2024.

⁸ Association canadienne du logiciel de divertissement, *L'industrie du jeu vidéo au Canada : Propulser l'avenir du jeu*, publié le 27 janvier 2025.

⁹ 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) », publié le 21 octobre 2025.

¹⁰ Statistique Canada, Tableau 21-10-0053-01, « Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires » (aux 2 ans et en dollars, sauf indication contraire), CANSIM (base de données), publié le 22 janvier 2025.

¹¹ Communications MDR, *Analyse environnementale de l'industrie canadienne de l'édition de revues, 2023*.

- La province a exporté pour plus de 69,1 millions de dollars de revues en 2023¹².

MUSIQUE

- Selon une estimation pour l'année 2023 reposant sur les données de CIERA^{MC}, le secteur ontarien de la musique et de l'enregistrement sonore a contribué pour 1,4 milliard de dollars au PIB de la province et représenté 18 723 emplois en 2023.
- Les exportations de ce secteur ont totalisé plus de 670 millions de dollars en 2023¹³.
- L'Association canadienne de musique sur scène (ACMS) a récemment mené une vaste évaluation des retombées économiques de la valeur du secteur au Canada, financée par le Programme de veille stratégique (PVS) d'Ontario Créatif. En 2023, les retombées économiques du secteur canadien des concerts ont équivalu à 10,92 milliards de dollars de PIB et 101 640 ETP¹⁴.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : DÉFIS ET POSSIBILITÉS

Les industries de la création opèrent dans un milieu dynamique, vivant et constamment stimulant, et ce, tant à l'échelle mondiale qu'au Canada et en Ontario. Les sociétés qui en font partie font face à plusieurs défis et possibilités susceptibles d'influer sur leurs perspectives de croissance future.

- **Relations économiques avec les États-Unis :** L'incertitude entourant les relations économiques et commerciales du Canada avec les États-Unis demeure une source d'inquiétude majeure pour les sociétés des industries de la création. Les États-Unis sont le principal partenaire commercial de nombreuses industries de la création ontariennes. Par conséquent, la difficulté croissante des relations économiques entre les deux pays pose un risque important pour les sociétés appartenant à ces industries qui exportent des biens physiques outre-frontière ou importent des marchandises afin de créer des produits culturels, ou pour les personnes qui traversent la frontière aux fins d'emploi et/ou de développement des activités. Les mesures de rétorsion prises (ou non) par le gouvernement canadien peuvent également s'accompagner de leurs propres risques et avoir une incidence à long terme sur la façon dont ces relations influenceront sur la renégociation prévue de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM)¹⁵. Outre les droits de douane, ce contexte incertain est cité par les artistes et les autrices et auteurs comme un motif d'interruption ou de modification des programmes de tournée, alors qu'une série de commentaires en provenance de l'administration américaine au sujet de l'ajout de droits de douane de 100 p. 100 à l'égard des films réalisés à l'extérieur des États-Unis a semé la confusion et l'inquiétude (bien que les détails d'une telle politique ne soient pas connus à l'heure actuelle)¹⁶. Ontario Créatif travaille actuellement à cerner les scénarios possibles en cas d'application de droits de douane (ou d'un autre mécanisme) à l'industrie de la production de contenu pour écran, compte tenu de la probabilité que les conséquences seront considérables pour la production en Ontario, étrangère comme intérieure. Ce travail consiste notamment à étudier quels seraient les scénarios et les répercussions en puissance au cas où l'exemption culturelle présentement protégée par l'ACEUM serait considérablement fragilisée, voire supprimée, lors des renégociations de cet accord. Du fait de cette incertitude, de nombreuses sociétés des industries de la création opèrent un virage vers le développement des débouchés à l'étranger, en dehors des États-Unis, y compris en matière de coproduction, de création de contenu, de concession de droits et de licences, et de

¹² 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) », publié le 21 octobre 2025.

¹³ 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) », publié le 21 octobre 2025.

¹⁴ Association canadienne de musique sur scène, *Écoute Active : comprendre la puissance économique et le potentiel de l'industrie de la musique live au Canada*, 2025, p. 1.

¹⁵ Courtney Dickson, « Book industry fears Canada's proposed counter-tariffs against U.S. printed books will do more harm than good », *CBC News*, publié le 28 mars 2025.

¹⁶ Natalie Stchyson, « A wave of artists are reconsidering tours over U.S. border detention fears », *CBC News*, publié le 3 avril 2025; Jeremy B. White et Melanie Mason, « Lights, camera, inaction? Trump's film tariff confuses Hollywood », *Politico*, publié le 5 mai 2025.

vente de produits.

- **Intelligence artificielle** : L'évolution rapide de l'IA continue de constituer un creuset de possibilités aussi bien que de défis, ces outils pouvant avoir de nombreuses utilités, tant administratives et opérationnelles que créatives. Un rapport de Work In Culture publié récemment (avec le soutien du PVS) s'intéresse aux pratiques, préoccupations et considérations actuelles des sociétés et des professionnelles et professionnels des industries de la création qui cherchent à employer les outils à base d'IA pour accomplir des opérations commerciales et des tâches administratives¹⁷. Les parties prenantes sectorielles ont par ailleurs exprimé le souhait de bénéficier d'un plus grand nombre de possibilités de formation pour aider les sociétés à trouver une réponse à certaines de leurs préoccupations et à franchir certains de leurs obstacles quant à une adoption éthique de l'IA, notamment des possibilités de formation et d'apprentissage dans un format intersectoriel. Les usages de l'IA peuvent en outre soulever des considérations éthiques autour du rôle de la créativité humaine, de l'impact des travaux réalisés grâce à l'IA sur l'emploi, ainsi que des questions sur la capacité des cadres réglementaires et juridiques existants de protéger adéquatement les droits de propriété intellectuelle (PI) des créatrices et créateurs et des propriétaires de contenu. Ces préoccupations ont été exprimées par des associations professionnelles telles que l'Association of Canadian Publishers (ACP) au cours des consultations fédérales sur les politiques en matière de droit d'auteur¹⁸, puisque ce domaine est lacunaire au Canada en ce qui concerne l'IA, le gouvernement fédéral n'ayant pas encore publié d'orientations stratégiques sur la question. Il a en revanche nommé un ministre de l'Intelligence artificielle et de l'Innovation numérique (l'honorable Evan Solomon) pour mener la charge dans le cadre de ce dossier. Indépendamment, le Comité permanent du patrimoine canadien a récemment étudié l'impact de l'IA sur les industries de la création et consulté plusieurs parties prenantes majeures d'Ontario Créatif dans les industries de la production de contenu pour écran et de la musique. Un rapport susceptible d'éclairer d'éventuelles orientations stratégiques sera probablement publié une fois ce processus terminé. Indépendamment toujours, la récente décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) concernant la définition du terme « émission canadienne » dans le secteur audiovisuel a réitéré la position suivante : bien que les usages de l'IA ne soient pas interdits en tant qu'outils à l'appui de la création d'émissions canadiennes, les postes clés de création doivent être occupés par des humains. Il existe de surcroît plusieurs contestations judiciaires majeures portant sur le droit d'auteur à l'endroit de sociétés du secteur de l'IA, par exemple un procès qui s'est récemment terminé par arrangement entre des auteurs et Anthropic et qui influencera certainement la jurisprudence. Dans cette affaire, il a été découvert qu'Anthropic avait utilisé plus de 7 millions de livres pour entraîner son IA à grand modèle de langage, Claude. Bien que l'utilisation d'ouvrages protégés par le droit d'auteur ait été jugée suffisamment transformative pour être considérée comme une utilisation équitable selon le modèle américain, Anthropic a, en fin de compte, été reconnue coupable pour avoir admis le piratage de copies illégales des livres afin de constituer sa base de données. Anthropic et les plaignants sont parvenus à un arrangement amiable d'une valeur de 1,5 milliard de dollars (en cours de renégociation) qui, avec 3 000 dollars par titre piraté, constituera l'arrangement le plus important jamais conclu aux États-Unis en matière de droit d'auteur¹⁹. Enfin, le récent sondage sur la satisfaction de la clientèle de l'organisme a révélé que 39 p. 100 des personnes sondées voyaient les dispositions législatives et réglementaires émergentes sur le droit de PI comme des facteurs de réussite majeurs.
- **Développement de la main-d'œuvre** : Attirer et conserver une main-d'œuvre qualifiée demeurent des priorités absolues pour les industries de la création de l'Ontario. À l'occasion du sondage sur la satisfaction de la clientèle récemment réalisé par l'organisme, 43 p. 100 des personnes sondées ont indiqué que l'attraction et le maintien en poste des meilleurs talents constituaient un moteur de croissance clé dans leur secteur. Par le biais du PVS, Ontario Créatif a appuyé plusieurs études en lien avec la main-d'œuvre en 2024-2025, y compris des études des retombées économiques menées par l'ACMS et l'Ontario Book Publishers Organization mettant en évidence l'impact de ces secteurs en matière d'emploi, et des rapports comme *Understanding the Barriers and Opportunities of the Latin Music Community in Canada* (comprendre les obstacles et les possibilités de la communauté musicale latino-américaine au Canada) de

¹⁷ Work In Culture, *AI for Administration in Ontario's Creative Industries: A Snapshot of Current Use, Concerns and Considerations*, publié le 16 septembre 2025.

¹⁸ Association of Canadian Publishers, « Canadian writing and publishing organizations advocate for AI regulations in Ottawa », publié le 2 mai 2024.

¹⁹ The Authors Guild, « What Authors Need to Know About the \$1.5 Billion Anthropic Settlement », publié le 17 septembre 2025.

Speaking Non-English et *Hyperlocal Ontario* (l'Ontario hyperlocal) de la Kingston Economic Development Corporation (KEDC). Le rapport de Speaking Non-English expose certains des obstacles à la pleine représentation économique des artistes latino-canadiens au sein de l'industrie de la musique, à savoir le manque de visibilité aux postes de leadership, l'isolement communautaire et les problèmes de réseautage, lesquels pourraient être éliminés grâce à plusieurs initiatives de développement de la main-d'œuvre et de l'infrastructure. Le rapport de la KEDC présente l'étude du cas d'une production cinématographique hyperlocale couronnée de succès qui pourrait être reproduit dans les collectivités situées à plus de 150 km de Toronto pour les aider à développer leur propre industrie (et main-d'œuvre) cinématographique locale. Ontario Créatif continue d'appuyer plusieurs activités sectorielles de développement de la main-d'œuvre par l'intermédiaire de ses programmes d'investissement (en accordant la priorité à de telles activités dans le cadre du Programme de développement de l'industrie [PDI]) et de mener diverses initiatives en partenariat avec l'industrie via le Bureau du cinéma de l'Ontario. Par ailleurs, les parties prenantes de l'organisme ont fait état de leur intérêt pour le perfectionnement des compétences liées à l'IA, tandis qu'elles commencent d'étudier son éventuelle adoption pour simplifier l'exploitation des possibilités opérationnelles et commerciales.

- **Évolution de l'environnement stratégique** : Même si le budget fédéral le plus récent comprend un certain degré d'investissement dans les industries de la création, il se contente de le maintenir aux niveaux actuels plutôt que de l'élargir, ce qui n'est guère surprenant compte tenu du climat politique et économique du moment. Qui plus est, les questions de politique culturelle centrales telles que la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne* (et de l'ancienne taxe sur les services numériques) ont suscité les critiques de l'administration américaine, qui les considère comme des pratiques commerciales injustes ciblant les sociétés américaines, tandis que les investissements prévus aux termes de la *Loi sur la diffusion continue en ligne* restent embourbés dans des contestations judiciaires. D'autre part, très peu d'autres actions ont été entreprises outre des consultations sur les questions essentielles du droit d'auteur et, surtout, de l'IA. Malgré plusieurs investissements liés à l'IA dans le budget fédéral le plus récent, les répercussions de l'IA sur les industries de la création n'ont pas été abordées dans le cadre de ces initiatives. Le CRTC a récemment rendu une décision majeure redéfinissant le processus de certification des émissions canadiennes, optant pour un système de seuil minimum plus souple et autorisant les entités étrangères à détenir le droit d'auteur. L'organisme est en train d'examiner ce processus afin d'en cerner les éventuelles retombées en aval. Il continuera de collaborer avec ses collègues du MTCJ et du MFO en vue de déterminer les conséquences de cette décision et les prochaines étapes en vue de s'y conformer.
- **Diversité, équité, inclusion et appartenance (DEIA)** : Veiller à ce que les industries de la création soient représentatives de l'Ontario dans toute sa diversité reste également une priorité absolue pour le secteur. Le PVS continue de promouvoir plusieurs rapports récents sur le sujet, notamment le *Cadre stratégique contre le racisme anti-Noir.e.s* du Bureau de l'écran des Noirs, l'*Industry Analysis and the Value of Black Music* (analyse de l'industrie et valeur de la musique noire) d'ADVANCE et *Economic Impact of Black and Racialized Production in Ontario* (les retombées économiques de la production réalisée par les personnes noires et de couleur) du Fonds Canadien de l'écran indépendant pour les créateurs afro-descendants et racisés. Ontario Créatif valorise et favorise la diversité et la parité entre les genres au sein des industries de la création, et ce, à tous les niveaux et à tous les postes. L'organisme encourage les demandes émanant de sociétés qui sont dirigées par des personnes noires, autochtones, de couleur, 2ELGBTIQIA+, francophones et/ou sourdes ou handicapées ainsi que d'auteurs de demande répondant autrement à la définition provinciale de la diversité. En ce qui concerne les membres de son personnel, l'organisme continue également de proposer des formations pertinentes, par exemple le récent Programme de sensibilisation aux cultures autochtones pour la FPO, qui appuie les objectifs définis par cette dernière en matière de planification du rendement et de l'apprentissage du personnel. L'organisme a intégré les facteurs de la DEIA dans l'ensemble de ses critères d'évaluation et est en train de transformer ses initiatives à durée limitée dans le domaine de la diversité, comme l'initiative de promotion de la diversité et Accélération, pour en faire des programmes permanents axés sur les sociétés émergentes et appartenant à des personnes ayant droit à l'équité.
- **Accès au financement** : L'accès au capital et la hausse des coûts d'emprunt restent des problèmes répandus parmi les sociétés des industries de la création, en particulier parmi celles dont le crédit d'impôt est en attente de traitement, synonymes, pour certaines, de frais supplémentaires occasionnés par le

recours à des services financiers comme le financement provisoire. De plus, les services financiers traditionnels ne sont pas forcément faciles d'accès pour les propriétaires de contenu créatif, quel qu'en soit le type, tout particulièrement s'ils appartiennent à des communautés en quête d'équité. En 2024-2025, Ontario Créatif a effectué des travaux préliminaires afin de mieux définir d'éventuels modèles de soutien et reste déterminé à trouver des solutions innovantes pour résoudre ces problèmes. Le sondage sur la satisfaction de la clientèle récemment réalisé par l'organisme a en outre révélé que 77 p. 100 des personnes sondées, y compris des parties prenantes actuelles et potentielles, avaient pointé l'accès au financement comme l'un des plus grands moteurs de croissance dans leurs industries de la création respectives. Dans le même sondage, l'accès accru au capital-investissement et au capital-risque a également été mentionné comme un important facteur de réussite par 44 p. 100 des personnes sondées.

FINANCEMENT ET ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Le budget fédéral de 2025 a été publié en novembre sur fond d'incertitude engendrée par les mesures économiques et les droits de douane américains et leurs répercussions sur l'économie canadienne et mondiale. Le budget contenait bel et bien plusieurs investissements en faveur des industries de la création, notamment 127,5 millions de dollars sur cinq ans pour le Fonds des médias du Canada (FMC), 48 millions de dollars sur trois ans pour le Fonds de la musique du Canada, 150 millions sur trois ans pour Téléfilm Canada et 38,4 millions pour un volet du Fonds du Canada pour les périodiques. Dans une large mesure, ces investissements visaient toutefois à maintenir ces fonds à leurs niveaux actuels et/ou à prolonger des fonds qui arrivaient à échéance. De surcroît, le budget ne comprenait pas la moindre mesure de soutien liée aux droits de douane propre aux industries de la création, ni ne reconnaissait le risque particulier que les relations économiques avec les États-Unis étaient susceptibles de poser pour elles. Au-delà de l'annonce de l'intention d'instaurer un droit de suite de l'artiste, il n'y a en outre eu aucune avancée quant à l'introduction d'une loi ou d'une politique sur le droit d'auteur ciblant spécifiquement l'utilisation de contenu créatif par les systèmes d'IA générative, et ce, en dépit des plaidoyers des parties prenantes en ce sens.

Étant donné l'incertitude économique mondiale qui sous-tend les prévisions concernant l'économie canadienne, le manque d'investissements à l'échelon fédéral, nouveaux ou renforcés, risque de faire peser une pression supplémentaire sur les programmes de financement déjà sursollicités d'Ontario Créatif.

D'autre part, l'éventualité d'un désalignement fédéral demeure. Les recommandations du récent examen des dépenses du ministère du Patrimoine canadien ont été présentées dans le budget, par exemple la réorientation du Fonds du Canada pour les périodiques sur le contenu éditorial canadien uniquement (rendant les exemplaires uniques et les abonnements payants inadmissibles au soutien). Ontario Créatif tend actuellement l'oreille pour saisir la nature des modifications et les éventuelles répercussions sur ceux, parmi ses programmes, qui offrent un soutien au secteur de l'édition. Qui plus est, la récente modernisation de la définition du terme « émission canadienne » publiée par le CRTC pourrait finir par entraîner un changement de la façon dont le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) certifie le contenu canadien, ce qui pourrait provoquer le désalignement du train de crédits d'impôt de l'Ontario harmonisés avec les dispositions réglementaires fédérales.

En raison de la mise en œuvre plus longue que prévu du projet de loi C-11 du fait de plusieurs contestations judiciaires, les bénéficiaires se trouvent dans l'incapacité d'utiliser les fonds concernés jusqu'à ce que les litiges soient réglés, ce qui a une incidence sur le financement à la disposition des industries de la création. Dans certains cas, les fonds qui dépendaient de ce financement ont suspendu leurs dates limites, par exemple le Canadian Starmaker Fund, qui soutient les tournées et les activités promotionnelles des artistes musicaux canadiens. Dans d'autres cas, des services de diffusion continue, inquiets quant à l'éventualité que les engagements préexistants n'entrent pas dans le cadre des exigences du projet C-11, ont renoncé à certains investissements de renforcement des capacités, notamment des programmes et activités de mentorat²⁰. Enfin, les contributions traditionnelles (des radiodiffuseurs) à leurs revenus étant sur le déclin, les fonds tels que le FMC et ceux de FACTOR sont confrontés à des insuffisances budgétaires considérables qui réduisent leur capacité

²⁰ Barry Hertz, « Netflix pulls sponsorship of development programs across Canadian arts institutions in wake of C-11 measures », *The Globe and Mail*, publié le 25 septembre 2024.

d'investissement sans augmentation substantielle de la part du gouvernement fédéral. Ces écarts de financement mettent eux aussi une pression supplémentaire sur les programmes d'investissement d'Ontario Créatif.

La compétitivité des incitations à la production cinématographique reste un enjeu majeur pour l'organisme. Durant l'exercice financier 2025-2026, il s'est livré à un exercice en vue de déterminer la compétitivité relative de l'Ontario en ce qui concerne les crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle, par rapport à d'autres provinces et territoires canadiens comptant parmi ses principaux concurrents (Colombie-Britannique, Québec, etc.).

Ces derniers continuent d'améliorer leurs crédits d'impôt afin d'attirer une activité de production accrue. Dans son budget 2025, très récemment, la Colombie-Britannique a présenté plusieurs modifications pertinentes de ses crédits d'impôt :

- Le crédit d'impôt de base pour production cinématographique et télévisuelle (basic Film Incentive BC) a été augmenté de 35 à 40 p. 100 et le crédit d'impôt de base pour services de production (basic Production Services Tax Credit) de 28 à 36 p. 100. Ces nouveaux taux s'appliquent aux productions dont les principaux travaux de prise de vues commencent le 1^{er} janvier 2025 ou ultérieurement.
- La Colombie-Britannique a lancé un crédit d'impôt pour production majeure (Major Production Tax Credit) offert aux auteurs de demande dont les dépenses de production dans la province sont supérieures à 200 millions de dollars. Correspondant à 2 p. 100 des dépenses de main-d'œuvre admissibles et certifiées engagées en Colombie-Britannique à l'égard de la production majeure, ce crédit d'impôt est disponible pour les productions dont les principaux travaux de prise de vues commencent le 1^{er} janvier 2025 ou ultérieurement, et ce, une fois la production achevée.
- La Colombie-Britannique a apporté des modifications aux crédits d'impôt régionaux et pour lieu éloigné afin de permettre aux productions d'animation physiquement présentes dans une zone régionale ou éloignée de demander un crédit d'impôt supplémentaire. Ce supplément s'applique dans le cadre du crédit d'impôt pour production cinématographique et télévisuelle ou du crédit d'impôt pour services de production aux productions animées dont les travaux d'animation clé commencent le 1^{er} janvier 2025 ou ultérieurement. Les dépenses de main-d'œuvre faisant l'objet de la demande concernent les personnes qui sont physiquement présentes et travaillent dans ces bureaux au moins 50 p. 100 du temps.
- Le crédit d'impôt pour médias numériques interactifs (Digital Media Tax Credit) a été porté à 25 p. 100 des salaires et traitements admissibles versés en Colombie-Britannique le 1^{er} septembre 2025 ou ultérieurement. En outre, sa date limite a été supprimée pour le rendre permanent.

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

- Le document *Perspectives économiques et revue financière de l'Ontario 2025* souligne le fait qu'en dépit de l'incertitude mondiale croissante en raison des tensions commerciales avec les États-Unis, les perspectives de performance économique de l'Ontario restent relativement inchangées par rapport aux prévisions données dans le budget de 2025. Bien que le PIB réel de l'Ontario ait subi les conséquences de la politique commerciale et des droits de douane adoptés par les États-Unis, les ralentissements prévus pour 2025 (0,5 p. 100) et 2026 (0,9 p. 100) restent dans le droit fil de ceux annoncés dans le budget de 2025. De même, les prévisions en matière d'emploi sont à peu près conformes à celles du budget de 2025, certaines industries spécifiques (secteur manufacturier, transport et entreposage) étant particulièrement touchées par la mise en œuvre des droits de douane américains. En bref, l'Ontario s'engage dans un environnement économique relativement difficile, marqué par une grande incertitude.
- Les attentes du secteur privé n'ont pas évolué depuis le budget de l'Ontario 2025, principalement à cause de l'incertitude économique liée à la politique commerciale des États-Unis. L'Ontario a des liens commerciaux étroits avec ces derniers, ce qui pose un risque élevé avec des conséquences sur les dépenses de consommation et sur les décisions en matière d'affaires et d'investissements.

- Malgré ce climat incertain, la croissance économique mondiale devrait progresser de 3 p. 100 en 2025 et de 3,1 p. 100 en 2026, soit légèrement davantage que les hausses mentionnées dans le budget de 2025.
- En août, l'indice des prix à la consommation (IPC) s'est élevé de 1,9 p. 100 en glissement annuel, soit une nouvelle augmentation après celle de 1,7 p. 100 en juillet. Dans l'ensemble, l'inflation des prix à la consommation est retombée au sein des économies avancées après les pics récents.
- En juillet 2025, le taux de chômage est monté à 7,9 p. 100, en hausse de 0,7 p. 100 par rapport à juin. Le taux d'emploi à temps plein a progressé de 0,3 p. 100 en juillet, alors que celui d'emploi à temps partiel a reculé de 1,6 p. 100.
- Au cours des trois derniers mois, le dollar canadien s'est négocié à 0,73 dollar.
- Le MFO indiqué qu'il prévoyait un déficit provincial de 7,8 milliards de dollars en 2026-2027, avant un excédent de 0.2 milliard en 2027-2028.
- En octobre 2025, la Banque du Canada a abaissé son taux de référence à 2,25 p. 100, ce qui représente une deuxième réduction consécutive. D'après l'article du *Globe and Mail*, la décision a été en grande partie motivée par le fléchissement des perspectives économiques entraîné par le conflit commercial avec les États-Unis, en dépit de l'inflation largement maîtrisée²¹.

DÉMOGRAPHIE ONTARIENNE²²

- L'Ontario abrite plus de 14,2 millions de personnes, soit 38,5 p. 100 de la population du Canada. La population de l'Ontario a augmenté de 5,8 p. 100 depuis le dernier recensement (2016).
- La majorité des Ontariens et des Ontariennes (93,5 p. 100) citent l'anglais comme première langue officielle parlée.
- Le taux de bilinguisme français-anglais est de 10,8 p. 100, 3,4 p. 100 de la population mentionnant le français comme première langue officielle parlée. En outre, plus de 3,1 millions de personnes dans la province déclarent parler plus d'une langue à la maison. Au total, plus de 3,7 millions d'Ontariens et d'Ontariennes ont indiqué une langue non officielle comme langue maternelle.
- La population autochtone de l'Ontario a augmenté de 10 p. 100 depuis 2013, et compte à présent plus de 406 000 personnes. Plus de 14 000 Ontariens et Ontariennes ont mentionné une langue autochtone comme langue maternelle.
- Bien que la majorité des Ontariens et des Ontariennes vivent dans les centres de population, 13,3 p. 100 d'entre eux habitent dans des régions rurales.
- Les immigrants constituent 30 p. 100 de la population, les immigrants récents (qui ont immigré en Ontario entre 2016 et 2021) représentant plus de 4,2 p. 100 de la population immigrante en Ontario.
- Dans le budget de 2025, le gouvernement fédéral a annoncé qu'il plafonnerait le nombre de travailleurs étrangers temporaires et d'étudiants étrangers à moins de 5 p. 100 de la population du Canada d'ici 2027. Cela implique de :
 - stabiliser les objectifs d'admission de résidents permanents à 380 000 par année pendant trois ans (une diminution par rapport à 395 000 en 2025), tout en portant la proportion d'immigrants de la catégorie économique à 69 p. 100;

²¹ Mark Rendell, « Bank of Canada cuts rate to 2.25% and signals easing cycle may be over », *The Globe & Mail*, publié le 29 octobre 2025.

²² [Statistique Canada](#), « Indicateurs clés du Recensement de la population de 2021 selon la géographie : Ontario », consulté le 15 décembre 2023.

- réduire les admissions de résidents temporaires de 673 650 en 2025 à 385 000 en 2026 et 370 000 en 2027 et 2028.
- Enfin, le budget a également fait état d'une volonté de travailler avec les secteurs et les collectivités qui sont particulièrement touchés par les droits de douane et les mesures économiques américaines afin de comprendre quels sont les défis qui leur sont propres.

ONTARIO CRÉATIF – INTERNE

- Le bail des bureaux de l'organisme a été renouvelé jusqu'au 30 avril 2028.
- En 2024-2025, Ontario Créatif s'est vu attribuer 10 ETP supplémentaires pour deux ans dans le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement comme mesure pour résorber l'arriéré actuel. De plus, deux nouveaux chefs ont été embauchés au sein du Groupe. Pour accueillir ces nouveaux ETP, l'organisme a récemment procédé à un léger réaménagement des bureaux pour créer de nouveaux espaces de travail.
- Ontario Créatif continue de travailler à plusieurs améliorations technologiques et de processus opérationnels visant à éliminer la file d'attente des crédits d'impôt. La stratégie globale axée sur le personnel, la technologie et les processus consiste notamment à simplifier les processus opérationnels et les exigences en matière de documentation, à affiner la méthode et l'algorithme d'évaluation des risques, à numériser les dossiers d'examen et d'approbation, à mettre en place un mécanisme d'analyse de la complétude des demandes et de détection des erreurs, à créer un outil de suivi temporel automatisé et à concevoir des tableaux de bord interne et externe permettant aux membres du personnel et aux parties prenantes d'obtenir des renseignements sur l'état en un coup d'œil, ainsi qu'à augmenter temporairement les niveaux de dotation. Nous nous attendons à ce que les nouveaux outils technologiques et processus opérationnels simplifiés, une fois en place, compensent la perte du personnel temporaire et permettent à l'organisme de maintenir durablement une norme de service de 84 jours civils ou 12 semaines. L'organisme s'est engagé à respecter cette nouvelle norme de service d'ici la fin du deuxième trimestre de 2026-2027. En 2024-2025, le temps de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus, a été plus long que prévu, avec une moyenne de 35,6 semaines pour un objectif fixé à 21,6 semaines. Toutefois, en s'établissant à 4,3 semaines, le temps consacré à l'analyse active d'un dossier a dépassé l'objectif fixé à une fourchette de 6,6 à 6,9 semaines en 2024-2025 et a été meilleur qu'en 2023-2024 (4,7 semaines).
- En août 2025, la FPO a annoncé un plan de retour au bureau prévoyant le retour de ses employés à temps plein à compter du 5 janvier 2026, avec une période de transition de quatre jours par semaine dès le 20 octobre 2025.
- L'organisme continue de faire face à une demande élevée. En 2024-2025, 1 337 sociétés ont reçu une subvention et/ou un crédit d'impôt, 52 ayant reçu les deux. Au total, l'organisme a fourni 776 millions de dollars de soutien sous forme de subventions et de crédits d'impôt en 2024-2025.
- Il approche du terme de son plan stratégique 2023-2027 ainsi que de son Plan pluriannuel d'accessibilité 2023-2027. En 2026-2027, Ontario Créatif entamera le processus d'élaboration d'un nouveau plan stratégique et d'un nouveau plan pluriannuel d'accessibilité.

IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

INTRODUCTION ET APPROCHE

Le plan stratégique actuel d'Ontario Créatif, *Dynamiser l'économie du secteur de la création de l'Ontario*, couvre la période de 2023 à 2027. Le plan est disponible sur le site Web d'Ontario Créatif, dans les deux langues officielles, dans un format PDF entièrement accessible.

Plus de 700 personnes ont fait part de leurs points de vue sur la réputation et l'impact d'Ontario Créatif, ses récents succès, ses défis, ses risques et ses perspectives, les grandes tendances sectorielles et l'état actuel de la DEIA, aussi bien au sein de l'organisme que dans les industries de la création. Ces contributions représentaient un large éventail de perspectives, notamment des intervenants et intervenantes et des spécialistes de l'industrie vivant dans des régions urbaines ou rurales, des francophones et des anglophones, des auteurs de demande de financement ou de crédit d'impôt ayant vu leur dossier accepté ou refusé, ainsi que des membres de communautés ayant droit à l'équité évoluant dans les industries de la création. Des consultations et des échanges ont également eu lieu avec le MTCJ. Parallèlement à ce solide cadre de consultation, l'organisme a élaboré le plan en tenant compte de ses points forts et de ses possibilités d'amélioration à l'interne, ainsi que de facteurs externes tels que le contexte commercial élargi, les évolutions technologiques au sein des industries de la création et les pratiques exemplaires en vigueur dans d'autres pays et régions.

Le graphique ci-après illustre les principaux éléments du plan stratégique actuel.



MISSION ET VISION

Dans son plan, l'organisme propose un énoncé de vision résolument fondé sur les besoins de ses principales parties prenantes. Cet énoncé de vision ambitieux décrit l'état futur du secteur que l'organisme s'efforcera de concrétiser.

VISION

À la fois dynamiques, durables et inclusives, les industries ontariennes de la création génèrent des retombées économiques et produisent des contenus qui remportent un franc succès partout dans le monde.

L'énoncé de mission explique comment l'organisme contribuera à cet état futur. Il est également à la base des travaux de conception des programmes et des processus (notamment les critères de prise de décision) destinés à favoriser la croissance, la résilience et la durabilité des entreprises de la création.

MISSION

Contribuer à la prospérité des entreprises de la création en renforçant la croissance, la résilience, la compétitivité et la portée mondiale de l'économie ontarienne de la création

VALEURS

Le plan précise les cinq valeurs fondamentales qui sous-tendent les opérations, les programmes et les décisions d'Ontario Créatif dans tous leurs aspects. Ces attitudes et comportements sont encouragés au sein de l'organisme et sont essentiels aux relations avec les parties prenantes et à la culture interne de l'organisme. L'équipe d'Ontario Créatif démontre son attachement à ces valeurs fondamentales par ses décisions, ses activités quotidiennes et ses interactions, aussi bien avec ses partenaires et parties prenantes qu'entre ses propres membres.

- **Sens des responsabilités** : Tenir nos engagements avec intégrité, faire preuve d'ouverture et de transparence au sujet de nos progrès et assumer la pleine responsabilité de nos actions.
- **Collaboration** : Travailler les uns avec les autres et avec nos partenaires pour obtenir les meilleurs résultats possibles.
- **Inclusion** : Garantir la diversité, l'équité et l'accessibilité dans nos programmes et dans nos lieux de travail.
- **Leadership** : S'imposer comme un organisme de premier plan, proposer de nouvelles idées et promouvoir l'innovation et le changement.
- **Souci du service** : Être à l'écoute des besoins des parties prenantes et du secteur, en assurant des interactions marquées du sceau de l'excellence.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET CATALYSEURS

Ontario Créatif propose une série de programmes et de services, notamment des programmes d'investissement, des crédits d'impôt et des mesures d'appui au développement de l'industrie. Ces activités demeurent essentielles à la croissance et à la pérennité des industries ontariennes de la création. L'organisme s'est fixé quatre grands objectifs stratégiques et a défini deux catalyseurs opérationnels nécessaires à la réalisation de ces objectifs.

Objectif stratégique n° 1 : Renforcer les capacités

Pour renforcer les capacités, Ontario Créatif travaillera dans un esprit de collaboration pour faire en sorte que les industries ontariennes de la création soient diversifiées, durables et engagées sur la voie de la croissance grâce à une main-d'œuvre forte et qualifiée et à une solide infrastructure de soutien. Ainsi, en collaboration avec ses partenaires, il veillera à ce que les industries ontariennes de la création aient accès à un bassin de talents hautement qualifiés qui reflètent la diversité de la population de l'Ontario. Il contribuera également à développer l'infrastructure de base nécessaire face à la hausse de la demande, appuiera des initiatives de développement durable dans les secteurs de la création et donnera aux entreprises et aux particuliers reflétant la diversité de la province les moyens d'accéder à des services et des programmes destinés à renforcer l'écosystème dans son ensemble.

Ontario Créatif prévoit que l'action menée pour parvenir à cet objectif stratégique aboutira aux résultats suivants :

- Augmentation du nombre d'emplois
- Présence d'une main-d'œuvre qualifiée qui reflète la diversité de l'Ontario
- Développement des infrastructures et des capacités dans tous les secteurs
- Adoption de modèles commerciaux durables propices à la croissance

Pour atteindre cet objectif stratégique, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Continuer d'appuyer les initiatives de développement de la main-d'œuvre.
2. Continuer d'apporter un soutien ciblé aux entreprises qui présentent un fort potentiel de croissance économique et culturelle, notamment les sociétés dirigées par des personnes issues de la diversité.
3. Mettre à profit le rôle moteur de l'initiative Écran vert Ontario (EVO) et trouver des occasions de collaborer avec ses partenaires sectoriels pour promouvoir les efforts en matière d'écoresponsabilité dans toutes les industries de la création.

Objectif stratégique n° 2 : Doper la croissance

Pour doper la croissance, Ontario Créatif soutiendra la croissance des entreprises ontariennes de la création en investissant dans la création et la distribution d'œuvres de PI, en favorisant le développement des activités et en facilitant la collaboration dans chaque secteur et à l'échelle intersectorielle, grâce à des programmes modernes, adaptés et éclairés. Il s'agira notamment d'appuyer la croissance et le dynamisme des entreprises émergentes et établies et de leurs contenus innovants aux quatre coins de la province, de fournir des études et des données stratégiques essentielles qui faciliteront la prise de décisions étayées par des données probantes, de travailler en partenariat avec le gouvernement pour moderniser les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt, et de veiller à ce que les programmes et services de l'organisme répondent à l'évolution constante des conditions du marché.

Ontario Créatif prévoit que l'action menée pour parvenir à cet objectif stratégique aboutira aux résultats suivants :

- Augmentation de la capitalisation des entreprises et croissance du chiffre d'affaires
- Amélioration de l'avantage concurrentiel des entreprises ontariennes
- Coopération accrue avec les entreprises en démarrage
- Établissement de nouveaux partenariats intrasectoriels et intersectoriels grâce aux activités de facilitation de l'organisme

Pour atteindre cet objectif stratégique, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Lancer des volets Marketing et découvrabilité remaniés à l'intention du secteur de la production de contenu pour écran et du secteur de l'édition, ainsi qu'un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises et un FOIIM remanié pour tenir compte de l'évolution des possibilités d'affaires et concentrer les investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes.
2. Améliorer les activités de communication et de liaison avec les entreprises émergentes et les nouveaux et acteurs et actrices des industries de la création.
3. Coopérer avec le gouvernement pour simplifier les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt.
4. Élaborer un plan de développement régional, y compris une série d'améliorations de l'outil d'évaluation des retombées économiques régionales de la production de l'industrie de la création de contenu pour écran.

Objectif stratégique n° 3 : Stimuler l'investissement

Pour stimuler l'investissement, Ontario Créatif générera des investissements dans l'économie ontarienne de la création en faisant de la province une destination commerciale diversifiée, durable, innovante, compétitive et de renommée mondiale. À cet égard, il continuera de mettre en avant de solides raisons d'investir en Ontario et dans ses industries de la création en faisant valoir que la province est une destination commerciale de premier plan, et il collaborera avec ses partenaires des secteurs public et privé pour trouver des façons nouvelles et innovantes d'aider les entreprises à accéder à des capitaux et, en fin de compte, établir un environnement commercial propice à la croissance de l'économie de la création.

Ontario Créatif prévoit que l'action menée pour parvenir à cet objectif stratégique aboutira aux résultats suivants :

- Augmentation des investissements dans les secteurs ontariens de la création, aussi bien dans des contenus particuliers que dans l'ensemble de chaque secteur
- Augmentation des investissements étrangers, notamment sur le plan des ventes et des coproductions
- Augmentation des volumes de production émanant de créatrices et créateurs ontariens et étrangers
- Augmentation du nombre de transactions facilitées par Ontario Créatif

Pour atteindre cet objectif stratégique, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Établir un partenariat avec les prix JUNO en 2027 pour réaliser un portrait du secteur musical de l'Ontario (si les prix ont lieu dans la province).
2. Développer les productions cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères dans toutes les régions de l'Ontario en intensifiant la présence du Bureau du cinéma et en accroissant l'utilité de sa gamme de services.
3. Coopérer avec le gouvernement en vue de la modernisation continue des crédits d'impôt

Objectif stratégique n° 4 : Favoriser le développement international

Pour favoriser le développement international, Ontario Créatif promouvra de façon stratégique les contenus, les entreprises et les services de l'Ontario dans le monde entier, le but étant de conquérir des marchés, d'atteindre de nouveaux publics, de créer des débouchés à l'exportation, de tisser des partenariats commerciaux et d'attirer des investissements étrangers. À cette fin, il accompagnera les entreprises ontariennes sur des marchés stratégiques de premier plan, aidera les entreprises ontariennes à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies efficaces de commercialisation des exportations et à étendre leur présence mondiale, et s'emploiera à attirer de nouvelles activités de production en Ontario.

Ontario Créatif prévoit que l'action menée pour parvenir à cet objectif stratégique aboutira aux résultats suivants :

- Progression des ventes et des coproductions internationales
- Impact accru des fonds de développement des exportations
- Meilleure reconnaissance d'Ontario Créatif comme un collaborateur ou un partenaire chevronné
- Augmentation du nombre d'artistes prêts à exporter leurs contenus

Pour atteindre cet objectif stratégique, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Continuer d'examiner en permanence les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux.
2. Lancer un programme relatif à l'exportation de la musique consolidé dans le cadre du FOIIM remanié.
3. Continuer d'étoffer la proposition de valeur de l'investissement en Ontario.
4. Continuer d'optimiser son approche en matière de partenariats noués avec des marques.

Catalyseur n° 1 : Offrir une expérience client exceptionnelle

Pour offrir une expérience client exceptionnelle, Ontario Créatif doit veiller à offrir en temps opportun des programmes et des services qui sont modernes, accessibles, inclusifs, réactifs et transparents et qui demeurent au diapason des besoins changeants du secteur. À cette fin, il échangera régulièrement avec les parties prenantes pour veiller à ce que son action prenne en compte et respecte leurs diverses perspectives, favorisera l'excellence du service en interne en mettant davantage à profit les technologies et s'emploiera en permanence à évaluer, mesurer et communiquer la valeur de ses programmes et services.

Ontario Créatif prévoit que ce catalyseur stratégique permettra d'obtenir les résultats suivants :

- Établissement de relations de confiance et durables avec les parties prenantes
- Augmentation de la satisfaction des parties prenantes
- Volonté des parties prenantes de poursuivre leur développement à ses côtés
- Excellence de l'offre numérique des programmes
- Amélioration des processus et pratiques internes

Pour atteindre cet objectif catalyseur, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Élaborer un nouveau plan stratégique pluriannuel.
2. Mettre en œuvre les changements apportés aux lignes directrices des programmes d'investissement sur la base des conclusions de l'examen de leur caractère équitable et accessible.
3. Élaborer un plan d'action pluriannuel pour exploiter les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle.

4. Renforcer en permanence les capacités et les outils de mesure du rendement en apportant des améliorations au cadre d'indicateurs de rendement clés (IRC).

Catalyseur n° 2 : Développer le pouvoir d'agir des équipes

Pour développer le pouvoir d'agir des équipes, Ontario Créatif veillera au maintien d'un climat de travail et d'une culture d'équipe qui accordent la priorité au développement et au bien-être de son personnel et renforcent le sentiment d'appartenance. En outre, il mettra à profit les technologies, les politiques et les valeurs communes pour promouvoir la collaboration et optimiser la productivité et l'efficacité. À cet égard, il établira un modèle de travail hybride qui appuiera sa culture et exploitera efficacement les technologies, et il veillera à ce que ses pratiques et politiques internes favorisent le maintien d'un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme.

Ontario Créatif prévoit que ce catalyseur stratégique permettra d'obtenir les résultats suivants :

- Capacité accrue d'attirer et de maintenir en poste des personnes qualifiées et de grand talent dans un esprit d'inclusion
- Maintien d'une culture et d'effectifs qui sont davantage représentatifs de la culture diversifiée de l'Ontario, notamment de la diversité à tous les échelons de l'organisme
- Sentiment d'utilité et d'appartenance chez un plus grand nombre de membres du personnel

Pour atteindre cet objectif catalyseur, l'organisme lancera ou poursuivra notamment les initiatives suivantes :

1. Continuer de promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme.
2. Élaborer un modèle de travail flexible, inclusif et efficace en accord avec les exigences de la FPO.

Dans la mesure où l'organisme aborde le dernier exercice du plan quinquennal actuel, l'élaboration du prochain plan doit commencer en 2026-2027 pour un lancement prévu en 2027-2028.

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

INTRODUCTION

Ontario Créatif exerce ses activités dans un environnement complexe et dynamique affecté par l'incertitude économique mondiale, la transformation en cours des modèles commerciaux, des technologies et des habitudes des publics, sans oublier l'évolution du cadre stratégique. L'organisme est déterminé à assurer la prestation de ses programmes, services et initiatives avec la plus grande efficacité possible, et ce, dans l'intérêt de la population ontarienne et des parties prenantes des industries de la création. Dans le cadre de cet objectif consistant à trouver des moyens innovants d'accroître la valeur de son action, il établit des partenariats dans les secteurs public et privé, dans le but d'exploiter des ressources et des services utiles aux secteurs dans lesquels il intervient.

Ontario Créatif réalise régulièrement des analyses et des évaluations pour éclairer ses programmes, services et initiatives. L'organisme a démontré sa capacité de proposer des initiatives constructives et axées sur les résultats à sa clientèle issue de l'ensemble des industries de la création de l'Ontario.

De manière générale, les programmes et services actuels d'Ontario Créatif appuient une variété d'objectifs différents qui peuvent être classés dans les catégories suivantes : création de contenu, expansion commerciale, développement des marchés internationaux, développement de l'industrie au sens large, et marketing et promotion.

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

En 2024-2025, des sociétés ontariennes des secteurs du cinéma, de la télévision, des produits

MIN et de l'édition ont effectué 762 voyages aux fins d'exportation avec le soutien des programmes pour le développement des marchés internationaux d'Ontario Créatif.

- 1. Groupe de l'investissement dans l'industrie et de la promotion du secteur (IIPS) :** assure le soutien des sociétés des industries 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 sont le Développement de l'industrie (financement d'investissement, soutien international et initiatives stratégiques), le Bureau ontarien de promotion de la musique (BOPM, financement d'investissement, soutien international et initiatives stratégiques) et le Bureau du cinéma de l'Ontario (services de marketing, de promotion, de renforcement des capacités et d'investissement de l'étranger). Collectivement, elles encouragent et favorisent la collaboration intersectorielle et intrasectorielle, contribuant à la croissance économique des entreprises de la création de l'Ontario.
- 2. Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement :** coadministre cinq crédits d'impôt²³ remboursables avec l'Agence du revenu du Canada (ARC). Le Groupe donne son avis au MTCJ, et assure la compilation et le suivi de statistiques sur les crédits d'impôt qui orientent ensuite les conseils stratégiques 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. Groupe des activités opérationnelles et de la recherche (AOR) :** assure la planification générale et le soutien opérationnel dont Ontario Créatif 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, de la technologie de l'information (TI), de la production de rapports sur les résultats en matière de rendement, et des opérations administratives, ainsi que l'administration du PVS, la conservation de la BRL, la direction des projets de recherche menés par l'organisme et la supervision de l'organisation des manifestations liées à la recherche. Le Groupe appuie le MTCJ et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles, et suit l'évolution des politiques fédérales (par exemple les décisions du CRTC). Un soutien en matière de RH est apporté à l'organisme par le ministère des Services au public et aux entreprises et de l'Approvisionnement (MSPEA) par l'entremise de son service centralisé, RH Ontario.
- 4. Bureau de la direction générale et des communications :** englobe le bureau de la présidence-direction générale, le conseil d'administration d'Ontario Créatif et l'équipe 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.

En 2024-2025, l'organisme a gagné plus de 4 000 nouveaux abonnements sur les médias sociaux (chaînes Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube et X).

PRIORITÉS DE L'ORGANISME

En 2024-2025, le train de crédits d'impôt d'Ontario Créatif a généré 25,65 dollars de dépenses supplémentaires par dollar investi.

Le plan stratégique est en phase avec la priorité consistant à protéger l'Ontario en aidant les sociétés des industries de la création de la province à adopter de nouveaux modèles de recettes et à exploiter des possibilités de développement des activités à l'échelle nationale comme à l'international, en fournissant de meilleurs services qui mettent l'accent sur l'amélioration de l'expérience client, et en stimulant l'innovation et la valeur par un usage efficace des ressources publiques.

Il répond également aux priorités énoncées dans la lettre d'instructions adressée à l'organisme, notamment celles qui lui sont propres, concernant l'accroissement de la productivité et de la compétitivité mondiale des industries de la création de l'Ontario, la poursuite de la mise en œuvre de son plan stratégique en prêtant une attention

²³ Dans le budget de l'Ontario 2015, il a été annoncé que le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (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.

particulière à la mesure du rendement et à la démonstration du RCI par le gouvernement, et la mise en place d'une norme de service de 12 semaines ou 84 jours civils concernant le traitement des demandes de crédit d'impôt (traduction libre).

Les programmes et services sont axés sur ces thèmes et l'organisme veille à fonctionner de manière responsable, transparente et conforme à toutes les directives pertinentes, comme il lui incombe de le faire en qualité d'organisme provincial régi par un conseil d'administration.

En 2026-2027, soit le troisième exercice de son plan stratégique, Ontario Créatif se concentrera sur l'élaboration et la mise en place de stratégies, d'activités et de programmes qui en sous-tendent les principaux axes, à savoir :

- Renforcer les capacités
- Doper la croissance
- Stimuler l'investissement
- Favoriser le développement international

L'organisme s'efforcera également de concevoir et d'adopter des stratégies et des initiatives à l'appui de deux catalyseurs internes :

- Offrir une expérience client exceptionnelle
- Développer le pouvoir d'agir des équipes

L'organisme continue de travailler à la mise en œuvre de ses engagements, tels que définis dans son plan stratégique 2023-2027, tout en étant réactif face à un environnement en pleine mutation. Les travaux qui seront entrepris en 2026-2027, dont la description figure ci-dessous, complètent ce plan :

Renforcer les capacités :

- Soutien continu des initiatives de développement de la main-d'œuvre dans le cadre de l'ensemble des programmes et activités de l'organisme. À titre d'exemple, nous continuerons de donner la priorité à la formation en compétences commerciales et en culture financière parmi les projets du PDI, et de proposer des activités de mentorat et de formation sur les plateaux.
- Recherche constante (Bureau du cinéma de l'Ontario) de partenariats sectoriels et gouvernementaux qui ouvrent de nouvelles possibilités de formation pour l'industrie de la production de contenu pour écran et renforcent la main-d'œuvre existante. Il s'agira notamment de maintenir le partenariat avec les Pinewood Studios aux fins de l'initiative menée dans le cadre de leur Futures Festival, et de poursuivre le dialogue en cours avec nos collègues du ministère du Travail (MTR) et du ministère des Collèges et Universités, de l'Excellence en recherche et de la Sécurité (MCUERS).
- Arrêt d'Accélération pour céder la place à un volet Développement des talents qui éliminera les obstacles pour les sociétés présentant un potentiel de croissance, y compris les sociétés dirigées par des personnes issues de la diversité.
- Lancement d'une initiative de soutien des sociétés dirigées par des personnes issues de la diversité en investissant en faveur d'activités de renforcement des capacités qui aident les anciens bénéficiaires du programme Accélération à améliorer leur état de préparation à présenter une demande au FOIM.
- Lancement de nouveaux volets de programme pour soutenir les éditeurs de livres et de revues émergents et appartenant à des personnes ayant droit à l'équité.
- Poursuite de la mise en œuvre des initiatives d'EVO, comme la création d'études de cas et de ressources de marketing liées à l'écoresponsabilité, et l'examen des outils à base d'IA susceptibles de faciliter le calcul de l'empreinte carbone.

Doper la croissance :

- Lancement de volets Marketing et découvrabilité remaniés à l'intention du secteur de la production de contenu pour écran et du secteur de l'édition, ainsi que d'un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises afin d'appuyer des activités d'expansion commerciale novatrices.
- Lancement d'un FOIM remanié.
- Interruption ou reconception des activités de recherche existantes ou lancement de nouvelles activités en fonction des conclusions de l'examen des produits de recherche.

- Poursuite de la coopération avec la province pour simplifier les crédits d'impôt et les rendre stables et efficaces.

Stimuler l'investissement :

- Partenariat avec l'Académie canadienne des arts et des sciences de l'enregistrement (ACASE) pour organiser une éventuelle manifestation vitrine du secteur musical de l'Ontario dans le cadre des prix JUNO 2027 (s'ils ont lieu en Ontario).
- Étude de nouveaux partenariats pour promouvoir les talents créatifs et techniques de l'Ontario.
- Poursuite des travaux d'accroissement de la visibilité et de l'utilité du Bureau du cinéma de l'Ontario grâce à de nouveaux outils, ressources et campagnes de marketing numériques pour promouvoir l'Ontario en tant que destination de production.

Favoriser le développement international :

- Considération du mentorat et du développement des sociétés émergentes parmi les expansions potentielles de la stratégie de développement des activités de l'organisme à l'étranger.
- Poursuite de la recherche de nouveaux débouchés prometteurs à l'étranger pour les parties prenantes des secteurs de la production de contenu pour écran et de l'édition.
- Lancement d'un programme relatif à l'exportation de la musique consolidé dans le cadre du FOIM remanié.

Concernant les catalyseurs internes :

Offrir une expérience client exceptionnelle :

- Élaboration d'un nouveau plan stratégique pluriannuel.
- Élaboration d'un plan d'action pluriannuel pour exploiter les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle.
- Mise en place complète d'une nouvelle norme de service concernant le traitement des demandes de crédit d'impôt.
- Réalisation d'une analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour déceler d'autres possibilités de simplifier le processus.

Développer le pouvoir d'agir des équipes :

- Élaboration d'un nouveau plan pluriannuel d'accessibilité.
- Poursuite de l'examen et de l'adaptation des politiques internes conformément aux directives de la FPO, notamment la norme de retour à cinq jours de présence au bureau.

Ces objectifs et catalyseurs prioritaires sont adoptés aussi bien par les programmes de base que par les initiatives limitées dans le temps qu'Ontario Créatif se propose d'entreprendre en 2026-2027.

PROGRAMMES, SERVICES ET ACTIVITÉS

Ontario Créatif offre des programmes, des services et des activités à l'appui de son mandat décrit dans la section précédente. Les programmes et les services de l'organisme fournissent aux sociétés ontariennes les outils et le soutien nécessaires pour, d'une part, rester compétitives aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale et, d'autre part, attirer et retenir des entreprises et des talents dans toute la province. Ces programmes et services permettent aux industries de la création de l'Ontario de contribuer significativement à l'économie et à la vitalité culturelle de la province.

QUE FINANÇONS-NOUS? PRINCIPES CLÉS

Les programmes d'Ontario Créatif se répartissent en deux grandes catégories de financement : les programmes d'investissement sélectifs et les crédits d'impôt. La plupart des programmes d'investissement sont arbitrés par des jurés externes jouissant de connaissances et d'une expérience sectorielles de niveau supérieur. Ontario Créatif veille à ce que les jurys de programme reflètent la diversité, n'aient aucun conflit d'intérêts et soient régulièrement renouvelés.

Les investissements d'Ontario Créatif ont appuyé 1 337 sociétés en 2024-2025, subventions et crédits d'impôt confondus.

L'organisme investit dans des activités et projets nouveaux, pas dans les activités commerciales courantes. Le financement se limite à un pourcentage du budget total du projet, de sorte que la société bénéficiaire garde la responsabilité de lever d'autres fonds publics et privés, et de puiser dans ses propres ressources pour pouvoir entreprendre l'activité.

Les critères de décision et la pondération servant à déterminer quelles demandes reçoivent un soutien figurent dans les lignes directrices de chaque programme, mais comprennent généralement :

- la stabilité financière de la société et ses antécédents;
- la contribution du projet à la croissance et à la stabilité de la société;
- le potentiel en matière de génération de revenus et de succès;
- les retombées pour l'économie ontarienne (en fonction des dépenses de main-d'œuvre, de l'emploi et de la valeur de levier);
- le caractère novateur, la qualité et la créativité de la proposition;
- la diversité du projet et de l'équipe créative.

En 2024-2025, Ontario Créatif a appuyé 13 manifestations de marketing par l'intermédiaire de son PDI, y compris le Marché du Film de Cannes, la Niche Media Conference, la Foire du livre de Londres et la Gamescom.

Les tableaux ci-dessous dressent la liste des programmes de base ainsi que des initiatives à durée limitée prévues.

TABLEAU 1 : SOMMAIRE DES PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT DE BASE

Fonds	But	Détail des changements apportés au programme en 2026-2027
Fonds pour la PI	Stimuler la croissance économique dans les secteurs de contenu sur écran de l'Ontario en investissant dans des activités qui soutiennent la production et l'exploitation d'un contenu innovant, de grande qualité et axé sur le consommateur. Comprend des investissements aux fins de production, de développement et d'émergence/de participation au capital, ainsi qu'un soutien limité des activités de commercialisation et de vente.	Pas de modification importante en 2026-2027.

Programme pour le marketing et la découvrabilité à l'intention du secteur de l'édition	Stimuler la croissance économique dans les secteurs de l'édition de l'Ontario en investissant dans des activités de marketing qui augmentent les revenus des sociétés et le nombre d'emplois créés ou maintenus, soutenir les sociétés émergentes et les initiatives en matière de DEIA en vue de favoriser l'essor de l'industrie dans son ensemble.	Programme remanié lancé en 2026-2027.
Fonds du livre	Financement destiné aux éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens afin d'accroître leur viabilité financière et leur croissance commerciale globale par le biais d'activités de marketing ou d'activités permettant de créer ou de renforcer leur capacité numérique.	Transition vers le Programme pour le marketing et la découvrabilité à l'intention du secteur de l'édition en 2026-2027.
Fonds d'aide aux éditeurs de revues	Financement visant à appuyer les nouveaux projets d'expansion commerciale d'éditeurs de revues domiciliés en Ontario et appartenant à des intérêts canadiens, y compris les projets qui aident les éditeurs à s'adapter et à se préparer à relever les défis du numérique au sein d'un marché en évolution rapide.	Transition vers le Programme pour le marketing et la découvrabilité à l'intention du secteur de l'édition en 2026-2027.
Fonds intersectoriel pour les entreprises	Investissement en faveur d'activités stratégiques novatrices d'expansion commerciale qui mettent les secteurs de la production de contenu pour écran et de l'édition en position d'être compétitifs sur la scène mondiale, intègrent de nouvelles technologies dans les processus opérationnels et tirent parti des succès.	Nouveau programme lancé en 2026-2027.
Développement des activités à l'étranger	Soutien stratégique et financier afin de créer de nouveaux débouchés à l'étranger par le biais du Fonds d'Ontario Créatif pour le développement des marchés internationaux afin de compenser les coûts liés à la fréquentation de marchés, aux opérations de mise en place de stands collectifs lors de marchés, et à l'accroissement de la présence promotionnelle et stratégique en vue d'améliorer l'accès aux marchés et la visibilité.	Pas de modification importante en 2026-2027.

Programme de développement de l'industrie	Soutien financier et stratégique ciblé pour les associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies dans les secteurs de l'édition et de la production de contenu pour écran à l'égard d'activités qui génèrent de nouvelles possibilités de croissance commerciale et de renforcement des capacités pour les professionnels et professionnelles des industries de la création de l'Ontario.	Pas de modification importante en 2026-2027, priorisation des demandes favorisant le perfectionnement des compétences financières et comptables, la formation en matière d'IA et l'écoresponsabilité.
Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique	Le FOIIM vise à renforcer et à stimuler la croissance des sociétés du secteur de la musique de l'Ontario et à soutenir ce secteur en plein essor. Ontario Créatif offre un soutien financier afin de dynamiser l'activité et l'investissement et de soutenir 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.	En 2026-2027, Ontario Créatif lancera des améliorations du FOIIM axées sur la réalisation d'investissements à impact élevé, tout en continuant de soutenir un écosystème musical dynamique et diversifié. Elles sont décrites plus loin dans le présent plan.
Programme de veille stratégique	Soutien financier pour les organismes sans but lucratif et constitués en personne morale de l'industrie qui entreprennent des initiatives de veille stratégique visant à rassembler, à formuler et à diffuser de l'information stratégique favorisant la croissance d'un ou de plusieurs secteurs de la création en Ontario.	Pas de modification importante en 2026-2027.

TABEAU 2 : CRÉDITS D'IMPÔT

Crédit d'impôt	But
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO)	Crédit d'impôt remboursable de 35 p. 100 des dépenses admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles admissibles de sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles. 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 admissibles de main-d'œuvre s'applique aux premières productions admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP)	Crédit d'impôt remboursable de 21,5 p. 100 des dépenses admissibles ontariennes de main-d'œuvre et autres engagées à l'égard des productions cinématographiques et télévisuelles admissibles de sociétés sous contrôle canadien ou étranger et domiciliées en Ontario qui sont admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)	Crédit d'impôt remboursable de 18 p. 100 des dépenses admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard d'animation et d'effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles par des sociétés sous contrôle canadien ou étranger domiciliées en Ontario.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN)	Crédit d'impôt remboursable de 40 p. 100 (35 p. 100 dans le cadre d'un achat de services) des dépenses admissibles ontariennes engagées pour créer des produits MIN en Ontario par des sociétés sous contrôle canadien ou étranger et domiciliées en Ontario qui sont admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIOME)	Crédit d'impôt remboursable de 30 p. 100 des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'auteurs canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles.

TABLEAU 3 : SERVICES DU BUREAU DU CINÉMA

Photothèque numérique des extérieurs	Répertoire en ligne permettant aux professionnels et professionnelles de l'industrie d'accéder à 9 000 portfolios de lieux de tournage situés dans toute la province et à des points d'intérêt pour les productions (par exemple des points de raccordement au réseau électrique).
Service de consultation en matière de production	Le Bureau du cinéma donne des conseils aux producteurs et productrices qui envisagent l'Ontario comme destination pour investir dans une production, et apporte une aide à la résolution des problèmes sur le terrain aux productions en tournage dans la province. Les services de consultation comprennent des conseils en matière d'extérieurs, des visites d'extérieurs et la mise en relation des producteurs et productrices avec les fournisseurs, les prestataires et les travailleuses et travailleurs locaux.
Guide de production en Ontario (Ontario Production Guide, en anglais uniquement)	Répertoire gratuit en ligne de 1600 fournisseurs de services pour les productions cherchant des services locaux dans tout l'Ontario.

FONCTIONNEMENT DE L'ORGANISME

Le bail des bureaux de l'organisme au 175, rue Bloor Est est prolongé jusqu'au 30 avril 2028. Il est détenu par le ministère de l'Infrastructure (INF) au nom de la Couronne. La directive provinciale relative à l'Initiative de centralisation des pouvoirs de gestion immobilière est entrée en vigueur le 1^{er} avril 2024. Aux termes de cette directive, le contrôle des biens immobiliers a été transféré de l'organisme au ministère. En 2024-2025, l'organisme s'est vu attribuer 10 ETP supplémentaires pour deux ans dans le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement comme mesure pour résorber la file d'attente actuelle des crédits d'impôt. Pour accueillir ces nouveaux ETP, l'organisme a procédé à un léger réaménagement des bureaux pour créer de nouveaux espaces de travail.

Ontario Créatif mène régulièrement plusieurs activités opérationnelles visant à coordonner son orientation stratégique et à améliorer les processus opérationnels afin d'en accroître l'efficacité et de fournir de meilleurs services à la clientèle.

Voici les activités opérationnelles qui seront menées en 2026-2027 :

- **Modernisation des paiements de transfert** : Dans le cadre de son plan de modernisation du processus des paiements de transfert, Ontario Créatif poursuivra la transition vers des processus opérationnels entièrement électroniques.

- **Extraction annuelle de données** : Conformément à la directive opérationnelle sur la consolidation des paiements de transfert, Ontario Créatif fournit annuellement au MSPEA des renseignements détaillés sur les subventions accordées extraits de sa base de données interne.
- **Données ouvertes** : Identification, préparation et conservation d'ensembles de données conformément à la Directive de l'Ontario sur les données ouvertes.
- **Plan stratégique pluriannuel** : Ontario Créatif amorcera l'élaboration d'un nouveau plan stratégique pluriannuel.
- **Collecte de données démographiques** : Ontario Créatif poursuivra la mise en place de la collecte de données démographiques individuelles sur les rôles commerciaux et créatifs clés.
- **Sondage sur la satisfaction de la clientèle** : Ontario Créatif se lancera dans l'élaboration d'un plan d'action pluriannuel pour exploiter les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle réalisé en 2025-2026.
- **Plan pluriannuel d'accessibilité** : L'organisme poursuivra la mise en œuvre de son plan pluriannuel d'accessibilité. Les tâches consisteront notamment à intégrer des considérations liées à l'accessibilité dans le sondage sur la satisfaction de la clientèle et à élaborer un plan d'action pour améliorer le service à la clientèle comprenant des questions qui permettront d'évaluer le succès des initiatives lancées en matière d'accessibilité ainsi que la qualité et l'accessibilité générales des services. L'organisme commencera en outre d'élaborer son prochain plan pluriannuel d'accessibilité.
- **Culture d'Ontario Créatif et proposition de valeur au personnel** : Ontario Créatif continuera d'appuyer ses objectifs en matière de formation et de perfectionnement du personnel, notamment l'élargissement du programme de mentorat des employés par des activités sectorielles et l'accent mis sur le renforcement de l'esprit d'équipe et l'efficacité dans un environnement hybride. L'organisme formulera une proposition de culture et de valeur au personnel dans le cadre de l'élaboration du nouveau plan stratégique pluriannuel.
- **Promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme** : Ontario Créatif concevra des politiques, pratiques et processus ou les révisera selon les pratiques exemplaires en matière de DEIA et d'accessibilité (en ce qui concerne les pratiques d'approvisionnement, la planification des manifestations, l'embauche et le recrutement), et ce, de façon continue. L'organisme suivra les conclusions de l'examen du caractère équitable et accessible des lignes directrices des programmes d'investissement.

ACTIVITÉS DE CONSULTATION DE L'INDUSTRIE

Pour éclairer et enrichir ses programmes et 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.

Ces comités consultatifs sont constitués d'intervenantes et d'intervenants issus de sociétés et d'associations professionnelles de l'industrie de la création qui siègent pour un mandat maximum de trois ans. Chaque comité nomme un coprésident ou une coprésidente provenant de l'industrie, et le ou la PDG 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 et intervenantes de haut niveau concernant la planification, la conception et 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 son conseil d'administration, s'il y a lieu; 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 priorités et des enjeux émergents chez les parties prenantes.

Ponctuellement, des sous-comités sont créés pour formuler des commentaires sur des programmes, des documents ou des objectifs d'Ontario Créatif, comme le renforcement de la diversité et de l'inclusion. Ontario Créatif veille à ce que des organismes représentant les groupes en quête d'équité dans les industries de la création aient une place au sein des comités consultatifs.

Ontario Créatif organise également des réunions intersectorielles avec des membres des comités consultatifs de l'industrie sur des thématiques spécifiques, dans le but de pratiquer la pollinisation croisée des idées et des approches pour relever un défi commun et de donner l'occasion de réseauter entre secteurs de la création. En 2025-2026, ces réunions ont abordé le thème de l'accès des sociétés de la création au capital pour développer leurs activités et définir les obstacles et succès en la matière.

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 de spécialistes 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 de cerner les enjeux pertinents les concernant et de les aider à en faire part aux ordres de gouvernement compétents.

- L'organisme est déterminé à assurer un suivi et une communication continue en ce qui concerne les questions d'importance pour les industries de la création, notamment la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne* et les enjeux liés aux implications de l'intelligence artificielle en matière de droit d'auteur.
- Grâce au bulletin de veille stratégique, Ontario Créatif est en mesure de communiquer avec les parties prenantes au sujet des occasions de participer aux consultations portant sur l'élaboration de politiques organisées par tous les ordres de gouvernement.
- Comme nous l'avons souligné ailleurs dans le présent document, l'organisme cherche en outre proactivement des occasions d'aider les industries de la création à accéder à d'autres mesures générales de soutien au développement de la main-d'œuvre offertes par la province.

INVESTISSEMENT DANS L'INDUSTRIE ET PROMOTION DU SECTEUR

En 2026-2027, les initiatives suivantes seront menées dans le cadre de l'ensemble des programmes d'investissement du Groupe de l'IIPS :

ACCESSIBILITÉ

- Dans l'optique d'aider les sociétés et les organismes à réaliser des projets accessibles et inclusifs pour les personnes handicapées, les lignes directrices continueront d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.
- Les lignes directrices des programmes d'investissement seront mises à jour afin que les activités financées, en particulier les manifestations, soient accessibles à tous les types de participants ou d'utilisateurs. Elles seront continuellement réexaminées pour intégrer les pratiques exemplaires nouvelles et émergentes, le cas échéant.
- En outre, des moyens de favoriser l'accessibilité du processus de demande seront également envisagés de façon continue, par exemple la révision des lignes directrices afin de veiller à ce qu'elles soient rédigées

dans un langage clair et la couverture de certains coûts liés aux fournisseurs de services requis pour aider à remplir les demandes.

AMÉLIORATION DU PROCESSUS DE DEMANDE

- Ontario Créatif continuera d'évaluer constamment les possibilités d'harmonisation et de simplification des exigences liées à la présentation des demandes, dans la mesure du possible, et ce, pour améliorer le service à la clientèle, la transparence et l'efficacité.
- L'organisme évaluera les activités de communication et de liaison pour s'assurer de toucher l'ensemble des parties prenantes de la province, continuera de proposer des séances d'information virtuelles et cherchera des occasions de communiquer avec les parties prenantes se trouvant en dehors de la région du grand Toronto (RGT) afin d'offrir un accès plus équitable au personnel d'Ontario Créatif et à son expertise.
- Nous veillerons à ce que les activités de liaison et de communication liées aux programmes et aux services d'Ontario Créatif s'étendent aux sociétés émergentes et aux nouveaux acteurs et actrices (susceptibles de ne pas être encore constitués en personne morale), et à nous associer aux organisations sectorielles pour améliorer les initiatives de liaison.

DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

Tout au long des deux derniers exercices, l'organisme a réimaginé la gamme de programmes de développement de l'industrie destinés aux secteurs de la production de contenu pour écran et de l'édition pour tenir compte de l'évolution des modèles d'affaires et concentrer les investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes. Les volets des programmes ont été réorganisés de manière à financer prioritairement les activités liées à l'investissement en faveur du contenu (PI), à l'aide à la promotion, au développement commercial stratégique et au développement des activités à l'étranger.

FONDS POUR LA PI

- L'objectif principal est de stimuler la croissance économique dans les secteurs du contenu sur écran de l'Ontario en investissant dans des activités qui soutiennent la production et l'exploitation d'un contenu innovant, de grande qualité et axé sur le consommateur. Le contenu admissible comprend les longs métrages (fictions et documentaires) pour sortie en salles, en numérique ou en réalité étendue (XR); les séries numériques; les jeux vidéo; et le contenu interactif de XR.
- En 2026-2027, Ontario Créatif lancera un volet Marketing et découvrabilité à l'intention du secteur de la production de contenu pour écran actualisé dans le cadre du Fonds pour la PI. Ce programme actualisé ne diffère pas énormément des aides au marketing et à la découvrabilité préexistantes offertes par l'intermédiaire des anciens Fonds pour la production cinématographique et pour les produits MIN. Le volet actualisé a été rebaptisé pour faire écho à la transition de ces fonds vers le Fonds pour la PI, certaines modifications ayant été apportées pour améliorer l'administration du programme et simplifier le processus de présentation des demandes. L'objectif principal consiste à accroître le public et les revenus des projets de contenu qui reçoivent un investissement au titre de la production de la part du Fonds pour la PI. Ce volet est accessible aux bénéficiaires du volet Production du Fonds pour la PI une fois leur projet achevé et vise à contribuer aux activités de marketing et de découvrabilité, telles que les relations publiques, les campagnes dans les médias sociaux, les projections spéciales, les opérations en direct et le portage de jeux vidéo sur de nouvelles plateformes.
- Enfin, en 2026-2027, le Fonds pour la PI continuera d'offrir un supplément pour les activités de formation et de mentorat, témoignant de l'engagement de l'organisme à l'égard de l'atteinte de ses objectifs en matière de développement de la main-d'œuvre.

PROGRAMME POUR LE MARKETING ET LA DÉCOUVRABILITÉ À L'INTENTION DU SECTEUR DE L'ÉDITION

- En 2025-2026, Ontario Créatif a effectué un examen de ses programmes de développement des activités et du marketing qui a donné lieu à la création du Programme pour le Marketing et découvrabilité à

l'intention du secteur de l'édition, qui remplacera le Fonds du livre et le Fonds d'aide aux éditeurs de revues en 2026-2027.

- Ce programme stimulera la croissance économique dans les secteurs de l'édition de l'Ontario en investissant dans des activités de marketing qui augmentent les revenus des sociétés et le nombre d'emplois créés ou maintenus, et soutiendra les sociétés émergentes et les initiatives en matière de DEIA en vue de favoriser l'essor de l'industrie dans son ensemble.
- Les auteurs de demande admissibles comprendront tant les sociétés d'édition chevronnées que les sociétés émergentes grâce à un volet ciblé. Les projets admissibles incluent les activités de marketing et de découvrabilité, notamment les campagnes dans les médias sociaux, les partenariats de vente au détail, les tournées d'auteurs et les incitations à l'abonnement.

FONDS INTERSECTORIEL POUR LES ENTREPRISES

- Un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises a été conçu dans le sillage de l'examen des programmes de développement des activités et de marketing pour permettre d'investir dans des activités stratégiques et novatrices d'expansion commerciale qui mettent les secteurs de la production de contenu pour écran et de l'édition en position d'être compétitifs sur la scène mondiale, intègrent de nouvelles technologies dans les processus opérationnels et tirent parti des succès. Ce fonds sera lancé en 2026-2027.
- Les sociétés admissibles comprennent les sociétés à but lucratif individuelles ou regroupées en partenariats qui sont des bénéficiaires de programmes d'Ontario Créatif. Les activités admissibles incluent les activités novatrices d'expansion commerciale, notamment les travaux de recherche et de développement de nouvelles marques, de nouveaux marchés verticaux ou de nouvelles offres de contenu, et les activités stratégiques de planification opérationnelle en vue de réaliser des gains d'efficacité grâce aux nouvelles technologies.

DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER

- Ontario Créatif accorde un soutien aux éditeurs de livres et aux producteurs de contenu cinématographique et télévisuel et aux sociétés de production MIN de l'Ontario dans le but d'appuyer un éventail d'activités d'exportation et de développement des activités à l'étranger menées sur une année, notamment la fréquentation de marchés et les voyages commerciaux ciblés, et ce, par le biais d'un financement au chapitre du développement des marchés internationaux. Remarque : les activités d'exportation du secteur de la musique continuent de recevoir un soutien par l'intermédiaire du FOIIM.
- 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.
- En 2026-2027, Ontario Créatif considèrera l'inclusion du mentorat et du développement des sociétés émergentes parmi les expansions de sa stratégie de développement des activités à l'étranger.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

- Ontario Créatif accorde un soutien financier et stratégique ciblé aux associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies de l'Ontario, afin de proposer des initiatives, manifestations et activités ayant des répercussions à long terme sur la croissance et la viabilité des secteurs de l'édition du livre, des revues, du cinéma, de la télévision et des produits MIN. En 2026-2027, l'organisme continuera de réaliser les engagements pris dans sa stratégie de développement de la main-d'œuvre, et ce, de deux façons :
 - en maintenant le financement de l'initiative ciblée de développement de la main-d'œuvre dans le cadre de ce programme, notamment en appuyant les efforts de perfectionnement et de recyclage des compétences en matière d'IA;
 - en donnant la priorité à la formation en compétences commerciales et en culture financière.

FONDS ONTARIEN D'INVESTISSEMENT DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

En 2024-2025, Ontario Créatif a entrepris un examen du FOIIM et du programme Accélération, dont l'analyse a eu lieu en 2025-2026. Ces travaux sont dans la droite ligne de l'objectif défini dans notre plan d'activités consistant à doper la croissance des industries de la création de l'Ontario en veillant à ce que nos programmes tiennent compte de l'évolution des modèles d'affaires et continuent de concentrer nos investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes.

En 2026-2027, Ontario Créatif lancera un programme remanié tenant compte des commentaires des parties prenantes recueillis dans le cadre de l'examen du FOIM et adoptant les recommandations et les priorités définies en fonction de son enveloppe budgétaire actuelle. Pour ce faire, l'organisme a mêlé réaligement et consolidation pour établir l'admissibilité des auteurs de demande et la répartition des ressources, en veillant tout particulièrement à respecter sa mission première de produire des retombées économiques pour la province. Le cadre revu du FOIM contribuera à faire en sorte qu'Ontario Créatif continue d'offrir un soutien axé sur les résultats et de créer de la valeur; de stimuler la croissance, la réussite et l'impact économique des sociétés; et de s'assurer que le réservoir de nouveaux talents ne cesse de dynamiser l'industrie dans son ensemble afin de renforcer la compétitivité de l'Ontario. Les modifications proposées sont décrites ci-dessous :

DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MUSIQUE

- Pour les sociétés établies du secteur de la musique (maisons de disques, éditeurs et gérants d'artistes ayant des revenus supérieurs à 100 000 dollars), l'axe sera déplacé vers le financement selon l'activité. Ce volet autorisera les modèles d'affaires hybrides et recentrera l'attention sur les activités qui favorisent l'innovation, le maintien des employés et le renforcement des capacités, tout en continuant d'appuyer la création de contenu et les activités de développement des artistes.

PROMOTION DES CONCERTS

- Le volet Promotion des concerts sera maintenu, mais réajusté pour cibler les promoteurs et diffuseurs ayant des revenus situés entre 100 000 et 1 000 000 dollars produisant des concerts majeurs.

DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

- Il s'agit d'un nouveau volet qui réduira les obstacles à l'accès de sociétés performantes faisant état d'un potentiel de croissance, notamment de sociétés appartenant à des auteurs de demande répondant à la définition provinciale actuelle de la diversité. Les auteurs de demande admissibles comprendraient ceux qui sont admissibles aux volets Développement des entreprises du secteur de la musique et Promotion des concerts dont les revenus sont inférieurs à 100 000 dollars.

DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS INTERNATIONAUX

- En 2026-2027, la portée de l'actuel Programme de développement des marchés internationaux sera élargie aux demandes provenant de maisons de disques et d'éditeurs en plus de celles émanant d'imprésarios. Le processus de demande et de rapport du volet sera simplifié pour mieux permettre aux bénéficiaires de tirer parti des possibilités émergentes et d'étendre les activités d'exportation et de présentation des artistes.

DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

- En 2026-2027, la limite du volet Développement de l'industrie de la musique sera portée à 75 p. 100 pour aligner le soutien offert aux associations et organisations sectorielles sur celui des autres programmes d'investissement d'Ontario Créatif.

De surcroît, tous volets confondus, le FOIM remanié :

- limitera les auteurs de demande à 125 000 dollars de financement par cycle du programme et à un maximum de 250 000 dollars sur trois ans, afin de trouver un meilleur équilibre entre les besoins des sociétés établies et ceux des sociétés émergentes;
- supprimera l'exception actuelle aux critères du programme fondée sur la diversité, permettant aux artistes-entrepreneurs qui sont des personnes autochtones, noires et de couleur de présenter une demande, afin de remettre le programme en phase avec le mandat d'Ontario Créatif consistant à soutenir les sociétés des industries de la création.

BUREAU DU CINÉMA

Le Bureau du cinéma fait office de principal organisme de promotion vantant les avantages de l'Ontario auprès de l'industrie cinématographique mondiale, en menant des initiatives stratégiques de commerce interentreprises et des campagnes publicitaires internationales. Il recueille également des statistiques sur l'activité de production

dans la province. Enfin il prend une part active au développement d'initiatives de renforcement des capacités et en facilite la mise en œuvre pour veiller à ce que le secteur soit paré pour la croissance sectorielle future, tout particulièrement en ce qui concerne l'écoresponsabilité, l'équité entre les régions et l'expansion des studios.

Le Bureau du cinéma propose plusieurs services pertinents aux productrices et producteurs intérieurs et étrangers.

BUREAU DE LOS ANGELES POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE À TORONTO (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 des productions en Ontario et de soutenir les créateurs et créatrices de contenu pour écran de la province. Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau. 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. Il recueille également des renseignements liés à l'expérience client dans le cadre des services aux productions étrangères, qui servent à améliorer l'offre de la province.

PHOTOTHÈQUE NUMÉRIQUE DES EXTÉRIEURS ET OUTILS NUMÉRIQUES

Le Bureau du cinéma tient une PNE récemment modernisée qui compte parmi les répertoires de lieux de tournage les plus exhaustifs au monde avec plus de 9 000 extérieurs dans toutes les régions de la province. À la suite de sa récente modernisation, le site Web du Bureau héberge en outre un guichet unique polyvalent permettant d'obtenir des renseignements sur les productions en cours dans la province, les incitations offertes, les efforts en matière d'écoresponsabilité, ainsi qu'une liste complète de ressources de perfectionnement professionnel et d'apprentissage à l'intention des professionnelles et professionnels travaillant ou souhaitant travailler au sein de l'industrie provinciale du cinéma et de la télévision.

VISITES PROMOTIONNELLES DE FAMILIARISATION

Que ce soit aux fins d'un projet dans le cadre de son service de consultation en matière de production ou pour des groupes de cadres du secteur international de la production cinématographique et télévisuelle, le Bureau du cinéma organise régulièrement des visites promotionnelles de familiarisation dans le but de promouvoir les avantages que présente l'Ontario dans le domaine des lieux de tournage, de la production et de la postproduction en cas d'investissement dans la province.

DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Le Bureau du cinéma travaille en étroite collaboration avec les partenaires municipaux, provinciaux et fédéraux à créer une expérience de production fluide en Ontario, et ce, dans toutes les régions. À l'appui de ces efforts, il organise une séance bimensuelle de discussion ouverte avec plus de 40 représentants et représentantes de régions et de municipalités, la personne représentant le caucus des extérieurs de la section Ontario de la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) et le conseiller ou la conseillère, Bureau de Los Angeles, afin de discuter des lignes directrices de tournage, des pratiques exemplaires, des pistes d'investissement, de l'évolution des affaires et des mises à jour de politiques. Il organise par ailleurs un Forum cinématographique régional en partenariat avec les bureaux du cinéma municipaux, lequel réunit plus de 60 représentants et représentantes de ces derniers et de l'industrie pour un programme complet d'une journée de perfectionnement professionnel.

DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Fort des services du Bureau du cinéma et de la disponibilité croissante de studios, l'Ontario est bien positionné pour poursuivre sa croissance. À mesure que la demande augmentera, il deviendra important d'un point de vue stratégique de continuer de veiller à ce que la main-d'œuvre de la province puisse tenir la cadence. Le Bureau du cinéma travaille en étroite collaboration avec ses partenaires sectoriels, gouvernementaux et universitaires pour produire des ressources, des manifestations et des possibilités de réseautage qui contribueront à créer des filières d'accès à l'emploi au sein de l'industrie et de perfectionnement professionnel. Il s'agit notamment de partenariats avec le programme CineCares des Cinespace Studios, le programme Reel Opportunities de Reel Canada et des salons de l'emploi du secteur du cinéma et de la télévision.

ÉCRAN VERT ONTARIO

Le Bureau du cinéma se réunit avec les 27 organisations sectorielles et gouvernementales parties à l'initiative EVO, lancée en 2020 pour élaborer des stratégies de production écoresponsable qui permettront aux productions

d'économiser des coûts environnementaux et monétaires, et valoriseront le choix de l'Ontario comme lieu de tournage. Au cours de la brève période écoulée depuis la création d'EVO, l'écoresponsabilité est devenue un facteur concurrentiel clé, déterminant où les productions choisissent de poser leurs valises dans le monde.

Former les travailleurs et travailleuses du cinéma en Ontario pour un avenir plus durable reste une priorité pour EVO. À cette fin, l'initiative propose deux cours de formation sur les principes de base du calcul de l'empreinte carbone et sur le climat et la production écoresponsable. En 2024, elle a mis en ligne une version autodirigée de cette dernière, en facilitant l'accès pour les travailleurs et travailleuses du secteur du cinéma et de la télévision. Ces cours gratuits leur sont offerts dans toute la province. Jusqu'à présent, EVO a compté 900 cours terminés pour l'ensemble des deux formations.

L'initiative organise également les réunions de la table de concertation pour l'écologisation avec des productrices et des producteurs délégués influents, dans le but de promouvoir les ressources, les outils et les possibilités de formation qu'elle fournit et de discuter de l'adoption de pratiques exemplaires en matière d'écoresponsabilité sur les plateaux. Elle continue en outre d'élaborer des ressources écoresponsables visant à réduire les émissions de carbone et la quantité de déchets déversés dans les décharges, comme la Carte de raccordement au réseau électrique et les affiches de tri des déchets spécifiques à la région.

En 2026-2027, Ontario Créatif projette de continuer d'assumer son rôle de chef de file en organisant des réunions avec les partenaires sectoriels pour aborder des possibilités dans des domaines comme le développement de la main-d'œuvre, l'expansion des studios et la production écoresponsable. Enfin, l'organisme étudiera des moyens d'élargir son rôle de concentrateur des ressources de production grâce à des listes et des services améliorés. Assumer un rôle de chef de file sur les fronts du développement de la main-d'œuvre et de la production écoresponsable permettra d'enrichir encore la proposition de valeur de l'Ontario comme lieu de tournage.

Pour 2026-2027, le Bureau du cinéma s'est fixé les priorités suivantes :

- Maintenir ses efforts relatifs aux initiatives de développement de la main-d'œuvre, notamment le partenariat avec les Pinewood Studios aux fins de l'initiative menée dans le cadre de leur Futures Festival.
- Poursuivre le dialogue en cours avec ses partenaires gouvernementaux du MTR et du MCUERS sur les possibilités de formation et de financement à l'intention de l'industrie du cinéma et de la télévision.
- Continuer d'améliorer l'outil d'évaluation des retombées économiques régionales, pour inclure la prise en compte du climat économique actuel, la segmentation des régions en municipalités plus petites et les frais de location de studios. Le Bureau du cinéma continuera de promouvoir l'adoption de l'outil au sein des différentes municipalités.
- Continuer de concevoir de nouveaux outils et ressources numériques pour accroître la visibilité des services du Bureau du cinéma, notamment de nouvelles études de cas numériques présentant des productions ayant employé les services du Bureau à bon escient.
- Travailler à augmenter le nombre de points de contact d'une production avec le Bureau du cinéma, par exemple en déployant un sondage postérieur à la prestation des services plus tôt dans le cycle de vie de la production afin d'améliorer la collecte des commentaires.
- Continuer de trouver des occasions de rentabiliser les sommes limitées consacrées au marketing en collaborant avec les partenaires régionaux pour promouvoir l'Ontario en tant que destination de production, notamment par l'intermédiaire de nouvelles possibilités, par exemple sur le stand au TIFF, et de campagnes dans les médias sociaux.
- Continuer de promouvoir l'industrie de la production de l'Ontario auprès d'un public national et international grâce à des collaborations, des partenariats et des manifestations, y compris le bulletin trimestriel du Bureau du cinéma de l'Ontario, récemment lancé.
- Continuer de suivre les problèmes auxquels le secteur est confronté, comme les éventuels droits de douane ou la disponibilité des studios d'enregistrement, à mesure qu'ils émergent et recueillir des données connexes.
- Poursuivre les initiatives d'EVO et en mener de nouvelles, y compris la création d'études de cas et de ressources de marketing liées à l'écoresponsabilité, et l'examen de la façon dont les outils à base d'IA pourraient faciliter le calcul de l'empreinte carbone.

INITIATIVES COLLABORATIVES

Ontario Créatif travaille avec les parties prenantes des différentes industries afin de proposer une variété d'activités collaboratives intersectorielles ciblées. 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. Elles contribuent également à lever les barrières entre les secteurs et leur permettent de mettre l'accent sur les débouchés communs. En voici quelques exemples :

- Ontario Créatif a lancé une Journée pour la PI dans le cadre du programme d'activités offert au TIFF. En ayant lieu pendant le TIFF, la manifestation a pu réunir des productrices et producteurs internationaux et nationaux pour assister à des présentations de livres et de jeux vidéo ontariens captivants disponibles aux fins d'adaptation à l'écran et participer à des réunions de commerce interentreprises. L'édition 2025-2026 a réuni 29 éditeurs de livres et développeurs de jeux ontariens pour prendre part à ces activités, y compris 16 présentations et des rencontres individuelles organisées avec plus de 40 producteurs et productrices de contenu pour écran cherchant à acquérir une œuvre originale de PI à adapter. Ontario Créatif continuera d'organiser la Journée pour la PI lors de marchés internationaux pertinents en 2026-2027 et s'associera au Story Market du TIFF pour mettre en avant le contenu littéraire et vidéoludique ontarien dont les droits d'adaptation à l'écran sont disponibles.
- Jusqu'à présent, plus de 170 films ont été financés avec succès grâce au Forum sur le financement international (FFI) d'Ontario Créatif au TIFF, notamment *Sharp Corner*, *Alice, Darling (Alice, chérie)*, *Night Raiders (Les Voleurs de la nuit)*, *Castle in the Ground (Combat des ombres)*, *Maudie (Maud)*, *Tokyo Story*, *The Book of Negroes (Aminata)*, *Edwin Boyd: Citizen Gangster*, *Midnight's Children (Enfants de la brume)*, *The Husband*, *The Whistleblower (La Dénonciation)*, *Coriolanus*, *Born to Be Blue (Pour l'amour de la musique)*, *Wadjda* et *Incendies*, sélectionné aux Oscars. En 2025, le FFI a rassemblé 40 équipes de production canadiennes et internationales et près de 45 cadres de prestige ayant notamment représenté Amazon, NEON, Visit et Hanway. Ontario Créatif a l'intention d'élargir la présence du FFI au rendez-vous TIFF : The Market en 2026-2027.
- Ontario Créatif tiendra à nouveau la réception Fêtons l'Ontario en présentiel pendant le TIFF 2026. Plus de 950 hôtes ontariens et internationaux issus de toutes les industries de la création ont participé à l'édition 2025.
- L'organisme a organisé deux réunions intersectorielles des comités consultatifs de l'industrie en mars 2025. Julian Whike, associé chez Deetken Insight, s'est joint aux membres des comités pour donner un aperçu des données de CIERA^{MC} concernant l'Ontario. Les membres des comités ont également pris part à des tables rondes animées par le personnel d'Ontario Créatif pour discuter des défis et des possibilités en matière d'accès au capital.

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'autrices et auteurs 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.

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 respectifs ou lauréates 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. Le Prix du livre d'enfant Trillium (langue française) et le Prix de poésie Trillium (langue française) sont décernés en alternance tous les deux ans.

Plus de 200 personnes ont célébré les 16 finalistes et 4 lauréats du Prix Trillium 2025, organisé en juin 2025. Le rendez-vous rehausse le profil de ces finalistes et lauréats (ainsi que de l'organisme) et génère une attention médiatique, notamment 46 articles dans les médias ayant entraîné plus de 55 millions d'impressions médiatiques, 4,8 millions d'impressions de communiqués et 2,3 millions d'impressions dans les médias sociaux.

FINANCEMENT DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE TORONTO

En 2025-2026, Ontario Créatif a octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au TIFF. En plus de ces fonds opérationnels, l'organisme a fourni 815 000 dollars à l'appui de la gestion et de l'entretien de la collection de films de la province, détenue par la Film Reference Library. Toujours en 2025-2026, il a accordé 120 000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs et les productrices pendant le festival, et où il 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 intervenantes et intervenants ontariens peuvent organiser des rencontres avec la délégation internationale. L'organisme a accordé 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF par l'intermédiaire du PDI, ainsi que 112 500 dollars supplémentaires pour appuyer la prestation du FFI et de la Journée pour la PI.

Ontario Créatif organise aussi plusieurs initiatives de développement de l'industrie pendant le TIFF afin de tirer parti de la présence en Ontario de cadres et de producteurs et productrices de l'industrie du monde entier. Voici quelques-uns de ces partenariats :

- Fêtons l'Ontario, l'emblématique rendez-vous de réseautage sectoriel international et de célébration des films et cinéastes ontariens d'Ontario Créatif.
- Les activités de collaboration organisées par l'organisme, y compris le FFI et la Journée pour la PI.
- Un stand des ventes ontarien au sein du TIFF Industry Centre pendant le festival.
- Plusieurs activités de réseautage, notamment un petit déjeuner de bienvenue Ontario Créatif-Téléfilm, un petit déjeuner de réseautage avec les parties prenantes du Nord de l'Ontario, un déjeuner de réseautage Ontario x Australia, une journée Ontario x Ireland, une réunion de spécialistes sur l'attractivité cinématographique avec la Ville d'Ottawa et une rencontre entre productrices et producteurs ontariens et les représentants et représentantes d'une société allemande (nordmedia).

En 2026-2027, le TIFF lancera The Market, un nouveau programme sectoriel de plusieurs journées axé sur le perfectionnement professionnel et l'établissement de nouvelles relations d'affaires. Ontario Créatif continuera d'organiser des rendez-vous collaboratifs en partenariat avec le TIFF lorsqu'ils sont intégrés dans le marché élargi d'une part, et ses propres activités de réseautage clé avec les partenaires internationaux pour les productrices et producteurs ontariens pendant le festival d'autre part.

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. Ils 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.

En collaboration avec l'ARC, Ontario Créatif administre actuellement cinq crédits d'impôt remboursables reposant sur les dépenses admissibles, à l'intention des industries du cinéma, de la télévision, des produits MIN et de l'édition du livre. Les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt relèvent du MFO. Ontario Créatif travaille en collaboration avec le MFO et le MTCJ 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 admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles produites par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles. 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 admissibles de main-d'œuvre s'applique aux premières productions admissibles.

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 qui sont admissibles.

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 admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard d'animation et d'effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles. En 2024-2025, la province a apporté des modifications législatives au CIOESAI pour le dissocier des autres crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle.

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 dans le cadre d'un achat de services) des dépenses admissibles ontariennes engagées pour développer des produits MIN en Ontario par des sociétés domiciliées en Ontario sous contrôle canadien ou étranger qui sont admissibles.

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIOME) : crédit d'impôt remboursable correspondant à 30 p. 100 des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'autrices et auteurs canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles.

AMÉLIORATION DE LA PRODUCTIVITÉ ET DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

La focalisation sur l'amélioration de la productivité et du temps de traitement reste une priorité pour Ontario Créatif, l'organisme ayant conscience que des temps de traitement élevés des demandes de crédit d'impôt 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 PI, menacent la viabilité des sociétés et limitent l'intérêt des investissements de la province pour couvrir le coût du financement provisoire. Cette situation est aggravée par la fluctuation des taux d'intérêt, qui fait grimper les frais d'emprunt des sociétés. Des temps de traitement raccourcis permettent de mieux exploiter les investissements d'Ontario Créatif et d'accroître considérablement l'accès au capital des sociétés ontariennes de production de contenu. L'organisme continuera de s'appuyer sur sa stratégie pour réduire le temps de traitement des demandes de crédit d'impôt grâce à une approche à trois volets axée sur le personnel, la technologie et les processus.

Dans le cadre de la modernisation continue de ses mesures du rendement, l'organisme procédera à la mise en place d'une norme de service afin de mieux suivre son efficacité dans le traitement des crédits d'impôt, laquelle permettra de déterminer le pourcentage de demandes traitées conformément. La mise en place totale de l'IRC lié à cette nouvelle norme s'achèvera en 2026-2027.

En 2026-2027, Ontario Créatif :

- procédera à la mise en place complète de la nouvelle norme de service de 84 jours civils (12 semaines). En plus de la stratégie de l'organisme axée sur le personnel, la technologie et les processus, ce nécessitera l'élaboration d'un solide plan de communication afin de présenter aux parties prenantes la nouvelle norme et la manière dont son suivi sera assuré;
- réfléchira à la stratégie de dotation à long terme requise pour maintenir la norme de service de 84 jours civils (12 semaines);
- planifiera la réalisation d'un sondage de suivi des résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle portant spécifiquement sur les crédits d'impôt, afin de déterminer l'incidence de la nouvelle norme de service sur les taux de satisfaction de la clientèle;
- continuera d'envisager des améliorations technologiques permettant d'améliorer les processus, notamment la possibilité de recourir à de nouveaux outils tels que la reconnaissance optique de caractères (OCR), ou le potentiel des outils à base d'IA pour faciliter les tâches administratives des agents et agentes des programmes;
- réalisera une analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour déceler d'autres possibilités de simplifier le processus de collecte des données auprès des auteurs de demande et limiter le nombre de documents distincts à téléverser par les clients. Selon les conclusions de cette analyse, des ajustements pourront éventuellement être apportés à l'algorithme d'évaluation des risques.

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES ET 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 ainsi que dans la BRL.

En 2026-2027, Ontario Créatif :

- continuera d'offrir le PVS;
- cherchera des possibilités de tenir compte des commentaires concernant le PVS inclus dans le sondage sur la satisfaction de la clientèle. Les résultats ont notamment révélé que la plupart des personnes sondées n'étaient pas familiarisées avec les services de recherche et d'information de l'organisme;
- concevra et organisera (équipe de recherche et de planification stratégique) un nouveau rendez-vous visant à présenter les activités de recherche de l'organisme, sur la base des résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle et de l'examen des produits de recherche mené en 2025-2026.

RECHERCHE INTERNE ET COMMANDITÉ

Lorsque l'organisme détecte un manque de connaissances ou une possibilité de croissance stratégique spécifiques qui ne sont pas couverts par le PVS, il commandite des études directement ou mène des recherches à l'interne. Ces projets menés sous l'égide d'Ontario Créatif permettent le développement d'une recherche prospective, donnant une vue d'ensemble des enjeux émergents dans les secteurs, et appuient les programmes, la planification stratégique et la planification des activités de l'organisme.

Le plan stratégique de l'organisme, *Dynamiser l'économie du secteur de la création de l'Ontario : Plan stratégique 2023-2027*, arrive à son terme, l'exercice 2026-2027 mettant l'accent sur la finalisation du plan d'action connexe. En 2026-2027, Ontario Créatif entamera ainsi l'élaboration d'un nouveau plan stratégique pluriannuel et en fera une activité essentielle.

PROFILS SECTORIELS

Ontario Créatif publie et met régulièrement à jour des profils sectoriels pour fournir des renseignements sur la taille et l'impact économique de chaque industrie des médias culturels. Les profils contiennent aussi des renseignements sur les tendances et les enjeux auxquels les secteurs sont confrontés. L'organisme utilise des rapports publics de recherche et de statistique pour préparer les profils, qui sont entièrement actualisés une fois par an, en plus d'être mis à jour de façon intérimaire environ six mois plus tard. En 2026-2027, il continuera de publier les profils sectoriels et de mettre en œuvre les recommandations pertinentes se dégageant des conclusions de son exercice interne de recherche et de collecte de données.

PARTENARIATS

Ontario Créatif mène des initiatives de recherche ciblée avec des tiers, qui lui permettent d'accroître sa capacité de recherche interne en vue d'assurer une veille stratégique très précieuse pour les parties prenantes. En 2026-2027, l'organisme continuera de chercher des partenariats qui lui permettront d'élargir davantage ses capacités de recherche tout en rehaussant son profil en tant que maître à penser.

BIBLIOTHÈQUE DE RECHERCHE EN LIGNE

Ressource créée et entretenue par Ontario Créatif, la BRL contient des études nationales 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.

BULLETIN DE VEILLE STRATÉGIQUE

Ontario Créatif publie un bulletin de veille stratégique trimestriel. Le bulletin sert de plateforme d'information des parties prenantes sectorielles intéressées au sujet des travaux de recherche, des profils sectoriels et des manifestations financés par Ontario Créatif, ainsi que des publications de données par des tiers et des consultations sectorielles.

En 2026-2027, l'organisme mettra en œuvre toute recommandation pertinente concernant le futur de sa BRL, de son bulletin de veille stratégique et de ses profils sectoriels se dégageant de son examen interne des produits de recherche.

ACTUALISATION DU CADRE DE MESURE DU RENDEMENT

Dans son plan stratégique 2023-2027, Ontario Créatif s'est engagé à remanier son cadre de mesure du rendement actuel. L'objectif était d'élaborer un cadre intégrant un éventail plus large de mesures des produits et des résultats, et arborant un format plus intuitif et visuel.

En 2024-2025, Ontario Créatif s'est procuré les services de Deetken Insight pour diriger la conception d'un ensemble de données macroéconomiques personnalisé à même de fournir des données plus précises et plus opportunes sur les retombées économiques des industries de la création de l'Ontario, ainsi que le processus de mise en œuvre technologique des nouveaux IRC de l'organisme au moyen d'une plateforme d'analyse opérationnelle, et pour livrer un tableau de bord donnant la possibilité de créer des visualisations sur la base de ces nouveaux IRC. La mise en œuvre complète de ce cadre modernisé est en cours et en bonne voie d'achèvement d'ici la fin de l'exercice 2025-2026.

En 2026-2027, l'organisme se focalisera sur le suivi de l'utilisation des nouveaux tableaux de bord et, au fur et à mesure de leur déploiement, sur l'introduction des améliorations qui seront éventuellement mises en évidence. Enfin, plusieurs mises à jour devront être apportées au cadre d'IRC pour veiller à ce qu'il reflète les nouveaux programmes et services.

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Ontario Créatif continue de mettre en œuvre les tactiques et les activités indispensables pour donner vie à sa stratégie de développement de la main-d'œuvre, initialement élaborée en 2025-2026.

Voici les piliers de la stratégie de développement de la main-d'œuvre :

- Soutien des programmes de formation et de mentorat
- Défense des industries de la création
- Collecte de données et partage des connaissances
- Collaboration avec les établissements d'enseignement

En 2026-2027, l'organisme :

- continuera d'appuyer les programmes de mentorat et de formation et d'autres activités de développement de la main-d'œuvre par l'intermédiaire des programmes d'investissement, par exemple en maintenant le supplément pour les activités de formation et de mentorat ainsi que le financement supplémentaire offert par le PDI aux activités de développement de la main-d'œuvre. Parmi les domaines prioritaires figureront la formation en culture financière et en compétences commerciales, et le soutien d'activités de perfectionnement professionnel sectorielles et intersectorielles axées sur les compétences en matière d'IA;
- poursuivra le dialogue avec d'autres organismes gouvernementaux, y compris le MTR et le MCUERS, en vue de trouver des possibilités de formation ciblant l'industrie de la production de contenu pour écran;
- continuera de promouvoir l'ensemble de données CIERA^{MC}, qui fournit des renseignements opportuns sur les retombées économiques des industries de la création de l'Ontario;
- continuera de chercher de potentiels partenaires universitaires afin de mener des collaborations, à l'image de celle en cours entre EVO et le comité ontarien Heads of Arts, Media and Design (HOMAD) visant à favoriser l'adoption du cours sur les principes de base de la production cinématographique écoresponsable par les programmes d'études cinématographiques et télévisuelles.

SONDAGE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

En 2025-2026, l'organisme a déployé un sondage sur la satisfaction de la clientèle auprès des usagères et usagers actuels et potentiels de ses programmes d'investissement, crédits d'impôt et services. Il a directement envoyé le lien permettant de répondre au sondage à plus de 3 800 personnes en plus de le publier dans les médias sociaux pour toucher le plus vaste public possible. Au total, l'organisme a reçu plus de 502 réponses, près de 87 p. 100 des personnes sondées ayant rempli l'intégralité du questionnaire. Le sondage, réalisé par Shore Consulting, reposait sur une logique d'embranchement qui proposait des questionnaires spécifiques en fonction

des données fournies par les personnes sondées afin de rendre compte des différents modes d'interaction entre les clients et les clients potentiels et l'organisme.

Dans l'ensemble, le sondage a permis de conclure que la satisfaction de la clientèle à l'égard de l'organisme restait relativement élevée, en particulier vis-à-vis du service à la clientèle global, coté exceptionnel pour ce qui est de la courtoisie, des connaissances et du respect. L'édition 2025 a surtout mis en évidence une hausse de la satisfaction dans de nombreux domaines identifiés comme prioritaires en 2017.

Elle a néanmoins permis de déceler quelques améliorations possibles, notamment dans les domaines suivants :

- Connaissance et efficacité globales de l'offre de l'organisme en matière de services d'accessibilité
- Insatisfaction concernant certains éléments du PDL de l'organisme, tout particulièrement sa fiabilité, son efficacité, la possibilité de trouver des renseignements et la disponibilité de l'assistance technique
- Amélioration de la sensibilisation et de la participation des parties prenantes aux services et aux activités spéciales de l'organisme en matière de recherche et d'information
- Amélioration de l'exploitation des plateformes de médias sociaux, notamment pour ce qui est du contenu et du ton

Enfin, le rapport contient des suggestions précises à l'égard des programmes d'investissement, des crédits d'impôt et des autres services de l'organisme, ainsi que des commentaires de la part de personnes sondées qui se sont présentées comme n'étant pas des autrices ou des auteurs de demande ou des intervenantes ou intervenants actuels (mais pourraient le devenir).

En 2026-2027, l'organisme examinera ces résultats en détail et élaborera un plan d'action pluriannuel ciblant les domaines à améliorer identifiés.

INITIATIVES À DURÉE LIMITÉE

Du fait de sa gestion budgétaire prudente, Ontario Créatif a accumulé un petit montant de réserves de trésorerie non engagées lui donnant la capacité de répondre aux possibilités émergentes et aux besoins de développement de l'industrie auxquels il n'est pas possible de répondre selon les paramètres des fonds de base. L'organisme s'est engagé à présenter chaque année un budget équilibré (déficit effectif nul) et a constamment fait mieux que prévu en effectuant un petit versement annuel dans les réserves de trésorerie.

Les initiatives à durée limitée font usage d'une portion des réserves de trésorerie de l'organisme pour soutenir des occasions opportunes d'améliorer encore l'impact des programmes, de consolider les compétences, de nouer des partenariats et de faire avancer les priorités stratégiques que sont la diversité, le développement de la main-d'œuvre, les partenariats, la découvrabilité, le marketing et l'exportation, tout en veillant à maintenir un budget équilibré pour assurer la prestation des programmes de base.

En 2026-2027, Ontario Créatif déclenchera, pour un montant total de 990 000 dollars, une série d'importantes initiatives à durée limitée qui viendront compléter et élargir les programmes existants et contribueront à la réalisation des engagements pris dans son plan stratégique, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes chez les parties prenantes et en limitant le surplus de travail pour les RH.

Voici les initiatives proposées en 2026-2027 :

- **Élaboration d'un nouveau plan stratégique pluriannuel** : Le plan stratégique actuel de l'organisme expirant en 2027, celui-ci amorcera l'élaboration d'un nouveau plan pluriannuel.
- **Déclenchement des mesures de la stratégie de développement de la main-d'œuvre** : Cet investissement correspond au maintien d'un supplément destiné aux projets admissibles au Fonds pour la PI incluant une activité de mentorat et/ou de formation, ainsi que de l'allocation d'un financement supplémentaire au PDI à l'égard de projets liés au développement de la main-d'œuvre.

- **Soutien au renforcement des capacités et à la préparation des parties prenantes d'Accélération en vue de passer au FOIIM :** Compte tenu de l'arrêt du programme Accélération en 2025-2026, l'organisme investira 75 000 dollars en faveur d'une série d'activités visant à renforcer les capacités et l'état de préparation à présenter une demande au FOIIM des entreprises musicales nouvelles et émergentes qui appartiennent à des Noirs et à des Autochtones.
- **Activation aux prix JUNO (s'ils ont lieu en Ontario) :** Si les prix JUNO ont lieu en Ontario en 2027, le BOPM s'associera à l'ACASE en parrainant une initiative visant à présenter les investissements réalisés par Ontario Créatif et la province dans le secteur musical.
- **Analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour déceler des possibilités de simplification supplémentaires :** Dans le cadre de son engagement à mettre en œuvre sa stratégie de productivité relative aux crédits d'impôt, l'organisme se lancera dans une analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour déceler des possibilités de simplifier le processus de collecte des données auprès des auteurs de demande.
- **Déclenchement du plan d'action découlant du sondage sur la satisfaction de la clientèle :** L'organisme investira dans une série d'activités et d'initiatives pluriannuelles pour exploiter les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle réalisé en 2025-2026.
- **Amélioration du cadre d'IRC :** Il s'agit d'apporter toutes les mises à jour éventuelles au cadre d'IRC pour intégrer les versions remaniées en 2026-2027 du FOIIM et du PDI de l'organisme, ainsi que de saisir toute autre possibilité qui surviendrait au fur et à mesure du déploiement intégral du tableau de bord et des visualisations.

VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

- Les programmes et activités définis dans ce plan reposent sur un statu quo en matière de ressources financières et humaines.
- Les principales ressources financières comprennent les fonds de fonctionnement reçus de la part du MTCJ, d'un montant de 36,8 millions de dollars par exercice en 2025-2026, 36,2 millions en 2026-2027, 36,2 millions en 2027-2028 et 36,2 millions en 2028-2029. Le plan nécessite en outre un montant estimatif de revenus propres de 6,6 millions de dollars en 2025-2026, de 6,2 millions en 2026-2027, de 5,1 millions en 2027-2028 et de 5 millions en 2028-2029. Le montant total des coûts de fonctionnement, initiatives stratégiques à durée limitée non comprises, est estimé à 41,5 millions de dollars en 2025-2026, 41,2 millions en 2026-2027, 40,5 millions en 2027-2028 et 40,7 millions en 2028-2029.
- La stratégie budgétaire de l'organisme a toujours consisté à atténuer l'impact direct des réductions sur l'industrie en ajustant les calendriers, en maîtrisant les dépenses, en procédant à des modifications de programmes, en augmentant les revenus et en réduisant la portée des programmes, ainsi qu'à assurer 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 est équilibré, et les réserves de trésorerie ne sont utilisées que pour appuyer des initiatives à durée limitée qui ne génèrent pas d'attentes à long terme de la part des parties prenantes.
- Cette approche est conforme à la priorité consistant à encourager l'innovation et l'optimisation des ressources (traduction libre) énoncée dans la lettre d'instructions pour 2026-2027. En l'adoptant, Ontario Créatif optimise sa capacité organisationnelle et s'assure que les ressources sont dirigées vers les domaines prioritaires.

VII. ATTÉNUATION DES RISQUES : STRATÉGIES DE DÉTECTION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES

Chaque trimestre, Ontario Créatif met à jour une matrice d'évaluation et un registre des risques et les présente au MTCJ. Le registre des risques évalue les facteurs de risque qui pèsent sur les activités actuelles et futures de l'organisme et son environnement, de même que leurs répercussions. La matrice d'évaluation des risques permet de visualiser les risques sur la base d'un code de couleurs en fonction du niveau de risque.

Dans le cadre de son processus trimestriel d'examen du registre des risques, Ontario Créatif a élaboré des stratégies complètes pour atténuer tous les risques décelés et s'efforcera, au fur et à mesure de leur évolution ou de l'émergence de nouveaux risques, d'informer le MTCJ et d'agir judicieusement afin de réduire au maximum les conséquences négatives. De plus, la capacité de l'organisme d'atténuer les risques figure parmi les mesures du rendement de son cadre de résultats.

Le registre des risques complet au deuxième trimestre de 2025-2026 figure à l'annexe A.

VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

Les membres du personnel d'Ontario Créatif sont hautement qualifiés dans leurs domaines de service respectifs, et sont entièrement dévoués au service public et aux parties prenantes qu'ils servent. 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. L'organisme prêche une grande attention au respect de toutes ses obligations aux termes de la Directive concernant les organismes et les nominations, de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert et de ses PE avec le MTCJ, y compris le gel du recrutement imposé aux organismes publics annoncé en septembre 2025.

Tous les employés d'Ontario Créatif sont des membres de la FPO et sont classifiés et rémunérés selon la structure de cette dernière, notamment les conventions collectives applicables. Ils sont ainsi assujettis à la norme de retour à cinq jours par semaine de présence au bureau à compter du 5 janvier 2026 selon une approche progressive prévoyant une période de transition de quatre jours par semaine au bureau dès le 20 octobre 2025.

Dans le cadre du Sondage sur l'expérience employé au sein de la FPO 2024, le personnel d'Ontario Créatif a affiché un fort taux de participation de 91 p. 100 (contre 65 p. 100 dans toute la FPO), de même qu'un solide indice de mobilisation de 74,9 (contre 68,4 dans toute la FPO). Ses indices de mobilisation des employés, d'inclusion et de leadership se sont tous améliorés depuis 2022. Cependant, seuls 49 p. 100 des membres du personnel pensent que des mesures seront prises à la suite du sondage, soit 6 p. 100 de moins qu'en 2022. Les pointages associés à la perspective en matière de santé mentale ont connu une amélioration en 2022 en ce qui concerne Ontario Créatif, notamment celui correspondant à la question sur le niveau de stress. En outre, l'organisme a enregistré un progrès de 0,6 p. 100 à l'égard des réponses ayant trait à la discrimination et au harcèlement. Les résultats propres à l'organisme indiquent que les domaines à améliorer comprennent les communications, l'espace ménagé pour les points de vue divers et la reconnaissance significative du personnel.

Le Comité de participation des employés créé en 2018 a élaboré un plan d'action détaillé pour mobiliser le personnel. Parmi ses récentes réalisations, citons la possibilité offerte à l'ensemble du personnel de participer au Programme de sensibilisation aux cultures autochtones pour la FPO, en phase avec les objectifs définis par cette dernière en matière de planification de la performance et de l'apprentissage associés au soutien de la réconciliation et à la compréhension des effets persistants de la colonisation. Le comité continuera de travailler en étroite collaboration avec la direction pour répondre aux priorités issues du dernier Sondage sur l'expérience employé, et appuyer les orientations et les mesures figurant dans le plan stratégique.

Ontario Créatif travaille continuellement à l'amélioration de l'organisme et de son milieu de travail. Le nouveau plan stratégique comprend deux catalyseurs internes promettant d'offrir une expérience client exceptionnelle pour le premier et de développer le pouvoir d'agir des équipes pour le second. Cela signifie que l'organisme continuera de veiller à ce que les programmes soient réactifs aux besoins des parties prenantes, mettra davantage à profit les

technologies, et mettra l'accent sur l'épanouissement, le développement et le bien-être du personnel. Ontario Créatif est déterminé à travailler main dans la main avec son personnel à l'amélioration de son milieu de travail tout au long de l'année à venir, notamment grâce à plusieurs initiatives correspondant aux engagements pris dans le plan stratégique.

Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'effectif par classe d'emploi de l'unité de négociation ainsi qu'une estimation du nombre d'ETP. À compter de 2024-2025, Ontario Créatif a eu la permission d'ajouter temporairement dix postes ETP (SEFPO) d'agent ou agente des questions financières liées aux crédits d'impôt pour une période de deux ans, afin de résorber l'arriéré des demandes. En tant qu'organisme, Ontario Créatif est assujéti au gel du recrutement récemment annoncé, y compris à celui du recours aux consultants.

CAPACITÉ EN ETP 2025-26

au 12 février 2026

GCS/CTI	SRC	Exclus	SEFPO	AEEGAPCO	TOTAL
3	8	0	65*	5	81*

* Inclut quatre ETP temporaires détachés relevant du SEFPO

ETP PRÉVUS

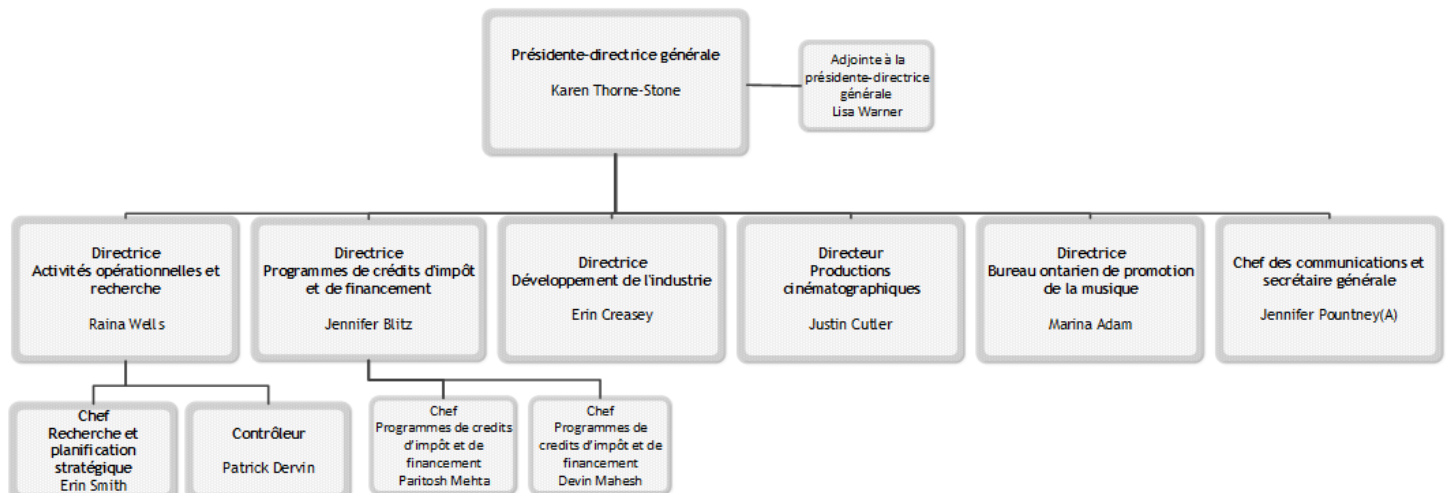
2026-2027	2027-2028	2028-29
79*	77	77

* Inclut deux ETP temporaires détachés

ORGANIGRAMME

au 22 octobre 2025

Ministère du Tourisme, de la Culture et des Jeux Ontario Créatif



IX. MESURES DU RENDEMENT

Les mesures du rendement d'Ontario Créatif visent à indiquer de manière régulière si ses programmes et activités atteignent leurs objectifs, et à donner un aperçu de la santé globale des industries de la création de l'Ontario. Axées sur les résultats, ces mesures ont été conçues de manière à cadrer parfaitement avec le plan stratégique de l'organisme ainsi qu'avec les objectifs stratégiques du MTCJ.

En 2023-2024, l'équipe AOR s'est engagée à examiner et à moderniser le cadre de mesure du rendement de l'organisme dans le but de passer à un cadre plus focalisé sur les résultats, conformément à son plan stratégique 2023-2027. En 2024-2025, l'organisme a recruté Deetken Insight pour diriger la phase de mise en œuvre du cadre, comprenant la création d'un ensemble de données macroéconomiques personnalisé qui reflète mieux les contributions économiques des industries de la création de l'Ontario, superviser l'acquisition d'un logiciel d'analyse opérationnelle permettant d'améliorer la gestion des données et la production de rapports connexes et, en fin de compte, créer des visualisations plus convaincantes de l'impact et des résultats des programmes et services d'Ontario Créatif. Ces travaux sont en cours et devraient s'achever en fin d'exercice 2025-2026.

Cet engagement à veiller à ce que les mesures du rendement de l'organisme soient axées sur les résultats et soient efficaces, notamment pour ce qui est d'assurer un suivi, répond directement à l'exigence énoncée en matière de mesure du rendement et de démonstration du RCI (traduction libre) dans la lettre d'instructions.

Le tableau suivant présente les résultats périodiques intermédiaires au 30 septembre 2025 (deuxième trimestre) à l'égard des IRC de ce nouveau cadre, ainsi que les objectifs fixés pour 2026-2027.

En ce qui concerne les mesures 1 et 2, qui reflètent les retombées des industries de la création de l'Ontario en matière de PIB et d'emploi selon CIERA, les objectifs pour 2026-2027 sont considérablement plus élevés qu'ils ne l'étaient lorsque les anciens ensembles de données de Statistique Canada étaient utilisés. Il s'agit d'une conséquence directe de la transition vers CIERA, qui permet une évaluation plus exacte et plus solide des retombées économiques, comme indiqué plus haut dans la section III (Analyse de l'environnement). Plus précisément, CIERA inclut une catégorie « Multi-Creative Industry Services » (services communs à plusieurs industries de la création) recueillant des données sur plusieurs activités sectorielles, y compris les actrices et acteurs, les humoristes, les artistes, les scénaristes et les autrices et auteurs indépendants, ainsi que les personnes exerçant des activités de soutien (par exemple les agents et les imprésarios), et les grossistes et les détaillants. Elles reflètent des segments importants des industries de la création traditionnellement difficiles à apprécier dans la mesure où elles ne sont pas rattachées à une seule industrie, et sont donc généralement exclues des cadres de mesure conventionnels. Les données transmises par l'intermédiaire de CIERA ont ainsi de fortes chances de représenter des chiffres plus élevés, d'où la nécessité de fixer des objectifs plus élevés.

Mesures du rendement d'Ontario Créatif au deuxième trimestre de 2025-2026 (et objectifs pour 2026-2027)

au
30 septembre 2025

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	Logique de l'objectif 2026-2027
	1 ^{er} trim	2 ^e trim	2025-2026	2025-2026	2026-2027	2024-2025	2023-2024	2022-2023		
			Objectif	Résultats réels	Objectif	Résultats réels	Résultats réels	Résultats réels		
Objectif stratégique n° 1 : RENFORCER LES CAPACITÉS										
1. Retombées des industries de la création de l'Ontario en matière de PIB (année de référence 2022, milliards de dollars)	Résultats annuels		3,66 \$		12,88-13,00 \$	3,62 \$ (2022)	3,43 \$ (2021)	3,06 \$ (2020)	Note 1	Les résultats pour 2026-2027 reflèteront l'utilisation du nouvel ensemble de données CIERA.
1.b. Taux de croissance du PIB de la création de l'Ontario (pourcentage en glissement annuel)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	1-2 %					Compte tenu de l'incertitude économique, un maintien ou une légère croissance seraient synonymes de réussite.
2. Retombées des industries de la création de l'Ontario en matière d'emplois (année de référence 2022)	Résultats annuels		44 936		83 887-84 304	44 403 (2022)	41 503 (2021)	38 030 (2020)	Note 1	Les résultats pour 2026-2027 reflèteront l'utilisation du nouvel ensemble de données CIERA.
2.b. Taux de croissance de l'emploi au sein des industries de la création de l'Ontario (pourcentage en glissement annuel)	Résultats annuels				0,5-1 %					Compte tenu de l'incertitude économique, un maintien ou une légère croissance seraient synonymes de réussite.
3. Valeur de levier (montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)										
a) Investissement par le biais de	28,28 \$	12,20 \$	15,00 \$		15,00-17,00 \$	25,65 \$	17,27 \$	15,29 \$		Compte tenu de l'incertitude

l'ensemble des crédits d'impôt										économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre valeur de levier.
b) Investissement par le biais de l'ensemble des programmes d'investissement	1,81 \$	3,84 \$	15,25-15,85 \$		15,25-15,85 \$	14,00 \$	Nouvelle mesure en 2024-2025		Note 2	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre valeur de levier.
4. Part de marché de l'Ontario (national, tous secteurs)	Résultats annuels		38,5-40 %		33-35 %	À déterminer	37,40 %	37,80 %	Note 3	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre part de marché.
5. Part de marché de l'Ontario (national, cinéma et télévision uniquement)	Résultats annuels		35-40 %		33-35 %	34 %	36 %	33 %	Note 3	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre part de marché.
6. Part de l'Ontario dans la production totale de contenu cinématographique canadien (cinéma et télévision)	Résultats annuels		48-53 %		33-36 %	36 %	41 %	42 %	Note 3	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre part de marché actuelle.
7. Part de l'Ontario dans la production étrangère totale réalisée au Canada (cinéma et télévision)	Résultats annuels		27-32 %		27-28 %	27 %	29 %	25 %	Note 3	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir ou d'augmenter légèrement notre part de

										Marché actuelle.
8. Effectif provincial des industries de la création (par rapport à la population totale de l'Ontario)		À déterminer		5 %	Nouvelle mesure en 2024-2025				Note 4	Sur la base de l'analyse de l'ensemble de données CIERA actuel.
9. Évolution des émissions de gaz à effet de serre générées par les industries de la création de l'Ontario (pourcentage en glissement annuel)		À déterminer	n.d.	0 %	Nouvelle mesure en 2024-2025				Note 4	La logique reflète l'ambitieux objectif à long terme de parvenir à la carboneutralité des industries de la création.
10. Part de l'Ontario dans la dépense cinématographique et télévisuelle mondiale		n.d.	n.d.	À déterminer						Aucun ensemble de données disponible pour l'instant, l'objectif sera confirmé lorsque ce sera le cas.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	Logique de l'objectif 2026-2027	
	1 ^{er} trim	2 ^e trim	2025-2026	2025-2026	2026-2027	2024-2025	2023-2024	2022-2023			
			Objectif	Résultats réels	Objectif	Résultats réels	Résultats réels	Résultats réels			
Objectif stratégique n° 2 : Doper la croissance											
11. Croissance des revenus des sociétés			3-5 %		3-5 %	Nouvelle mesure en 2024-2025				Note 4	Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir le niveau actuel de croissance des revenus.
12. Pourcentage de sociétés autrices d'une première demande			À déterminer		15-20 %	Nouvelle mesure en 2024-2025				Note 4	Sur la base de l'analyse des données antérieures et de la nature des changements apportés au FOIM.
13. Pourcentage de sociétés autrices d'une			À déterminer		3-5 %	Nouvelle mesure en 2024-2025				Note 4	Compte tenu de l'incertitude

première demande qui sont majoritairement dirigées ou détenues par des personnes appartenant à des groupes ayant droit à l'équité										économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir la proportion actuelle de nouveaux auteurs de demande issus de la diversité.
14. Pourcentage d'auteurs de demande domiciliés hors de la RGT			À déterminer		3-5 %		Nouvelle mesure en 2024-2025	Note 4		Compte tenu de l'incertitude économique, l'objectif pour 2026-2027 est de maintenir le niveau actuel de retombées régionales.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	Logique de l'objectif 2026-2027
	1 ^{er} trim.	2 ^e trim.	2025-2026	2026-2026	2026-2027	2024-2025	2023-2024	2022-2023		
			Objectif	Résultats réels	Objectif	Résultats réels	Résultats réels	Résultats réels		
Objectif stratégique n° 3 : STIMULER L'INVESTISSEMENT										
15. Nombre de productions cinématographiques et télévisuelles intérieures et étrangères en cours de tournage en Ontario :										
a) Intérieures	31	52	175		145	141	129	207		Objectif revu à la baisse pour tenir compte des réalités du secteur.
b) Étrangères	13	26	130		80	74	83	108		Objectif revu à la baisse sur la base des tendances sectorielles (intérieures)
	18	26	45		65	67	46	99		Objectif revu à la hausse en ce qui concerne les productions étrangères vers un maintien du niveau, compte tenu des

									tendances sectorielles pour ce segment.
16. Valeur des productions cinématographiques et télévisuelles intérieures et étrangères réalisées en Ontario (millions de dollars)	569 \$	696 \$	1 500-1 900 \$		2 000-2 250 \$	1 817 \$	1 356 \$	1 979 \$	Objectif revu à la hausse sur la base de l'augmentation de la valeur des productions étrangères constatée au sein du marché.
a) Intérieures (millions de dollars)	74 \$	131 \$	750-950 \$		500-750 \$	450 \$	489 \$	554 \$	Objectif revu à la baisse sur la base de la tendance récente quant à la valeur des productions intérieures.
b) Étrangères (millions de dollars)	495 \$	565 \$	750-950 \$		1 500 \$	1 366 \$	867 \$	1 425 \$	Objectif revu à la hausse sur la base de la tendance récente quant à la valeur des productions étrangères.
17. Croissance du secteur ontarien des services de tournage en extérieur pour les productions cinématographiques et télévisuelles étrangères (pourcentage)	Résultats annuels		10-20 %		5 %	Nouvelle mesure en 2024-2025			L'objectif reflète des prévisions de croissance prudentes pour 2026-2027.
18. Croissance du secteur de la production cinématographique et télévisuelle intérieure de l'Ontario (pourcentage)	Résultats annuels		5-10 %		5-10 %	Nouvelle mesure en 2024-2025			Maintien de l'objectif sur la base de la tendance récente quant à la croissance des productions intérieures.
19. Rendement du capital investi par les programmes pour le développement des marchés internationaux (par dollar investi par Ontario Créatif)	-	-	418-426 \$		350-400 \$	Nouvelle mesure en 2024-2025			Note 5 Objectif revu à la baisse sur la base de l'incertitude économique mondiale.
20. Nombre de pistes d'affaires ouvertes lors de manifestations organisées par Ontario Créatif	880	0	36 743		37 845	2 916	35 170	23 225	Reflète le taux de croissance prévu indiqué ci-dessous.

21. Croissance du nombre de pistes d'affaires en glissement annuel (pourcentage)	Résultats annuels	3 %		3 %	Nouvelle mesure en 2024-2025		Maintien de l'objectif actuel.
--	-------------------	-----	--	-----	------------------------------	--	--------------------------------

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	Logique de l'objectif 2026-2027
	1 ^{er} trim	2 ^e trim	2025-2026	2025-2026	2026-2027	2024-2025	2023-2024	2022-2023		
			Objectif	Résultats réels	Objectif	Résultats réels	Résultats réels	Résultats réels		
Objectif stratégique n° 4 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL										
22. Valeur des exportations de produits culturels ontariens réalisées par les industries de la création (milliards de dollars, année de référence 2022)	Résultats annuels		2,94 \$	2,86 \$	3,18 \$	2,94 \$ (2021)	2,74 \$ (2020)	2,70 \$ (2019)	Note 6	Indicateur retardé, reflète nos prévisions pour les chiffres de 2023.
23. Ventes internationales réalisées par les sociétés soutenues par Ontario Créatif (millions de dollars)	-	-	570-572 \$		500-550 \$	Nouvelle mesure en 2024-2025			Note 5	Objectif revu à la baisse sur la base des tendances récentes quant à ce point de données.
24. Croissance des ventes internationales réalisées par les sociétés soutenues par Ontario Créatif en glissement annuel	Résultats annuels		3-5 %			Nouvelle mesure en 2024-2025			Note 5	
25. Pourcentage de premiers bénéficiaires des programmes pour le développement des marchés internationaux	-	-	3 %		10-15 %	Nouvelle mesure en 2024-2025			Note 4	Objectif revu à la hausse sur la base des récents changements apportés aux programmes et du succès de la liaison.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	
-----------------------------	----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	-------	--

									Logique de l'objectif 2026-2027	
	1 ^{er} trim	2 ^e trim	2025-2026	2025-2026	2026-2027	2024-2025	2023-2024	2022-2023		
			Objectif	Résultats réels	Objectif	Résultats réels	Résultats réels	Résultats réels		
Catalyseur stratégique n° 1 : OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT EXCEPTIONNELLE										
26. Prestation des programmes										
a) Temps de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus (semaines)	31,7	33,2	26,8		n.d.	35,6	26,8	22,0		Cet IRC sera remplacé en 2026-2027.
b) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	2,9	3,9	4,7		n.d.	4,3	7,3	5,7		Cet IRC sera remplacé en 2026-2027.
c) Norme de service (crédits d'impôt)					90 % de demandes respectant la norme de service de 84 jours civils	Nouvelle mesure en 2026-2027				
d) File d'attente des crédits d'impôt (produits ajoutés)	124	-398	0-200		n.d.	Nouvelle mesure en 2025-26				Cet IRC sera remplacé en 2026-2027.
e) Temps passé dans la file d'attente (nombre moyen de semaines qu'un dossier a passé dans la file d'attente)					10 semaines	Nouvelle mesure en 2025-26				Nouvel IRC, sur la base des tendances en matière de temps passé dans la file d'attente ainsi que de l'impact de la stratégie axée sur le personnel, la technologie et les processus.
f) Délai d'examen des demandes (pourcentage des programmes d'investissement dans le cadre desquels les décisions sont prises dans un délai prescrit)	100 %	100 %	80 %		100 %	Nouvelle mesure en 2025-26				Objectif fixé à la suite d'une analyse des tendances et des mesures actuelles.
g) Indice de l'expérience client (indice sur une échelle à 5 points)	2,4	2,4	À déterminer		3	Nouvelle mesure en 2025-26				Nouvelle mesure en 2025-2026, objectif fixé

										par rapport aux premières données reçues.
27. Service										
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 266	1 134	4 000		4 500	4 679	4 237	4 524		Objectif revu à la hausse en raison du lancement prévu de nouveaux programmes et services (ce qui entraîne généralement une hausse des appels de service).
b) Nombre de demandes de renseignements ministérielles	21	17	100		100	89	126	146		Maintien de l'objectif actuel.
28. Mesures du rendement relatives aux risques										
a) Pourcentage des risques gérés atténués depuis le dernier trimestre	6,3 %		10 %		10 %	11 %	-10 %	8 %		Maintien de l'objectif actuel.
b) Pourcentage de risques ayant une cote intermédiaire ou basse (10 ou inférieure)	60 %		80 %		60 %	58 %	67 %	89 %		Objectif revu à la baisse pour refléter les entrées récentes de niveau élevé dans le registre des risques.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2025-2026								Notes	Logique de l'objectif 2026-2027
	1 ^{er} trim.	2 ^e trim.	2025-2026 Objectif	2025-2026 Résultats réels	2026-2027 Objectif	2024-2025 Résultats réels	2023-2024 Résultats réels	2022-2023 Résultats réels		
29. Sondage sur l'expérience employé au sein de la FPO (pointage brut et écart entre les résultats d'Ontario Créatif et de la FPO, au moment de la publication)										Les objectifs concernant l'ensemble des résultats du Sondage sur l'expérience employé au sein de la FPO ont été réajustés sur la base du fléchissement attendu de

Augmentation des ETP par rapport à l'exercice précédent (pourcentage)	Résultats annuels			0 %	Nouvelle mesure en 2025-2026		
Frais généraux (pourcentage)	Résultats annuels			0-10 %	Nouvelle mesure en 2025-2026		
Nombre d'incidents de cybersécurité signalés	Résultats annuels			0	Nouvelle mesure en 2025-2026		
Pourcentage de membres de l'équipe de haute direction se définissant comme appartenant à un ou plusieurs groupes ayant droit à l'équité	Résultats annuels			À déterminer	Nouvelle mesure en 2025-2026		Nouvelle mesure, pas de données de référence avant le quatrième trimestre de 2025-2026.
Taux d'achèvement de la formation en matière d'accessibilité (personnel)	Résultats annuels			100 %	Nouvelle mesure en 2025-2026		
Pourcentage de membres du personnel ayant défini ou suivi une ou plusieurs possibilités d'apprentissage en matière de DEIA selon leur plan de rendement	Résultats annuels			100 %	Nouvelle mesure en 2025-2026		

NOTES :

Le RCI correspond au montant généré en ventes 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) Ces données sont fondées sur celles de Statistique Canada, qui sont publiées avec un décalage de deux ans. L'objectif en matière de PIB reflète le chiffre de Statistique Canada pour 2021 (4 milliards de dollars) auquel est appliqué le taux de croissance du PIB réel de l'Ontario en 2022 (3,7 p. 100). L'objectif en matière d'emplois reflète le chiffre de Statistique Canada pour 2021 (56 145 emplois) auquel est appliqué le taux de croissance du PIB réel de l'Ontario en 2022 (3,7 p. 100). Les résultats réels pour 2024-2025 reflètent la performance économique réelle des industries de la création en 2022, d'après Statistique Canada.

(2) La valeur de levier des programmes d'investissement inclut le Fonds pour la production cinématographique (Production), le Fonds pour les produits MIN (Production), le Fonds d'aide aux éditeurs de revues, le Fonds du livre, le FOIIM et le PVS.

(3) Ces points de données proviennent soit du *Profil* annuel de l'ACPM, soit de Statistique Canada.

(4) Les résultats ne sont pas encore disponibles parce que les données ne sont pas encore recueillies, ces nouvelles mesures faisant partie de notre projet de modernisation en cours.

(5) Les résultats seront disponibles ultérieurement, car les données proviennent des rapports finaux des auteurs de demande. Ceux-ci peuvent être présentés avec un décalage de 18 à 24 mois.

(6) Ces données proviennent de Statistique Canada et sont disponibles avec un décalage de deux ans. Nous avons utilisé 2022 comme année de référence.

(7) Ces données dépendent du Sondage sur l'expérience employé au sein de la FPO. Les questions du sondage sont régulièrement révisées et/ou abandonnées, de sorte que les mesures ne sont généralement pas directement comparables à celles des années précédentes. Les entrées portant la mention n.d. pour 2023-2024 correspondent aux questions qui ont été abandonnées.

POINTS SAILLANTS DES RÉSULTATS 2024-2025

En 2024-2025, Ontario Créatif a obtenu les résultats suivants :

- Indicateur clé de mesure des retombées économiques du soutien accordé par l'intermédiaire d'Ontario Créatif, la valeur de levier désigne le montant de dépenses additionnelles générées pour chaque dollar investi par l'organisme. Pour l'exercice, chaque dollar investi par Ontario Créatif par le biais de son train de crédits d'impôt à l'intention des industries de la création a généré une dépense supplémentaire de 25,65 dollars (par rapport à un objectif fixé à 15 dollars), tandis que la valeur de levier des programmes d'investissement s'est élevée à 14 dollars (pas d'objectif fixé en 2024-2025).
- Le Bureau du cinéma de l'Ontario recueille des données sur les niveaux de production dans la province, qui sont incluses dans les résultats en matière de rendement. Ces données donnent un aperçu de l'activité de production dans la province sur une base trimestrielle, puisque l'ensemble de données reflète principalement l'activité de production syndiquée à prise de vues réelles. À ce titre, elles doivent être considérées comme généralement révélatrices de tendances sectorielles globales plutôt que comme un ensemble de données exhaustives ou définitives (comme les Statistiques sur la production de l'organisme). La stabilisation en cours de la production cinématographique et télévisuelle à la suite des mouvements syndicaux est évidente au regard des statistiques 2024-2025 concernant le nombre et la valeur des productions choisissant de tourner dans la province. Durant l'exercice, 141 productions ont filmé en Ontario (par rapport à un objectif fixé à 228), dont 74 productions intérieures (objectif à 188) et 67 étrangères (objectif à 40). Pour ce qui est de la valeur, une augmentation considérable a été observée à l'égard des services de repérage dans le segment de la production étrangère (57,56 p. 100), alors que la valeur de ces services a décliné de 7,98 p. 100 dans le segment de la production intérieure. Cependant, le volume de l'activité de repérage a grimpé de 33,33 p. 100 en glissement annuel, témoignant clairement d'un intérêt pour l'Ontario à court ou moyen terme, un point positif étant donné l'incertitude géopolitique générale présidant aux relations commerciales et économiques avec les États-Unis.
- L'organisme a enregistré une augmentation de 10,4 p. 100 des appels et courriels de service au cours de l'exercice en glissement annuel, avec un total de 4 679 pour un objectif fixé à 4 000. La hausse des appels de service est probablement à mettre en relation avec le lancement de nouveaux programmes et services. L'organisme continue de revoir ses programmes d'investissement de base et ses services numériques (comme la PNE) et d'en lancer des versions modernisées.
- Ontario Créatif recueille plusieurs mesures quantitatives des temps de traitement des demandes de crédit d'impôt, à savoir le temps de traitement moyen (semaines) et le temps d'analyse (semaines). Le temps de traitement correspond au temps total s'écoulant à partir du moment où la demande arrive dans la file d'attente jusqu'à la certification, tandis que le temps d'analyse s'entend du nombre de semaines écoulées à partir du moment où un agent ou une agente des questions financières se saisit d'une demande jusqu'à la certification. Ces statistiques sont agrégées afin de permettre à Ontario Créatif de comparer les temps de traitement généraux en glissement annuel, mais ne reflètent en aucun cas le temps de traitement exact d'une demande de crédit d'impôt individuelle. Pour l'exercice, le temps de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus, a été plus long que prévu, avec une moyenne de 35,6 semaines pour un objectif fixé à 21,6 semaines. Toutefois, en s'établissant à 4,3 semaines, le temps consacré à l'analyse active d'un dossier a dépassé l'objectif, fixé à une fourchette de 6,6 à 6,9 semaines, et a été meilleur qu'en 2023-2024 (4,7 semaines), seuls 69 produits ayant été ajoutés à la file d'attente, par rapport à un objectif fixé à une fourchette de 0 à 200. Cette amélioration devrait se poursuivre à mesure que l'organisme continuera de mettre en œuvre sa stratégie axée sur le personnel, la technologie et les processus.
- La part de marché de l'Ontario dans l'industrie cinématographique et télévisuelle nationale (34 p. 100) et dans la production étrangère totale (27 p. 100) se situait dans la fourchette fixée comme acceptable. En revanche, la part de l'Ontario dans la production de contenu canadien totale (36 p. 100) est en déclin par rapport aux chiffres de 2023-2024 et n'a pas atteint l'objectif que nous nous étions fixé. Les chiffres de 2023-2024 révèlent une augmentation de la production intérieure pendant les grèves de 2023 (en particulier une vague de productions rapidement de retour après les grèves). Le déclin constaté pour l'exercice s'explique ainsi comme une stabilisation du marché, retrouvant une « nouvelle normalité » après les sommets atteints en 2022.

X. BUDGET FINANCIER

Le présent plan d'activités représente un statu quo budgétaire, sans aucune augmentation des ressources financières ou humaines. Plus particulièrement :

- Les dépenses de base d'Ontario Créatif pour 2026-2027 devraient s'élever à 41,2 millions de dollars, aux fins de la comptabilité, initiatives stratégiques à durée limitée non comprises. Si le budget de base n'est pas suffisant, ces initiatives seront financées en puisant dans les réserves de trésorerie.
- Les revenus d'Ontario Créatif pour 2026-2027 devraient se chiffrer à 42,5 millions de dollars : financement de fonctionnement de 36,2 millions de dollars octroyé par le MTCJ et revenus propres de 6,2 millions de dollars (revenus provenant des frais d'administration des crédits d'impôt, des intérêts et d'autres produits).
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2026-2027 s'élèveront à 5,1 millions de dollars. Les pratiques fiduciaires d'Ontario Créatif visent à garantir le maintien de réserves financières suffisantes pour satisfaire aux obligations inhérentes aux locations à bail, aux cessations d'emploi et aux dispositions légales, avant d'envisager des affectations à l'appui d'initiatives stratégiques.

ONTARIO CRÉATIF	2025-2026	2025-2026	2026-2027	2027-2028	2028-2029
(milliers de dollars)	<i>Budget d'Ontario Créatif</i>	<i>Révision des prévisions par Ontario Créatif au 2^e trim.</i>	<i>PRÉVISIONS</i>		
REVENUS					
Financement du MTCJ	35 939,6	36 845,0	36 216,2	36 216,2	36 160,2
Revenus propres (note 1, 2)	6 729,5	6 579,5	6 247,5	5 095,8	4 997,5
REVENUS TOTAUX	42 669,1	43 424,5	42 463,7	41 312,0	41 157,7
DÉPENSES					
Salaires et avantages sociaux	9 921,0	9 896,0	9 831,6	9 132,5	9 251,8
Fonctionnement (notes 3 et 4)	2 625,0	2 616,6	2 473,4	2 527,4	2 583,1
Subventions	27 041,5	27 117,8	27 041,5	27 041,5	27 041,5
Prestation des programmes (note 5)	1 557,3	1 488,0	1 423,4	1 431,1	1 383,0
TIFF	1 115,0	1 115,0	1 115,0	1 115,0	1 115,0
Provision pour subventions annulées	-700,0	-700,0	-700,0	-700,0	-700,0
DÉPENSES TOTALES	41 559,7	41 533,4	41 184,9	40 547,5	40 674,3

Excédent net avant les autres postes	1 109,4	1 891,1	1 278,7	764,5	483,3
Autres postes :					
- Initiatives à durée limitée (note 6)	1 490,0	1 465,0	990,0	990,0	990,0
Excédent/(déficit) net	-380,6	426,1	288,7	-225,5	-506,7
Réserves de trésorerie – début d’exercice	4 348,7	4 348,7	4 774,8	5 063,5	4 838,0
Réserves de trésorerie – fin d’exercice	3 968,1	4 774,8	5 063,5	4 838,0	4 331,3

Notes :

(1) Incluant les frais d’administration des crédits d’impôt, les intérêts et d’autres produits. Les revenus provenant des frais liés aux crédits d’impôt sont constatés lorsqu’un certificat d’admissibilité est délivré, qu’une lettre d’inadmissibilité est établie ou qu’un dossier est retiré par l’auteur de la demande.

(2) La diminution des revenus propres durant l’exercice 2028 est due à la comptabilisation de la quasi-totalité de l’arriéré des revenus reportés liés aux crédits d’impôt d’ici la fin de l’exercice 2027.

(3) Incluant les coûts d’occupation, d’administration, de marketing et de communication, ainsi qu’une inflation annuelle de 3 p. 100 des dépenses de fonctionnement et du coût des services d’information.

(4) Le bail en cours des locaux expire le 30 avril 2028.

(5) La prestation des programmes inclut le coût de prestation des fonds d’Ontario Créatif, du Prix littéraire Trillium et du Bureau du cinéma de l’Ontario.

(6) Les initiatives à durée limitée seront financées en puisant au besoin dans les réserves de trésorerie.

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 TI, 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 faites au titre des programmes de financement 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 PDL. Ce modèle interne donne à l’organisme la souplesse dont il a grand besoin pour offrir de hauts niveaux de personnalisation et de réactivité en fonction des besoins des clients, et ce, en temps opportun.

Les services de TI d’Ontario Créatif comprennent les services suivants :

SERVICES À LA CLIENTÈLE ET PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES

- Ontario Créatif est fier de l'avancée de ses travaux pour assurer la prestation électronique de ses services auprès de la clientèle, qui favorise le projet de numérisation des services à l'échelle du gouvernement.
- Le site Web de l'organisme est sa principale interface avec la clientèle. Les clients accèdent au PDL, à la PNE et à la BRL par l'intermédiaire du site Web de l'organisme. Le site permet en outre de présenter les programmes et services d'Ontario Créatif et de communiquer des nouvelles à l'intention et au sujet des parties prenantes.
- Ontario Créatif assure la prestation électronique des services à la clientèle par le biais du PDL. Toutes les demandes doivent obligatoirement être présentées par le biais du portail. Toute correspondance relative aux demandes passe également par le PDL. En plus 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 chargé de la TI. Les améliorations sont approuvées par la direction en fonction des besoins opérationnels de l'organisme et des fonds disponibles.
- 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. Un module lié aux manifestations permet d'envoyer des invitations aux contacts sur le PDL et de faciliter le traitement des inscriptions lors des manifestations à l'aide de codes QR. Des données démographiques sont aussi recueillies par le biais du PDL sur la base du volontariat. 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.
- La BRL et la PNE fournissent des services à la clientèle de l'organisme. 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 prévoyant une assistance technique pour résoudre les problèmes ainsi qu'un taux garanti quant aux améliorations apportées aux systèmes. Les demandes d'amélioration sont formulées par le personnel qui collabore avec le fournisseur externe pour les mettre en œuvre. Les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

CYBERSÉCURITÉ ET SURVEILLANCE DU SYSTÈME

- L'organisme a mis en place de puissants protocoles de sécurité. Pour garantir le fonctionnement continu de l'infrastructure de TI et la sécurité des renseignements personnels et confidentiels qu'elle contient, le personnel assure la surveillance du système 24 heures sur 24. Cette tâche est accomplie à tour de rôle par les membres de l'équipe de la TI, qui ont suivi une formation sur la sécurité et prennent part à la communauté de pratique (CdP) de la FPO en matière de cybersécurité.
- Ontario Créatif participe également à une vérification de sécurité annuelle menée par le MSPEA dans le but de veiller à ce que le système ne présente aucune faille importante, que les données personnelles et confidentielles soient en sécurité, et que toutes les pratiques exemplaires en matière de cybersécurité soient respectées. L'organisme affiche un solide bilan pour ce qui est de remédier promptement aux vulnérabilités en matière de sécurité décelées lors des vérifications annuelles, et n'a subi aucune brèche de sécurité majeure à ce jour. Les pourriels et les tentatives d'hameçonnage sont détectés et font l'objet d'une communication auprès de l'ensemble des membres du personnel afin qu'ils soient sensibilisés aux menaces de cybersécurité et aux moyens de les atténuer, et ce, à tous les échelons de l'organisme.

PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2026-2027

- Continuer de mettre l'accent sur la cybersécurité en effectuant des tests de pénétration semestriels et en permettant au personnel chargé de la TI, et à l'ensemble du personnel de l'organisme au besoin, de bénéficier d'une formation continue.

- Réaliser une migration du PDL/système de gestion des relations avec la clientèle (GRC) vers un protocole point à point de transmission série Serial Attached SCSI (SAS), une solution de stockage d'entreprise offrant de hauts niveaux de rendement et de fiabilité.
- Réaliser un exercice de définition des exigences afin de cerner les besoins des utilisateurs et utilisatrices en vue de refondre le PDL côté client.
- Réaliser un exercice de définition des exigences aux fins d'une refonte visuelle du site Web de l'organisme.
- Poursuivre la mise en œuvre de tout projet inachevé financé par le fonds d'accélération Faire progresser l'Ontario (FPO).
- Continuer d'appuyer l'élaboration et la mise en œuvre du cadre modernisé d'IRC.

XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES AVEC DES TIERS

Ontario Créatif travaille régulièrement en étroite collaboration avec une variété de partenaires dans le cadre d'initiatives ciblées. Le prolongement des partenariats actuels et l'établissement de nouveaux partenariats constituent l'une des priorités stratégiques de l'organisme, la collaboration avec des entités internes et externes lui permettant d'accroître grandement son impact, et ce, sans qu'il soit nécessaire d'exploiter des ressources supplémentaires. Dans la droite ligne des attentes définies dans la lettre d'instructions pour 2026-2027 visant à utiliser efficacement les ressources publiques (traduction libre), il est constamment à l'affût de partenariats adaptés avec des entités locales, régionales, fédérales et internationales privées, sans but lucratif et publiques qui l'aident à progresser vers la réalisation de son mandat et de ses objectifs stratégiques.

Ontario Créatif n'a pas de partenariats en cours avec des cabinets d'expertise-conseil.

Les initiatives suivantes illustrent les moyens par lesquels Ontario Créatif optimise l'impact des investissements de l'Ontario en collaborant avec des tiers :

BUREAU DE LOS ANGELES POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE À TORONTO (ONTARIO)

- Fruit d'un partenariat entre Ontario Créatif et le Toronto Film, Television and Digital Media Board (bureau du cinéma, de la télévision et des médias numériques de la Ville de Toronto), le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique et télévisuelle à Toronto (Ontario) maintient une présence promotionnelle à temps plein à Los Angeles en menant des actions sur le terrain afin d'attirer des productions en Ontario et de soutenir les créateurs et créatrices de contenu pour écran de la province. Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau.

INITIATIVE ÉCRAN VERT ONTARIO

- Ontario Créatif s'est associé à 27 parties prenantes, y compris des syndicats, des associations professionnelles sectorielles, des sociétés offrant des services de production, des producteurs et productrices, des studios et des administrations municipales partenaires, dans le but de financer et d'assurer la prestation de l'initiative EVO. Les partenaires apportent un soutien financier, stratégique et tactique afin de mettre en place les activités de l'initiative.

TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL INC.

- Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MTCJ pour financer annuellement la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library (ancienne Cinémathèque Ontario) et les programmes de projection de films de la TIFF Cinémathèque. En 2025-2026, un financement de 815 000 dollars a été fourni à cette fin. Toujours en 2025-2026, l'organisme a accordé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au TIFF au titre du festival annuel du cinéma, de 120 000 dollars à la TIFF Industry Conference, de 112 500 dollars à l'appui de la prestation du FFI et de 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF 2025.

PARTENARIATS INTERNATIONAUX

- Ontario Créatif s'associe à Téléfilm Canada et à 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 productrices et producteurs ontariens de bénéficier d'un soutien opérationnel, d'un espace de rencontre, d'une présence au sein de groupes de spécialistes et d'invitations à des activités de réseautage. Lorsque les activités ne comprennent pas l'installation d'un stand, ces partenariats assurent une présence canadienne coordonnée et permettent aux producteurs et productrices de faire des affaires.
- L'organisme contribue grandement à assurer la présence du Canada sur les marchés suivants : Marché du Film de Cannes, MIP-TV, MIPCOM, Sunnyside of the Doc, TIFF et European Film Market (Berlin). Il assure également la présence de partenaires sur des marchés internationaux, tels que Séries Mania, le Reeperbahn Festival et la conférence connexe, The Great Escape et Kidscreen.
- À l'occasion, l'organisme mène des délégations sur des marchés stratégiques clés, par exemple les activités organisées au festival MaMa Music & Convention à Paris (France) ayant visé les marchés musicaux français et européens, ou la récente délégation de dix productrices et producteurs ontariens à l'Asian Contents & Film Market en Corée du Sud.
- 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 CoCréation, une initiative de développement des activités de coproduction au sein de l'industrie du long métrage. L'organisme a instauré et dirigé cette initiative afin de mieux faire connaître les productrices et producteurs ontariens, de leur créer des débouchés, et de placer l'organisme, l'industrie et la province sur l'échiquier mondial.

AGENCE DU REVENU DU CANADA

- En collaboration avec l'ARC, Ontario Créatif administre actuellement cinq crédits d'impôt remboursables reposant sur les dépenses admissibles, à l'intention des industries du cinéma, de la télévision, des produits MIN et de l'édition du livre.

XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2026-2027

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.

Le plan stratégique actuel d'Ontario Créatif couvre la période de 2023 à 2027; les stratégies décrites dans le tableau ci-dessous correspondent aux objectifs et aux catalyseurs figurant dans ce plan, ainsi que dans la lettre d'instructions adressée à l'organisme. En 2026-2027, l'organisme procédera à l'élaboration d'un nouveau plan stratégique pluriannuel.

N°	OBJECTIF	TACTIQUE 2026-2027
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1 : RENFORCER LES CAPACITÉS		
1	Établir et mettre en œuvre une stratégie de développement de la main-d'œuvre	<ul style="list-style-type: none"> a. Continuer de mettre en œuvre et de suivre la stratégie de développement de la main-d'œuvre. b. Maintenir le supplément pour les activités de formation et de mentorat ainsi que le financement supplémentaire alloué au PDI pour appuyer les initiatives de développement de la main-d'œuvre. c. Prioriser, par l'intermédiaire du PDI, les initiatives de formation ciblant les compétences commerciales et en culture financière ainsi que le perfectionnement et le recyclage des compétences en matière d'IA. d. Lancer (Bureau du cinéma) plusieurs initiatives de développement de la main-d'œuvre ciblant spécialement le cinéma et la télévision, notamment : <ul style="list-style-type: none"> o des partenariats, comme l'initiative menée avec les Pinewood Studios dans le cadre de leur Futures Festival; o des programmes de financement et de formation à l'intention de l'industrie de la production de contenu pour écran. au sujet desquels un dialogue est en cours avec les partenaires gouvernementaux du MTR et du MCUERS.
2	Apporter un soutien ciblé aux entreprises et aux projets dirigés par des personnes issues de la diversité qui présentent un fort potentiel de croissance économique et culturelle	<ul style="list-style-type: none"> a. Arrêter Accélération pour céder la place à un nouveau volet Développement des talents qui éliminera les obstacles pour les sociétés présentant un potentiel de croissance, y compris les sociétés dirigées par des personnes issues de la diversité. b. Lancer une initiative ciblée d'un an pour épauler des sociétés dirigées par des personnes issues de la diversité en investissant en faveur d'activités de renforcement des capacités visant à améliorer leur état de préparation à présenter une demande au FOIIM.
3	Mettre à profit le rôle moteur de l'initiative Écran vert Ontario et étendre la portée de la stratégie de durabilité dans toutes les industries de la création	<ul style="list-style-type: none"> a. Poursuivre la mise en œuvre des engagements pris dans le plan stratégique d'EVO, notamment : <ul style="list-style-type: none"> o Continuer d'organiser des réunions de l'actuelle table de concertation pour l'écologisation et des ateliers en personne sur le calcul de l'empreinte carbone. o Réimaginer les communications et les documents de marketing, y compris les études de cas portant sur l'écoresponsabilité. o Examiner le recours à des outils à base d'IA pour faciliter le calcul de l'empreinte carbone.
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2 : DOPER LA CROISSANCE		
1	Actualiser les programmes d'investissement de base pour tenir compte de l'évolution des possibilités d'affaires et concentrer les investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes	<ul style="list-style-type: none"> a. Lancer des volets Marketing et découvrabilité remaniés à l'intention du secteur de la production de contenu pour écran et du secteur de l'édition, ainsi qu'un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises. b. Lancer le FOIIM actualisé.

N°	OBJECTIF	TACTIQUE 2026-2027
		c. Maintenir, interrompre et/ou lancer des activités de recherche en fonction des conclusions de l'examen interne des produits de recherche.
2	Améliorer les activités de communication et de liaison avec les entreprises émergentes et les nouveaux acteurs et actrices des industries de la création	a. Continuer de suivre des IRC pertinents pour évaluer le nombre de nouvelles sociétés participantes et suivre le rendement de l'organisme.
3	Coopérer avec le gouvernement pour simplifier les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt	a. Continuer de collaborer avec le gouvernement et les partenaires sectoriels pour trouver d'autres changements à apporter aux dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt en vue d'en assurer l'efficacité, la valeur et les effets pour ce qui est d'atteindre les priorités gouvernementales. b. Mettre en œuvre des initiatives nouvelles ou affinées de modernisation des crédits d'impôt.
4	Élaborer un plan de développement régional	a. Continuer de coopérer avec le MTCJ (et d'autres partenaires) pour affiner les objectifs de développement régional. b. Mettre en œuvre, évaluer et améliorer le plan au besoin. c. Continuer d'améliorer l'outil d'évaluation des retombées économiques régionales pour inclure la prise en compte du climat économique actuel, la segmentation des régions en municipalités plus petites et les frais de location de studios. Continuer (Bureau du cinéma) de promouvoir l'adoption de l'outil au sein des différentes municipalités.
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3 : STIMULER L'INVESTISSEMENT		
1	Trouver de nouvelles possibilités de partenariat et de parrainage avec le secteur privé pour accroître les capacités dans les domaines prioritaires d'Ontario Créatif	a. Mesurer l'efficacité des partenariats publics et privés existants. b. Collaborer (BOPM) avec l'ACASE pour organiser une activité de parrainage mettant à l'honneur la province et les finalistes ontariens lors des prix JUNO 2027 (s'ils ont lieu en Ontario).
2	Envisager des modèles de financement innovants qui réinvestissent dans les industries ontariennes de la création	a. Continuer de chercher d'autres modèles potentiels, comme les acomptes, et des possibilités d'accroître la capacité et la culture financières grâce au soutien du perfectionnement professionnel.
3	Développer les productions cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères dans toutes les régions de l'Ontario	a. Continuer de concevoir de nouveaux outils et ressources pour accroître la visibilité des services du Bureau du cinéma, notamment de nouvelles études de cas présentant des productions ayant fructueusement exploité ces services et outils. b. Augmenter le nombre de points de contact d'une production avec le Bureau du cinéma, par exemple en déployant un sondage postérieur à la prestation des services plus tôt dans le cycle de vie de la production afin d'améliorer l'opportunité des commentaires reçus. c. Continuer de trouver des possibilités de collaboration avec les partenaires régionaux pour assurer la

N°	OBJECTIF	TACTIQUE 2026-2027
		prestation d'activités de marketing de l'Ontario comme destination de production lors de manifestations en personne (stand au TIFF) et en ligne (médias sociaux). d. Continuer de promouvoir l'industrie de la production de l'Ontario auprès d'un public national et international grâce à des collaborations, des partenariats et des manifestations, y compris le bulletin récemment lancé. e. Continuer (Bureau du cinéma) de suivre les problèmes prioritaires auxquels le secteur est confronté, comme le prix des studios ou l'impact des droits de douane ou des autres mesures américaines, et recueillir des données connexes.
4	Coopérer avec le gouvernement en vue de la modernisation continue des crédits d'impôt	a. Continuer d'œuvrer avec le gouvernement à la modernisation des crédits d'impôt.

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

1	Examiner et améliorer les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux	a. Continuer d'améliorer la stratégie de développement des activités à l'étranger, notamment en définissant des marchés et des activités clés pour 2026-2027. b. Considérer l'inclusion du mentorat et du développement des sociétés émergentes parmi les expansions de la stratégie de développement des activités à l'étranger.
2	Simplifier l'accès aux fonds d'aide au développement international et à la croissance des entreprises	a. Maintenir et assurer le suivi des programmes pour le développement des marchés internationaux. b. Lancer un programme relatif à l'exportation de la musique consolidé dans le cadre du FOIIM revu.
3	Étoffer la proposition de valeur de la marque Ontario	a. Continuer d'évaluer et d'exploiter les occasions d'étoffer la proposition de valeur de l'investissement en Ontario.
4	Optimiser les partenariats noués avec des marques	a. Évaluer en continu les possibilités de parrainage.

CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 1 : OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT EXCEPTIONNELLE

1	Examiner et améliorer l'accessibilité des programmes d'investissement et de crédit d'impôt	a. Suivre les conclusions de l'examen du caractère équitable et accessible des lignes directrices des programmes d'investissement.
2	Mettre en œuvre une feuille de route pour les technologies de l'information afin d'accroître l'efficacité et d'améliorer l'expérience des parties prenantes	a. Élaborer un plan d'action pluriannuel pour exploiter les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle. b. Continuer de mettre l'accent sur les initiatives de cybersécurité, notamment des tests de pénétration semestriels et une formation sur la cybersécurité pour le personnel chargé de la TI et le personnel de l'organisme. c. Réaliser une migration du PDL/système de GRC vers un SAS. d. Réaliser un exercice de définition des exigences pour refondre le PDL côté client.

		e. Réaliser une définition des exigences en vue d'une refonte visuelle du site Web de l'organisme.
3	Continuer de réduire le temps de traitement des demandes de crédit d'impôt grâce à une stratégie axée sur le personnel, la technologie et les processus	<ul style="list-style-type: none"> a. Réaliser la mise en place complète de la nouvelle norme de service. b. Planifier la réalisation d'un sondage de suivi pour déterminer l'incidence de la nouvelle norme de service sur les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle. c. Réaliser une analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour déceler des possibilités de simplifier le processus, ainsi que tout ajustement qu'il pourrait être nécessaire d'apporter à l'algorithme d'évaluation des risques en conséquence. d. Continuer d'envisager des améliorations technologiques comme l'OCR pour favoriser l'amélioration des processus.
4	Renforcer les capacités et les outils de mesure du rendement	<ul style="list-style-type: none"> a. Actualiser le cadre d'IRC pour l'adapter aux nouveaux programmes lancés. b. Continuer d'utiliser et de surveiller les tableaux de bord et de déceler toute amélioration possible.
5	Élaborer un nouveau plan stratégique	a. Élaborer un nouveau plan stratégique pluriannuel.
CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 2 : DÉVELOPPER LE POUVOIR D'AGIR DES ÉQUIPES		
1	Définir la culture d'Ontario Créatif et sa proposition de valeur au personnel	a. Réaliser une analyse de la proposition de valeur dans le cadre de l'élaboration du nouveau plan stratégique pluriannuel.
2	Promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme	<ul style="list-style-type: none"> a. Élaborer un nouveau plan pluriannuel d'accessibilité. b. Continuer de réexaminer et d'adapter les pratiques courantes.
3	Élaborer un modèle de travail hybride flexible, inclusif et efficace en accord avec les exigences de la FPO	a. Continuer de réexaminer les politiques internes et de les adapter aux exigences de la FPO.

XIV. PLAN DE COMMUNICATION

Les industries de la création de l'Ontario entrent dans une nouvelle période de stabilité et de croissance et produisent du contenu primé et acclamé dans le monde entier. Ontario Créatif est fier de sa double casquette d'organisme du gouvernement de l'Ontario et de figure de proue pour les industries qu'il soutient, à savoir la production de contenu pour écran, la musique, l'édition et les produits MIN.

Reposant sur cette dynamique positive, le plan de communication d'Ontario Créatif entend consolider les atouts décrits dans le Plan d'activités 2026-2027 en démontrant que l'Ontario est une plaque tournante internationale pour ces industries de la création et en favorisant les objectifs stratégiques que sont la productivité, la compétitivité et la croissance inclusive.

Pour ce faire, nous mettrons en valeur les initiatives clés, telles que le Fonds pour la PI, la PNE modernisée du Bureau du cinéma et EVO, dans le but de renforcer la position de l'Ontario comme destination de classe mondiale pour la création de contenu et l'investissement.

OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Ériger l'Ontario en centre d'activité compétitif au niveau mondial pour les secteurs du cinéma, de la télévision, de la musique, de l'édition et des produits MIN, et ce, en :

- **faisant connaître** les industries de la création de l'Ontario aux publics et aux investisseurs potentiels locaux et internationaux;
- **intensifiant les activités de liaison** avec les communautés sous-représentées pour élargir le vivier d'auteurs de demande qui bénéficient des investissements du gouvernement et contribuent à l'écosystème créatif de l'Ontario;
- **mettant en valeur les programmes, les ressources et les services** d'Ontario Créatif afin d'en souligner le caractère innovant;
- **promouvant les carrières au sein des industries de la création** par l'interaction avec les étudiants et étudiantes, les nouveaux Ontariens et Ontariennes, et les chercheuses et chercheurs d'emploi;
- **braquant les projecteurs sur les initiatives clés**, telles que le Fonds pour la PI, la PNE modernisée du Bureau du cinéma et EVO, en vue de faire état du leadership de l'Ontario dans les domaines de l'écoresponsabilité et de la croissance sectorielle.

PUBLICS CIBLES

- **Externes** : professionnelles et professionnels, distributrices et distributeurs, investisseuses et investisseurs, créatrices et créateurs de contenu, enseignantes et enseignants et étudiantes et étudiants, et partenaires de production internationaux des industries de la création
- **Internes** : personnel de l'organisme, intervenantes et intervenants ministériels, membres du conseil d'administration et des comités consultatifs de l'industrie d'Ontario Créatif
- **Médias et influenceuses et influenceurs** : médias spécialisés et généralistes, créatrices et créateurs de contenu numérique et influenceuses et influenceurs sectoriels clés

TACTIQUE ET OUTILS

- **Médias acquis et payants** : Lancer une campagne visant les médias acquis pour promouvoir les programmes et les initiatives concernant le Prix littéraire Trillium, les artistes ontariens finalistes des prix JUNO, le lancement de la PNE modernisée et les efforts constants menés pour encourager le tournage écoresponsable dans la province par l'intermédiaire de nos chaînes EVO
- **Manifestations** : Tabler sur le succès des initiatives existantes, telles que Fêtons l'Ontario. Étudier de nouvelles possibilités de collaboration avec des influenceuses et influenceurs, comme des activations lors du Prix littéraire Trillium et des prix JUNO
- **Médias sociaux et numériques** : Recourir à une mise en récit dynamique pour accroître la visibilité des créatrices et créateurs de contenu de l'Ontario et leur impact mondial
- **Partenariats et publications** : Collaborer avec des établissements d'enseignement pour mettre en évidence et renforcer les cheminements de carrière, et continuer de collaborer avec d'autres chefs de file sectoriels pour créer un réseau et des initiatives d'apprentissage utiles

APPROCHE

Renforcer les capacités

- **Lancer de nouveaux partenariats** avec des organismes communautaires, des établissements d'enseignement postsecondaire et des réseaux régionaux pour étendre le rayonnement d'Ontario Créatif aux centres de création émergents
- **Concevoir des campagnes de communication inclusives** qui braquent les projecteurs sur des créatrices et créateurs issus de la diversité et amplifient les voix sous-représentées dans tous les secteurs
- **Célébrer l'innovation et la résilience** en brossant le portrait de créatrices et de créateurs ontariens qui innovent et en mettant l'accent sur la diversité régionale et la collaboration intersectorielle
- **Fonder les activités de liaison sur les données** pour déceler et soutenir les entreprises et les talents prometteurs dans les régions et collectivités mal desservies

Doper la croissance

- **Présenter des initiatives de financement** qui catalysent le développement durable et la compétitivité mondiale des créatrices et créateurs ontariens
- **Forger des alliances stratégiques** avec des partenaires nationaux et internationaux pour amplifier la production créative et la présence de la marque de l'Ontario
- **Lancer des campagnes braquant les projecteurs** sur des talents émergents, par exemple les créatrices et créateurs finalistes pour la première fois ou issus de milieux sous-représentés, en organisant des manifestations et des présentations numériques
- **Créer des expériences immersives** (par exemple des listes de lecture, des activités éphémères, des collaborations avec des influenceuses et influenceurs) qui célèbrent le contenu réalisé en Ontario et mettent les publics en contact avec les créateurs et créatrices de manière originale et intéressante

Stimuler l'investissement

- **Promouvoir le leadership d'Ontario Créatif** en matière d'innovation, d'écoresponsabilité et d'équité par le biais d'une mise en récit ciblée et de l'exercice d'un leadership éclairé
- **Amplifier les succès régionaux** en collaborant avec les administrations, les grappes industrielles et les médias locaux pour mettre en exergue les productions de grande valeur dans toute la province
- **Positionner l'Ontario comme une destination d'investissement de tout premier ordre** en communiquant au sujet de son mélange unique de richesse culturelle, de disposition commerciale et de connectivité mondiale

Favoriser le développement international

- **Chercher des occasions médiatiques à impact élevé** qui accroissent la réputation de l'Ontario au sein des marchés et secteurs internationaux clés
- **Déployer des ressources de marque de qualité supérieure** lors des conférences et des salons mondiaux afin de renforcer l'identité de l'Ontario en tant que locomotive de la création
- **Amplifier le contenu ontarien** grâce à des campagnes coordonnées dans les médias sociaux associées à des prix, des avant-premières et des occasions internationales de se retrouver sous les feux de la rampe

Offrir une expérience client exceptionnelle

- **Multiplier les formes de mobilisation** pour inclure les webinaires interactifs et les manifestations régionales et hybrides qui permettent d'apporter l'expertise d'Ontario Créatif dans les collectivités des quatre coins de la province
- **Utiliser les connaissances démographiques et comportementales** pour adapter les activités de liaison aux groupes ayant droit à l'équité et leur faciliter l'accès
- **Introduire de nouveaux points de contact numériques**, tels que des guides interactifs, des trousseaux d'outils pour créatrices et créateurs et des ressources multilingues, afin d'améliorer l'expérience des parties prenantes et leur permettre de s'orienter plus aisément parmi les programmes

XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE D'INSTRUCTIONS ADRESSÉE À L'ORGANISME

Le présent plan d'activités détaille les buts, les objectifs, les orientations stratégiques, les programmes spécifiques, les activités et les initiatives qui permettront à Ontario Créatif de réaliser son mandat au cours de l'exercice à venir. Le nouveau plan stratégique de l'organisme concentre les ressources sur le renforcement des capacités essentielles, la réunion des conditions de la croissance, la stimulation de l'investissement en Ontario et la promotion du contenu ontarien, tout en s'efforçant de favoriser la réactivité, la collaboration, le sens des responsabilités, le leadership et l'excellence. Ce plan respecte parfaitement et favorise les priorités du

gouvernement ainsi que les exigences énoncées dans la lettre d'instructions pour 2026-2027 du MTCJ.

Ontario Créatif appuiera les priorités du gouvernement, consistant à promouvoir le développement économique, l'investissement et l'emploi au sein de la dynamique industrie des médias de la création de l'Ontario, et ce, en :

- favorisant, accroissant et stimulant les investissements, les emplois et la création de contenu dans les secteurs de l'édition du livre, du cinéma et de la télévision, des produits MIN, de l'édition de revues et de la musique;
- travaillant avec ses partenaires de l'industrie pour dynamiser l'économie, créer des emplois pour les Ontariennes et les Ontariens et démontrer que l'Ontario est un endroit où les sociétés du monde entier peuvent prospérer;
- aidant les sociétés à se diversifier et à devenir plus résilientes et plus écoresponsables, une priorité particulièrement critique face à l'incertitude économique croissante.

Vous trouverez ci-dessous une liste des priorités mentionnées dans la lettre d'instructions d'Ontario Créatif, ainsi que des renseignements montrant comment nous aidons le gouvernement à atteindre ces objectifs.

Voici les principales priorités à l'échelle du gouvernement :

1. Protéger l'Ontario
2. Offrir de meilleurs services
3. Encourager l'innovation et l'optimisation des ressources

Voici les priorités propres à Ontario Créatif, telles qu'énoncées dans la lettre d'instructions :

4. Continuer d'améliorer le temps de traitement des demandes de crédit d'impôt et respecter une norme de service de 12 semaines en 2026-2027
5. Accroître l'activité économique au sein des industries de la création de l'Ontario ainsi que leur position concurrentielle mondiale
6. Poursuivre la mise en œuvre du plan stratégique de l'organisme en prêtant une attention particulière à la mesure du rendement et au RCI

Chaque priorité est décrite ci-dessous, de même que les mesures qu'Ontario Créatif prendra pour y répondre en 2026-2027.

1. Protéger l'Ontario

Accroître les partenariats nationaux pour promouvoir l'expansion de la chaîne d'approvisionnement et l'accroissement des débouchés économiques partout au pays, ainsi que soutenir la résilience économique, surtout vu la menace des tarifs américains et l'incertitude économique.

S'approvisionner auprès d'entreprises ontariennes ou canadiennes autant que possible.

Aider financièrement les familles, les consommateurs et les entreprises de la province en gelant les frais et tarifs gouvernementaux, sauf s'ils sont approuvés par la ou le ministre qui surveille votre organisme.

- Ontario Créatif continuera d'aider les sociétés des industries de la création à mettre au point des possibilités de développement des activités à impact élevé et à accéder à de telles possibilités tant au Canada qu'à l'étranger dans de nouveaux marchés situés hors des États-Unis, et ce, en mettant tout particulièrement l'accent sur l'accroissement des débouchés internationaux en matière de coproduction, de création de contenu, de concession de droits et de licences, et de vente de produits.
- Grâce au travail du Bureau du cinéma, l'organisme continuera de créer de nouveaux outils et ressources pour accroître la visibilité et l'attractivité de l'Ontario en tant que destination de production auprès d'un public national et international.
- Ontario Créatif respecte toutes les directives pertinentes en matière d'approvisionnement et s'est engagé à s'approvisionner auprès d'entreprises ontariennes et/ou canadiennes dans la plupart des cas.

2. Amélioration des services

Mettre l'accent sur une expérience client axée sur l'utilisateur en simplifiant les interactions, en améliorant la satisfaction, et bonifiant et en optimisant les offres de services numériques.

Trouver des occasions d'améliorer l'efficacité et les services, de stimuler l'innovation et d'engendrer des économies pour la population de l'Ontario, notamment grâce à l'IA et à d'autres technologies de pointe.

Éliminer la lourde bureaucratie et les formalités administratives en allégeant la gestion ou autrement pour atteindre l'efficacité opérationnelle.

- Ontario Créatif est fier du stade avancé de ses efforts pour assurer une prestation électronique des services de haute qualité auprès de ses clients par l'intermédiaire de son site Web, du PDL, de la PNE et de la BRL. Nous sommes déterminés à moderniser continuellement ces plateformes de prestation de services dès que le besoin s'en fait sentir.
- En 2026-2027, Ontario Créatif élaborera un plan d'action pluriannuel pour exploiter les résultats de son récent sondage sur la satisfaction de la clientèle, lesquels ont mis en évidence plusieurs possibilités pour améliorer l'expérience utilisateur, réaliser des gains d'efficacité et améliorer les services que nous offrons aux Ontariens et aux Ontariennes et de leur part.
- En 2026-2027, Ontario Créatif réalisera un examen du caractère équitable et accessible des lignes directrices de ses programmes d'investissement afin de déceler des possibilités de simplifier les interactions et d'améliorer l'accessibilité générale des programmes en question, ainsi qu'une analyse des schémas des demandes de crédit d'impôt pour voir comment simplifier la collecte des données.
- Dans le but d'améliorer spécifiquement la vitesse et la fiabilité de notre PDL, nous procéderons à sa migration vers un protocole point à point de transmission série constituant une solution de stockage d'entreprise offrant de hauts niveaux de rendement et de fiabilité.

3. Stimuler l'innovation et l'optimisation des ressources

Trouver des moyens innovants d'utiliser les ressources publiques efficacement pour réaliser le mandat de l'organisme tout en respectant le budget grâce à des rapports financiers exacts, à des contrôles internes efficaces et à des pratiques proactives de gestion des fraudes.

Gérer de façon prudente et responsable l'effectif afin de stabiliser les dépenses et de préserver la viabilité financière à long terme

- Tous les employés d'Ontario Créatif sont des membres de la FPO et sont classifiés et rémunérés selon la structure de cette dernière, notamment les conventions collectives applicables. À ce titre, Ontario Créatif respecte toutes les politiques pertinentes ayant trait au milieu de travail, y compris la politique de retour au bureau.
- La stratégie budgétaire de l'organisme a toujours consisté à atténuer l'impact direct des réductions sur l'industrie en ajustant les calendriers, en maîtrisant les dépenses, en procédant à des modifications de programmes, en augmentant les revenus et en réduisant la portée des programmes, ainsi qu'à assurer 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 est équilibré, et les réserves de trésorerie ne sont utilisées que pour appuyer des initiatives à durée limitée qui ne génèrent pas d'attentes à long terme de la part des parties prenantes.

4. Continuer à améliorer l'efficacité de l'administration des crédits d'impôt pour les médias culturels en assurant un délai de prestation de services de douze (12) semaines d'ici la fin de l'exercice financier 2026-2027, et au plus tard au deuxième trimestre.

- L'organisme continue de mettre en œuvre sa stratégie axée sur le personnel, la technologie et les processus visant à améliorer la productivité liée aux crédits d'impôt, dans le but de respecter une norme de service de 12 semaines ou 84 jours civils en 2026-2027. Dans le cadre de cet effort, l'organisme collaborera avec l'équipe des communications et ses partenaires ministériels à l'élaboration d'un solide plan de communication pour présenter aux parties prenantes la nouvelle norme et la manière dont son suivi sera assuré, de même que d'une stratégie de dotation à long terme requise pour maintenir la norme une fois que les ETP temporaires arriveront à leur terme.

- En 2026-2027, l'organisme continuera également d'envisager des améliorations technologiques permettant d'améliorer les processus, notamment la possibilité de recourir à de nouveaux outils tels que l'OCR, ainsi que d'autres outils à base d'IA.

5. Continuer à accroître l'activité économique et la compétitivité mondiale des industries créatives de l'Ontario en collaborant étroitement avec les partenaires gouvernementaux.

- Ontario Créatif révisé et actualise sans cesse ses programmes d'investissement de base pour veiller à ce qu'ils restent réactifs à la fluctuation constante de la conjoncture sectorielle et lancera, en 2026-2027, des volets Marketing et découvrabilité remaniés à l'intention du secteur de la production de contenu pour écran et du secteur de l'édition, de même qu'un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises afin d'aider les sociétés des industries de la création à tirer parti des possibilités novatrices d'expansion commerciale. En 2026-2027 également, l'organisme lancera un FOIM actualisé avec pour objectifs de veiller à ce que le programme suive le rythme de l'évolution des possibilités d'affaires au sein de l'industrie de la musique et offre un soutien qui entraînera des retombées importantes.
- En 2026-2027 toujours, il considèrera l'inclusion du mentorat et du développement des sociétés émergentes parmi les éventuelles expansions de sa stratégie de développement des activités à l'étranger.
- Il poursuivra enfin la mise en œuvre de sa stratégie de développement de la main-d'œuvre, notamment le maintien du supplément pour les activités de formation et de mentorat et le financement supplémentaire alloué au PDI pour appuyer les initiatives de développement de la main-d'œuvre.

6. Poursuivre la mise en œuvre du Plan stratégique 2023-2027 d'Ontario Créatif, en mettant l'accent sur la mesure du rendement et la démonstration du retour sur investissement du gouvernement.

- En 2026-2027, l'organisme continuera de déployer son cadre d'IRC actualisé, procèdera également à sa mise à jour à la suite d'une série de lancements de programmes et cherchera de nouvelles possibilités de l'améliorer.
- Enfin, en 2026-2027 encore, l'organisme amorcera le travail d'élaboration d'un nouveau plan stratégique pour s'assurer que ses programmes, services et activités continuent d'accroître l'activité économique et la compétitivité mondiale des industries de la création de l'Ontario.

Les plans et les projets détaillés dans ce plan d'activités et dans notre plan stratégique font état de notre engagement à veiller à ce que les programmes et activités d'Ontario Créatif soient axés sur la clientèle et adaptés aux besoins des secteurs que nous soutenons.

Les industries de la production de contenu pour écran, de l'édition et de la musique de l'Ontario remportent un succès planétaire. Combinées, ces industries génèrent des milliards de dollars d'activité économique et des dizaines de milliers d'emplois, tout en alimentant les économies locales. Nous sommes convaincus qu'avec le soutien constant du MTCJ, Ontario Créatif sera en mesure de réaliser des investissements stratégiques et opportuns qui positionneront l'Ontario comme un chef de file et une destination attractive pour l'activité commerciale intérieure et étrangère des industries de la création.

XVI. INVENTAIRE DES CAS DE RECOURS À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Ontario Créatif n'a aucun cas de recours à l'IA à signaler en ce qui concerne ses activités et son fonctionnement internes actuels.

Tout au long de l'exercice 2024-2025, l'organisme a en outre recueilli des données sur l'utilisation de l'IA par les auteurs d'une demande dans le cadre de ses programmes au moyen d'une exigence de divulgation du recours à l'IA, que ce soit pour remplir le formulaire de demande ou pour les besoins du projet proposé. En 2025-2026, les politiques relatives aux programmes d'Ontario Créatif feront référence au Cadre pour la fiabilité de l'IA du gouvernement de l'Ontario. L'organisme évaluera en outre la faisabilité de projets recourant à l'IA des points de vue de la transparence, de l'éthique et de la conception centrée sur la personne, tout en continuant d'exiger la divulgation du recours à l'IA comme moyen d'en mesurer l'utilisation et d'évaluer équitablement les budgets des projets sous les angles de la création d'emplois et des allocations budgétaires à des activités techniques. La collecte de ces données est continue.

En 2025-2026, l'organisme a étudié la possibilité d'utiliser l'IA pour améliorer les temps de traitement des crédits d'impôt en créant et en utilisant de nouveaux outils, comme un robot conversationnel. En fin de compte, la décision de ne pas recourir à un tel outil a été prise, en raison de préoccupations quant à l'exactitude des renseignements fournis. L'organisme reste ouvert à l'idée première de prospecter les potentiels outils à base d'IA à l'appui des fonctions administratives et s'est engagé à intégrer une évaluation détaillée des risques dans tout processus de déploiement. En 2026-2027, l'organisme envisagera le recours à l'IA pour faciliter le calcul de l'empreinte carbone ainsi que pour améliorer les processus opérationnels de traitement des demandes de crédit d'impôt.

ANNEXE A – REGISTRE DES RISQUES

au 30 septembre 2025

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
1	Soutien de la croissance des industries de la création en Ontario	Compte tenu de la demande accrue à l'égard de ses programmes et services et de l'absence de ressources supplémentaires équivalentes, Ontario Créatif se trouve dans l'incapacité de soutenir un nombre croissant de sociétés ou alors ces dernières sont obligées d'attendre longtemps pour obtenir les services (dans le cas d'un certificat de crédit d'impôt). Cette situation pourrait générer des occasions manquées de croissance économique, conduire ces sociétés à quitter l'Ontario pour d'autres territoires et, en fin de compte, rendre la province moins compétitive par rapport à d'autres provinces qui augmentent leur soutien à ces secteurs (par exemple le Québec, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse ou la Californie).	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme procède constamment au perfectionnement de son personnel, de sa technologie et de ses processus opérationnels afin de réaliser des gains d'efficacité.	Probabilité du risque : Presque certain (5) – La demande en services augmente chaque année. Impact du risque : Modéré (3) – Le personnel dévoué continue de travailler inlassablement pour respecter les normes de service et mettre en œuvre les processus d'amélioration opérationnelle.	15	Ontario Créatif continuera d'envisager et de mettre en œuvre des améliorations des processus opérationnels. La mise en place d'une série de changements technologiques et opérationnels visant à améliorer l'efficacité du traitement des crédits d'impôt est en cours et se poursuivra en 2025-2026. Le personnel continuera de travailler d'arrache-pied pour offrir un service à la clientèle répondant à des normes strictes, les dix nouveaux ETP ayant été pleinement intégrés. L'organisme continue de travailler à la mise en place de la norme de service de 12 semaines concernant le traitement des demandes de crédit d'impôt.
2	Assurance que les programmes et services sont efficaces et sensibles à l'environnement commercial actuel des industries de la création	Les industries de la création évoluent rapidement sous l'effet des nouvelles technologies, notamment de l'IA, des changements réglementaires et des tensions inflationnistes, qui ont exacerbé certaines tendances à long terme et	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme soutient des travaux de veille stratégique et entretient un dialogue régulier avec ses comités consultatifs de l'industrie pour rester informé de l'évolution de cette dernière. Les paramètres des	Probabilité du risque : Probable (4) – Les industries de la création sont composées d'entreprises dynamiques qui évoluent en permanence.	12	Ontario Créatif continuera de surveiller les programmes et de les faire évoluer au fil des changements survenant au sein de l'environnement, et de travailler avec ses partenaires à la mise en

		<p>accéléralé le rythme du changement. Entravées par le contexte économique volatile, les industries de la création se heurtent à des risques nouveaux, différents de ceux du passé, par exemple des défis liés à la main-d'œuvre et à l'infrastructure, des perturbations des chaînes d'approvisionnement et un surcroît de dépenses associées au financement de leurs activités. Pour atteindre une efficacité optimale, les programmes et services d'Ontario Créatif doivent être en phase avec l'évolution du contexte. Si tel n'est pas le cas, les programmes risquent de ne pas subvenir adéquatement aux besoins de l'industrie, les activités soutenues risquent de ne pas générer des retombées économiques maximales par rapport à l'investissement de la province et les projets risquent de migrer vers d'autres destinations.</p>		<p>programmes font régulièrement l'objet d'un réexamen et d'une mise à jour, et l'organisme discute avec ses partenaires au MTCJ et au MFO des changements qui permettraient de moderniser les dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt. Régulièrement, il recourt à des sondages et à des mécanismes de commentaires afin de recueillir l'avis des bénéficiaires sur les programmes, et effectue des réexamens formels de ses programmes d'investissement et de ses services pour veiller à ce qu'ils soient en phase avec les besoins de l'industrie et le contexte.</p>	<p>Impact du risque : Modéré (3) – Les programmes et services d'Ontario Créatif sont conçus pour être souples et sensibles à une industrie changeante, mais la modernisation de la législation sur les crédits d'impôt n'est pas du ressort de l'organisme.</p>	<p>œuvre des modifications apportées aux crédits d'impôt pour mieux les aligner sur le contexte technologique et réglementaire actuel. L'organisme continue d'épauler le gouvernement provincial dans la mise en œuvre de ces modifications à mesure qu'elles deviennent loi. Ontario Créatif réexamine périodiquement ses programmes et services et ajuste son offre en conséquence pour assurer sa réactivité à l'environnement commercial des industries de la création (et des secteurs spécifiques). Très récemment, les anciens programmes, tels que le Fonds pour la production cinématographique et le Fonds pour les produits MIN, ont été remplacés par un Fonds pour la PI davantage tourné vers l'avenir en vue de favoriser l'investissement dans le contenu, tandis que des programmes pour le marketing et le développement des activités revus afin d'apporter un meilleur soutien aux secteurs de la production de contenu pour écran et de l'édition seront lancés en 2026-2027. Toujours en 2026-2027, un FOIIM révisé sera lancé, intégrant les recommandations découlant d'un examen approfondi du Fonds et du programme</p>
--	--	---	--	---	--	---

							<p>Accélération. La conception d'un nouveau Fonds intersectoriel pour les entreprises est en cours afin d'appuyer des activités intrasectorielles et intersectorielles novatrices d'expansion commerciale au sein des industries de la création, pour un lancement prévu en 2026-2027.</p> <p>Le Bureau du cinéma de l'Ontario modernise continuellement son site Web, son Guide de production en Ontario et sa PNE afin de les aligner sur les normes de l'industrie pour rendre nos services, y compris les ressources écologiques mises à disposition par l'initiative EVO, plus accessibles et plus faciles à utiliser sur le Web et les appareils mobiles.</p> <p>L'équipe de recherche et de planification stratégique entreprend actuellement un examen des produits de recherche pour s'assurer qu'ils restent des outils efficaces pour diffuser les renseignements de veille stratégique.</p> <p>Enfin, Ontario Créatif œuvre à l'élaboration d'un plan d'action pluriannuel visant à améliorer son efficacité sur la base des résultats de son récent sondage sur la satisfaction de la clientèle.</p>
3	Le plan stratégique 2023-2027 d'Ontario Créatif	En dévoilant les racines systémiques de l'oppression, les événements actuels	Perception du public	La diversité des projets est ancrée dans l'évaluation des	Probabilité du risque : Probable (4) – L'organisme met fin au	12	Ontario Créatif œuvre à la collecte de données afin de mieux comprendre les

	<p>définit l'inclusion (garantir la diversité, l'équité et l'accessibilité dans nos programmes et dans nos lieux de travail) comme une valeur essentielle qui englobe les attitudes et les comportements que nous promouvons et que nous encourageons dans notre organisme. Ces attitudes et ces comportements sont fondamentaux dans le cadre de notre relation avec les parties prenantes et de notre culture interne.</p>	<p>appellent davantage d'équité dans toutes les composantes de la société, tout particulièrement au sein des industries de la création. Dans la mesure où les initiatives actuelles de financement de la diversité ne sont pas permanentes, Ontario Créatif risque d'être perçu comme n'en faisant pas assez pour faire face à ces enjeux et comme insuffisamment équitable dans la répartition du financement, en particulier si l'organisme ne parvient pas à maintenir ces programmes. De surcroît, comme plusieurs autres organismes, agences de financement et organisations sectorielles lancent des programmes et créent des postes dédiés ayant pour objet de favoriser la diversité et l'équité, l'organisme pourrait être perçu comme n'étant pas suffisamment engagé à l'égard de la diversité ou comme manquant de diversité dans la composition de sa main-d'œuvre et de ses décisionnaires.</p>		<p>programmes. Bien que temporaires, les programmes consacrés à la diversité ont permis d'augmenter le financement disponible dans les secteurs du cinéma, du développement de l'industrie et, plus récemment, de la musique. De plus, un projet visant à recueillir de meilleures données démographiques fournira des renseignements supplémentaires sur la composition des auteurs de demande et des bénéficiaires de financement. Ontario Créatif a diversifié sa main-d'œuvre, ces dernières années, mais si son effectif reflète la diversité, ce n'est pas le cas de sa direction et de son conseil d'administration, ce qui pourrait rendre l'organisme vulnérable à l'accusation de manquer de diversité.</p>	<p>programme Accélération en 2026-2027, après l'arrêt des volets Promotion de la diversité en 2025-2026. Ontario Créatif continue d'accorder son soutien à des projets dirigés par des personnes issues de la diversité dans le cadre de ses programmes de base, mais sans volet de financement spécifique.</p> <p>Impact du risque : Modéré (3) – Les initiatives en cours, telles que la collecte de données démographiques, l'intégration de la diversité dans les critères d'évaluation de base et la sensibilisation constante des parties prenantes, devraient contribuer à réduire l'impact du risque.</p>		<p>caractéristiques démographiques des bénéficiaires de financement. Les données agrégées seront communiquées en retour à l'ensemble de la communauté créative. Le questionnaire démographique sera distribué aux membres du personnel créatif et commercial clé au troisième trimestre de 2025-2026. Le souhait de voir la composition du conseil d'administration se diversifier a été signalé au MTCJ. Le groupe d'étude sur la DEIA d'Ontario Créatif continue de se réunir régulièrement pour discuter des objectifs et de la tactique en la matière, et met les dernières touches à un plan d'action axé sur des formations, des politiques et des processus en phase avec le plan stratégique de l'organisme. Ce dernier a organisé, à l'interne, une séance de formation dans le cadre du Programme de sensibilisation aux cultures autochtones pour la FPO, et publié un message de reconnaissance territoriale et une déclaration concernant la diversité sur son site Web.</p>
4	<p>Ontario Créatif s'efforce de faire preuve d'excellence en matière de service et de fonctionnement vis-à-vis de ses parties</p>	<p>Le financement étant limité et la demande dépassant les fonds disponibles, un processus d'évaluation est indispensable pour répartir le financement. Les auteurs de</p>	<p>Perception du public</p>	<p>Les jurys sectoriels constituent le principal mécanisme de prise des décisions de financement dans le cadre des programmes</p>	<p>Probabilité du risque : Improbable (2) – Le modèle des jurys de pairs employé pour prendre les décisions de financement est en</p>	6	<p>Ontario Créatif continuera d'assurer la formation du personnel contre les préjugés et de recourir principalement au modèle des jurys de pairs afin de</p>

	<p>prenantes, ce qui passe par l'équité et la transparence du processus de prise de décisions quant à la répartition d'un financement limité. Le plan stratégique valorise la collaboration, le sens des responsabilités et l'inclusion.</p>	<p>demande non retenus ou d'autres parties prenantes sont susceptibles de contester les critères ou processus de décision ou d'avoir le sentiment que les décisions de financement sont guidées par le favoritisme ou les préjugés, ce qui pourrait avoir un impact sur la confiance dans la fiabilité et l'impartialité de l'organisme en tant que bailleur de fonds, ainsi que sur sa réputation globale.</p>		<p>d'investissement en faveur de secteurs spécifiques. Les appels de candidature de jurés sont largement diffusés et les comités sont renouvelés régulièrement. Les critères d'évaluation, de cotation et de pondération des programmes qui ne recourent pas à des jurys externes sont clairement énoncés dans les lignes directrices (comme ils le sont dans les lignes directrices des fonds sectoriels). La cotation de chaque projet et le fondement de la décision sont consignés à l'interne et une liste de l'ensemble des bénéficiaires de financement est publiée sur le site Web d'Ontario Créatif en temps opportun. Les auteurs de demande non retenus se voient proposer un entretien pour examiner les résultats de l'évaluation de leur demande. Les membres du personnel suivent une formation obligatoire visant à lutter contre les préjugés.</p>	<p>vigueur dans le cadre de la plupart des programmes d'investissement sectoriel. Il s'agit d'une pratique considérée comme exemplaire en vue de limiter le risque de préjugé/favoritisme dans la prise de décisions.</p> <p>Impact du risque : Modéré (3) – Lorsque des organismes similaires ont fait face à des accusations de préjugé ou de favoritisme, leur réputation n'a été que modérément touchée et l'on a exigé que leurs processus fassent l'objet d'un examen par une tierce partie.</p>		<p>favoriser un processus décisionnel juste et transparent. Le PVS a publié un Guide des normes de recherche pour accompagner les lignes directrices 2025-2026 du programme et fournir aux auteurs de demande des renseignements plus détaillés sur les types d'éléments à inclure dans leur projet pour être compétitifs dans le cadre du programme, ce qui devrait améliorer la transparence du processus décisionnel. En outre, pour garantir la cohérence et la transparence des processus administratifs à l'échelle de l'organisme, ce dernier publie un document Politiques relatives aux programmes sur son site Web.</p>
5	<p>Gouvernance exemplaire de l'organisme</p>	<p>L'industrie des produits MIN (jeux vidéo) est actuellement sous-représentée parmi les principaux domaines d'expertise des membres du conseil d'administration. Cela pose le risque que le conseil ne dispose pas de certaines des compétences et des connaissances spécifiques requises pour fournir une gouvernance et une</p>	<p>Gouvernance/responsabilité</p>	<p>Ontario Créatif a remis au MTCJ une grille des compétences du conseil précisant les lacunes et les besoins. Les nouveaux membres du conseil reçoivent un breffage complet de la part de la haute direction.</p>	<p>Probabilité du risque : Possible (3)</p> <p>Impact du risque : Mineur (2)</p>	6	<p>Un siège est actuellement vacant au sein du conseil, ce qui constitue une occasion de combler les lacunes dans les connaissances.</p> <p>La grille des compétences du conseil est un outil permettant de tenir le gouvernement informé des lacunes dans les</p>

		orientation stratégique efficaces à l'organisme.					domaines d'expertise de ses membres.
6	Maintien de la compétitivité de l'Ontario comme destination pour les industries de la création	La modification des politiques fédérales liées aux télécommunications et à la culture, notamment susceptible de découler de la mise en œuvre du projet de loi C-11, de même que toute mise à jour éventuelle des dispositions législatives liées à l'IA, pourrait engendrer une rupture entre les politiques fédérales et provinciales qui ferait de l'Ontario une destination moins attractive pour les sociétés créatrices de contenu. Des services majeurs tels que Netflix et TikTok ont supprimé l'aide accordée à des initiatives sectorielles qui étaient auparavant soutenues grâce au parrainage, ce qui entraîne la réduction ou l'annulation de ces activités (au financement desquelles Ontario Créatif est également susceptible de contribuer). De surcroît, les contributions financières au titre du projet C-11 mettant du temps à arriver, d'autres organismes de financement, comme le Radio Starmaker Fund, ont averti leurs parties prenantes d'une interruption de leurs soutiens financiers destinés au secteur de la musique. En faisant grimper la demande, ces lacunes mettent les programmes d'Ontario Créatif sous pression. Les problèmes internationaux émergents, comme la menace de l'imposition de droits de douane par les États-Unis, risquent également de contribuer à affaiblir la position concurrentielle de l'Ontario. Au sein même du	Politiques	Ontario Créatif analyse régulièrement l'environnement et suit les discussions au sujet des politiques dans tout le Canada afin d'évaluer toute répercussion qui pourrait réduire la compétitivité de l'Ontario.	Probabilité du risque : Probable (4) Impact du risque : Modéré (3)	12	L'organisme maintiendra sa surveillance et informera le MTCJ de tout désalignement potentiel susceptible de compromettre la position concurrentielle de l'Ontario. Il continuera en outre de participer aux processus de consultation organisés par le CRTC et au niveau fédéral, s'il le juge pertinent. L'organisme suit également activement les procédures judiciaires en cours contre le CRTC, de même que les autres évolutions politiques (y compris concernant le commerce international) qui pourraient remettre en cause ou interrompre le processus de mise en œuvre du projet de loi C-11 ou représenter une menace pour l'Ontario d'une autre manière. Enfin, il continue de surveiller la création d'incitations nouvelles ou améliorées dans d'autres territoires de compétence concurrentiels, susceptibles d'avoir une incidence sur la compétitivité de l'Ontario.

		Canada, la hausse des incitations offertes aux activités de production cinématographique et télévisuelle, comme l'augmentation des taux de crédit d'impôt de la Colombie-Britannique, nuit aussi au maintien de la position concurrentielle de l'Ontario.					
7	Assurance qu'Ontario Créatif est un lieu de travail sans violence au travail, discrimination ni harcèlement	Il est arrivé que des intervenantes et intervenants, mécontents d'avoir vu leur demande de financement rejetée, injurient le personnel d'Ontario Créatif. Ce type de comportement pourrait s'aggraver pour se muer en discrimination ou en harcèlement, par exemple sous forme de menaces physiques. Lorsque les temps de traitement s'allongent ou que davantage de projets de clients sont rejetés en raison de la demande trop forte à l'égard des programmes, la probabilité que cela se produise augmente. Des membres du public peuvent accéder à certaines des aires de l'organisme, comme les toilettes, et ces rencontres ont occasionnellement amené le personnel à se sentir en danger au travail.	Prestation/opérations (ressources humaines)	Les politiques d'Ontario Créatif relatives au milieu de travail et à la discrimination sont examinées au minimum tous les ans et mises à jour s'il y a lieu. Il est rappelé au personnel que toute forme de harcèlement doit immédiatement être signalée à la direction, qui fera face à de tels actes selon les politiques et lignes directrices en vigueur dans la FPO. L'ensemble des visiteuses et des visiteurs sont tenus d'émarger et un interrupteur de secours se trouve à l'accueil en cas de danger. Les membres du personnel doivent suivre une formation obligatoire sur la discrimination et le harcèlement au travail, et une formation visant à lutter contre les préjugés	Probabilité du risque : Improbable (2) Impact du risque : Modéré (3)	6	Ontario Créatif continuera d'examiner et de mettre à jour régulièrement les politiques et procédures concernant la discrimination et le harcèlement au travail. Une nouvelle trousse d'outils et de ressources pour le personnel est en cours de finalisation. Plusieurs membres du personnel qui côtoient régulièrement les clients ont en outre suivi une formation spéciale sur le désamorçage des situations de conflit avec les clients auprès du Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH). L'équipe de haute direction d'Ontario Créatif continuera d'examiner, d'assurer et d'améliorer la sécurité des bureaux.

				a été offerte. Ils ont également reçu des instructions et des conseils sur la marche à suivre s'ils font de mauvaises rencontres et souhaitent les signaler à l'équipe des opérations et/ou à la sécurité de l'immeuble.			
8	Veiller à ce qu'Ontario Créatif adopte des mesures pour favoriser le recrutement, le maintien en poste et la participation de membres de personnel hautement qualifiés	Du fait d'un nombre élevé de possibilités d'emploi dans d'autres secteurs de la FPO et de l'industrie, de la démographie de la main-d'œuvre et d'autres facteurs, Ontario Créatif est confronté à un risque lié aux RH concernant le recrutement et le maintien en poste. Les possibilités d'avancement de carrière sont abondantes pour les membres du personnel, mais le départ à la retraite ou vers d'autres horizons de membres compétents est susceptible de représenter un défi en matière de productivité et de planification de la relève pour l'organisme. De plus, des considérations d'ordre plus général relatives à la gestion des postes actuellement vacants, aux réductions d'effectif et aux politiques de retour au travail à l'échelle de la FPO ont une incidence sur la capacité d'Ontario Créatif de recruter, d'assurer le maintien en poste et de veiller au bon moral des employés, probablement sérieusement affecté par l'annonce récente du retour à cinq jours de travail au bureau à compter de janvier 2026. Enfin, le gel du recrutement récemment annoncé concernant les organismes provinciaux	Prestation/opérations (ressources humaines)	Ontario Créatif offre des salaires compétitifs, un accès à des possibilités de perfectionnement professionnel et un milieu de travail positif, conformes aux politiques et aux normes en vigueur au sein de la FPO. Un Comité de participation des employés œuvre à l'élaboration d'un plan d'action visant à améliorer continuellement la participation des employés, sur la base des résultats du dernier Sondage sur l'expérience employé. Ontario Créatif a de surcroît récemment procédé à l'élargissement et à la diversification de sa stratégie d'affichage des emplois dans le but d'attirer un vivier plus varié de candidates et de candidats qualifiés aux postes à pourvoir.	Probabilité du risque : Possible (3) Impact du risque : Probable (4)	12	Ontario Créatif et son Comité de participation des employés continueront de travailler à l'élaboration du plan d'action à l'intention du personnel existant et de diversifier les stratégies de recrutement employées pour faire connaître l'organisme et les perspectives d'emploi associées. Il utilisera FORTE pour planifier les possibilités d'apprentissage et de perfectionnement ainsi que la relève. Ontario Créatif continue également de soutenir et de nommer des membres de son personnel afin qu'ils puissent bénéficier des occasions de formation et d'avancement professionnel offertes à l'échelle de la FPO, notamment dans le cadre du Programme pour le développement du leadership et du Programme de promotion des cadres.

		pourrait aussi entraver les efforts de recrutement et de maintien en poste de l'organisme.					
9	Maintien des niveaux maximums de sécurité de l'information et des réseaux	<p>En raison de la quantité importante de données et de renseignements conservée par Ontario Créatif, des renseignements incomplets, obsolètes, inexacts ou confidentiels pourraient être divulgués au public, notamment des statistiques ou d'autres renseignements personnels ou commerciaux exclusifs susceptibles de nuire à des sociétés individuelles, ou aux industries elles-mêmes et à la manière dont elles sont perçues au sein de la province. Les tentatives d'escroquerie ou d'hameçonnage par courriel risquent de causer un préjudice financier à des membres du personnel à titre individuel et/ou à l'organisme si les messages ne sont pas identifiés comme étant frauduleux.</p> <p>Compte tenu de l'adoption d'un mode de travail flexible et du fait que le personnel travaille régulièrement à la maison, des problèmes de sécurité risquent de survenir (puisque les membres du personnel se connectent par l'intermédiaire de leur propre fournisseur d'accès Internet, ils quittent également fréquemment leur domicile avec le matériel [ordinateurs portatifs]). Par ailleurs, la mise en place de certains processus, comme la connexion aux lecteurs réseau au travers d'un réseau privé virtuel (RPV), pourrait</p>	Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)	<p>Les politiques d'Ontario Créatif en matière de TI garantissent des niveaux maximums de sécurité des réseaux. Elles incluent des vérifications de sécurité annuelles et des mises à jour régulières de l'infrastructure de sécurité. Le PDL d'Ontario Créatif est un système de prestation de programmes en ligne très pointu. L'organisme dispose de processus et de protocoles clairement définis en ce qui concerne le suivi des résultats et la production de rapports connexes. L'approbation de la direction est exigée préalablement à la publication de renseignements statistiques. De plus, Ontario Créatif possède sa propre équipe de la TI ayant en permanence un membre d'astreinte à même de répondre immédiatement à toute atteinte à la protection des données ou à la sécurité.</p> <p>Des alertes au pourriel sont régulièrement envoyées aux membres du personnel par courriel, renforçant leur sensibilisation aux menaces et leur capacité de repérer les messages suspects. Des occasions de suivre une formation en cybersécurité à</p>	<p>Probabilité du risque : Improbable (2)</p> <p>Impact du risque : Modéré (3)</p>	6	<p>Ontario Créatif maintiendra les normes les plus strictes en matière de sécurité de la TI et des réseaux. La publication de renseignements statistiques restera assujettie à l'approbation de la direction. Le personnel chargé de la TI mettra en place les pratiques exemplaires émanant de la CdP de la FPO en matière de cybersécurité. Des alertes au pourriel et des occasions de formation sur la cybersécurité continueront d'être communiquées fréquemment aux membres du personnel, ces derniers ayant en outre récemment terminé les cours LearnON obligatoires sur les bases de la cybersécurité portant sur la classification de l'information et la lutte contre les cybermenaces (Cyber Security Basics: Information Classification et Cyber Security Basics: Combating Cyber Threats, en anglais uniquement). L'organisme continuera d'améliorer les protocoles de sécurité et de contrôler la sécurité des réseaux. Il a réalisé des exercices de cybersécurité sur table et en simulation selon l'approche de l'équipe rouge en 2025-2026 et</p>

		ralentir le personnel.		<p>l'échelle de la FPO leur sont proposées lorsqu'elles surviennent. Le personnel chargé de la TI a suivi une formation sur la sécurité et participe à la CdP de la FPO en matière de cybersécurité. Les membres du personnel travaillant à la maison utilisent des appareils d'Ontario Créatif disposant de logiciels de sécurité renforcés. La connexion aux lecteurs réseau se fait par RPV ou SharePoint, dans le nuage, pour assurer une plus grande sécurité. L'équipe de la TI de l'organisme surveille étroitement le réseau et s'assure que les derniers protocoles de sécurité sont respectés. Un plan de gestion des situations d'urgence et de continuité des activités est en place, comprenant un plan de continuité des activités informatiques. Il est révisé tous les ans. L'organisme est désormais couvert par une cyberassurance (Coalition Insurance).</p>		<p>mettra en place les recommandations se dégageant des résultats de ces activités. La recommandation concernant la souscription d'une cyberassurance a déjà été suivie.</p>
--	--	------------------------	--	---	--	--

10	Entretien de l'infrastructure de TI et des systèmes d'information	Du fait de la vulnérabilité des structures physiques qui abritent les serveurs d'Ontario Créatif et d'autres éléments de son infrastructure physique de TI, cette dernière risque d'être compromise par toute défaillance de l'intégrité du bâtiment (par exemple en raison d'une inondation ou d'un incendie). Le risque augmente à mesure que le bâtiment vieillit.	Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)	Toutes les données de l'organisme sont sauvegardées et peuvent être restaurées au prix d'une interruption limitée des services. L'organisme a déplacé la plupart des applications hors site, y compris le PDL, la BRL et la PNE. Les lecteurs réseau ont été déplacés vers le nuage.	Probabilité du risque : Rare (1) Impact du risque : Modéré (3)	4	Le processus de migration de nos dernières applications vers le nuage est presque terminé. Il atténuera entièrement tous les risques liés à l'intégrité physique des bureaux et devrait s'achever en 2025-2026. L'organisme a récemment procédé au renouvellement des appareils du personnel.
11	Développement de la main-d'œuvre	La croissance des industries de la création se poursuivant en Ontario, il est nécessaire de veiller à ce qu'une main-d'œuvre qualifiée soit disponible pour y répondre. Il y a un important besoin de main-d'œuvre qualifiée dans l'ensemble des secteurs de la création qui, s'il devait rester insatisfait, pourrait avoir une incidence négative sur l'avantage concurrentiel de l'Ontario, entraîner une diminution du contenu produit en Ontario et empêcher Ontario Créatif d'atteindre ses propres objectifs de rendement en matière de création d'emplois. Par ailleurs, les technologies émergentes telles que l'IA ont créé de nouveaux besoins et déficits à combler en matière de compétences pour que les industries de la création soient en mesure d'accroître leur compétitivité.	Prestation	Ontario Créatif entretient un dialogue régulier avec les parties prenantes par l'entremise de ses comités consultatifs de l'industrie, de manifestations comme le symposium sur la main-d'œuvre et de son PVS, afin de comprendre les enjeux et les besoins liés au développement de la main-d'œuvre. Bien que les arrêts de travail appelés par la WGA et la SAG-AFTRA aient pris fin, des risques subsistent relativement au nombre de travailleurs et de travailleuses susceptibles d'avoir quitté l'industrie en conséquence, lesquels pourraient avoir des répercussions à long terme au fur et à mesure que la production reprendra dans la province.	Probabilité du risque : Possible (3) Impact du risque : Modéré (3)	9	L'organisme continue de surveiller les problèmes liés au développement de la main-d'œuvre dans l'ensemble des industries de la création et œuvre à la mise en place des initiatives figurant dans sa stratégie de développement de la main-d'œuvre. Il s'agit notamment de plusieurs initiatives du Bureau du cinéma de l'Ontario en partenariat avec Cinespace, CASO, Reel Canada ou Pinewood Studios, ainsi que d'un partenariat de recherche avec Work In Culture sur la main-d'œuvre des industries de la création. L'organisme continue également de suivre les questions majeures liées à la santé de la main-d'œuvre des industries de la création, y compris les consultations provinciales, comme celle menée par le ministère du

							Travail, de l'Immigration, de la Formation et du Développement des compétences sur les agences artistiques. Enfin, il cherche à trouver des moyens de favoriser les possibilités intrasectorielles et intersectorielles de formation axée sur les compétences en IA au sein des industries de la création.
12	Instabilité mondiale dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle	Bien que les grèves hollywoodiennes de 2023 aient pris fin, l'industrie mondiale du cinéma et de la télévision reste dans une situation précaire, sous le coup de la réduction de la dépense globale des principaux commanditaires à l'égard du contenu et des licenciements à l'échelle des sociétés. D'après le dernier <i>Profil</i> de l'ACPM, des tendances semblables se manifestent dans le secteur de la production intérieure. En Ontario, même si la reprise de la production devrait se poursuivre en 2025, l'évolution des stratégies en matière de	Prestation	Ontario Créatif communique régulièrement avec les partenaires (notamment la Ville de Toronto, Film Ontario et le MTCJ) et les parties prenantes afin de comprendre les tendances.	Probabilité du risque : Possible (3) Impact du risque : Élevé (4)	12	Ontario Créatif continuera de surveiller et d'évaluer la situation, de même que ses conséquences sur les dépenses de production et la création d'emplois. L'organisme continue de proposer des services de repérage d'extérieurs et de consultation en matière de production par l'intermédiaire du Bureau du cinéma de l'Ontario d'une part, et une grande variété de programmes d'investissement et de crédits d'impôt à l'intention du secteur d'autre part.

		contenu et les réductions budgétaires sont en train de dessiner une nouvelle normalité qui pourrait avoir une incidence sur les objectifs de l'organisme associés aux dépenses de production et aux emplois.					
13	Intelligence artificielle	Alors que l'adoption des outils à base d'IA, tels que ChatGPT et d'autres applications, va croissante au sein des secteurs de la création (et de leurs publics), de lourdes conséquences concrètes et déontologiques se dessinent dans les domaines des modèles opérationnels, de la PI et de la main-d'œuvre, outre les considérations éthiques. Les programmes d'investissement et les incitations fiscales d'Ontario Créatif sont susceptibles de voir arriver des demandes émanant de sociétés ontariennes recourant aux outils à base d'IA et devront prendre des décisions concernant leur admissibilité au soutien par l'organisme dans un flou politique et législatif total.	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	Ontario Créatif surveille actuellement l'évolution des politiques en matière d'IA et évalue les applications pour déterminer les ramifications juridiques et éthiques potentielles.	Probabilité du risque : Probable (4) Impact du risque : Modéré (3)	12	Ontario Créatif continuera de travailler en collaboration constante avec le MTCJ, le MFO et ses avocats d'une part, et ses organismes de financement partenaires d'autre part, afin de cerner les risques, les implications et les possibilités liés à l'IA. L'organisme étudie la question de l'admissibilité du contenu créé par l'IA ou à l'aide de l'IA dans le cadre de ses programmes et a mis à jour le document Politiques relatives aux programmes 2025-2026 en ajoutant une déclaration au sujet des valeurs à prendre en considération par les auteurs de demande. Il a mis en place une exigence de divulgation du recours à l'IA pour les auteurs de demande et a publié une politique provisoire pour s'assurer que ses activités de fonctionnement interne sont conformes aux directives actuelles de la FPO relatives à l'utilisation de l'IA, ainsi que des exigences de signalement des cas de recours à l'IA en son sein. Organisé au premier trimestre de 2024-2025, le symposium sectoriel sur

							l'IA a contribué à l'élaboration d'une politique à l'échelle de l'organisme en phase avec celles des autres organismes de financement et avec le mandat de l'organisme consistant à favoriser l'innovation et la création d'emplois. Au niveau de l'organisme, il n'y a aucune utilisation de l'IA à signaler actuellement. Nous nous sommes engagés à respecter toutes les directives ayant trait à la gestion des risques liés à l'IA, selon les exigences de la Directive concernant les organismes et les nominations. D'autre part, l'organisme continue de suivre les développements nationaux et internationaux pertinents en matière de politiques et de lois sur l'IA. Nous examinons notamment les témoignages de parties prenantes lors de l'audience du Comité permanent du patrimoine canadien sur l'IA et les industries de la création, ainsi que la jurisprudence pertinente en provenance des États-Unis concernant l'utilisation d'ouvrages protégés par le droit d'auteur aux fins des grands modèles de langage (Anthropic).
14	Stabilité financière des grandes organisations soutenues en partie par Ontario Créatif	Comme en témoignent les récentes difficultés financières et opérationnelles des grandes organisations des industries de la création, les risques financiers et	Perception du public Prestation/opérations	Ontario Créatif communique activement avec les organisations qui reçoivent un financement et demande des renseignements	Probabilité du risque : Possible (3) Impact du risque : Mineur (2)	5	Ontario Créatif continuera de surveiller et d'évaluer activement les situations affectant les bénéficiaires de son financement et ayant une incidence sur

		d'atteinte à la réputation augmentent, tant pour Ontario Créatif que pour la province, lorsque ces grandes organisations qui bénéficient généralement du soutien de l'organisme font face à des défis de grande envergure. Il pourrait s'agir d'une hausse de la demande de soutien financier présentée à l'organisme ou d'un risque d'atteinte à la réputation de la province, selon le type de difficultés auquel l'organisation est confrontée.		financiers et pertinents d'un point de vue opérationnel dans le cadre de ses processus de demande et de rapport final.			l'organisme ou sur la réputation de la province.
15	Relations économiques Canada-États-Unis	Les États-Unis sont un partenaire commercial essentiel pour les industries de la création de l'Ontario. La fluctuation des relations économiques entre le Canada et les États-Unis peut poser un risque important pour ces industries, pour les sociétés qui importent des marchandises utilisées par ces industries et, par conséquent, pour les entreprises qui bénéficient du soutien de l'organisme (en particulier celles qui exportent des biens physiques aux États-Unis et les personnes qui traversent la frontière aux fins d'emploi). À plusieurs reprises, le président Trump a déclaré que des droits de douane de 100 p. 100 seraient imposés aux films réalisés à l'extérieur des États-Unis, même si les détails concernant la mise en œuvre ne sont pas encore connus. Une telle mesure aura probablement un impact considérable sur l'industrie de la production de l'Ontario.	Politiques	Ontario Créatif surveille activement la situation commerciale actuelle avec les États-Unis et œuvre à déterminer quelles seront l'ampleur et la portée des mesures potentielles et de la riposte canadienne. L'organisme collabore activement avec les associations professionnelles des industries de la création afin de comprendre les conséquences pour chaque secteur.	Probabilité du risque : Presque certain (5) Impact du risque : Élevé (4)	20	Ontario Créatif continuera de surveiller l'évolution de la situation, ainsi que toute mesure de rétorsion et/ou autre initiative que le gouvernement fédéral pourrait mettre en place pour y faire face. L'organisme continuera de surcroît à surveiller l'évolution politique de cette situation en ce qui a trait au renouvellement de l'ACEUM en 2026 et au statut de l'exemption culturelle actuellement en vigueur. Il continuera aussi à discuter des conséquences immédiates et prévues avec les associations professionnelles afin de saisir les nuances propres à chaque secteur, et à communiquer avec le MTCJ pour avoir connaissance des réponses provinciales en matière de politiques et de communications. À l'échelle de l'organisme, enfin, Ontario Créatif renforcera immédiatement l'accent

		<p>En règle générale, les conséquences des droits de douane et des mesures commerciales de rétorsion sont importantes pour les industries de la création de l'Ontario. Les premières estimations communiquées par l'ACP indiquent que des droits de douane pourraient s'avérer catastrophiques pour des segments comme l'édition de livres pour enfants, où le marché américain représente plus de 50 p. 100 des revenus. Dans l'ensemble, les ventes aux États-Unis s'élèvent chaque année à environ 45 millions de dollars pour le secteur des éditeurs de livres appartenant à des intérêts canadiens. Au-delà des droits de douane, d'autres efforts sont en cours pour maintenir une plus grande part de l'activité de création aux États-Unis, comme la campagne « Stay in LA » pour conserver l'activité de production à Los Angeles.</p>				<p>placé sur le soutien des sociétés ontariennes et le développement de leurs possibilités pour accroître leurs activités à l'international au-delà du reste de l'Amérique du Nord. Il s'agirait notamment d'élargir les débouchés internationaux en matière de coproduction, de création de contenu, de concession de droits et de licences, et de vente de produits.</p>
--	--	--	--	--	--	--