

# ONTARIO CRÉATIF PLAN D'ACTIVITÉS 2022-2023



21 décembre 2021

## TABLE DES MATIÈRES

<b>I. RÉSUMÉ</b> .....	2
<b>II. MANDAT</b> .....	4
<b>III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT</b> .....	7
<b>IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES</b> .....	14
<b>V. TOUR D'HORIZON DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME</b> .....	19
<b>VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS</b> .....	25
<b>VII. ATTÉNUATION DES RISQUES : STRATÉGIES DE DÉTECTION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES</b> .....	26
<b>VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL</b> .....	27
<b>IX. MESURES DU RENDEMENT</b> .....	29
<b>X. BUDGET FINANCIER</b> .....	38
<b>XI. PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET À LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES</b> .....	41
<b>XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES AVEC DES TIERS</b> .....	44
<b>XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2022-2023</b> .....	48
<b>XIV. PLAN DE COMMUNICATION</b> .....	50
<b>XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE DE MANDAT DE L'ORGANISME</b> ....	52
<b>ANNEXE A : DÉTAIL DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES</b> .....	49
<b>ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES</b> .....	84

## I. RÉSUMÉ

Confrontées à des défis de taille, les sociétés de l'industrie de la création de l'Ontario ont persévéré, concevant un contenu captivant apprécié dans le monde entier, tout en préservant la sécurité des travailleurs et des publics. Alors que l'économie amorce sa reprise progressive et que le nombre d'activités augmente, l'Ontario est prêt à revenir en force grâce à son infrastructure de premier ordre, à ses talents de classe mondiale, à son environnement commercial dynamique et compétitif, et à ses politiques gouvernementales favorables.

En dépit des difficultés des 21 derniers mois, le contenu réalisé en Ontario a poursuivi sa moisson de succès critiques et commerciaux, aussi bien au pays qu'à l'étranger :

- La série limitée primée réalisée en Ontario *The Queen's Gambit (Le jeu de la dame)* s'est hissée en tête du classement de Netflix dans plus de 60 pays et a battu le record du plus grand nombre de diffusions au cours des quatre premières semaines, dépassant les 62 millions de spectateurs mondiaux.
- *Chivalry 2*, un jeu multijoueur à la première personne tirant son inspiration des époques batailles médiévales campées au cinéma, se targue de plus de 1 million d'exemplaires vendus et de plus de 8 millions d'heures de jeu.
- Patrie d'artistes culminant aux palmarès et finalistes des prix JUNO et Grammy tels que *Jessie Reyez*, *Savannah Ré* et *Arkells*, l'Ontario est un incontestable générateur de talents musicaux.

En 2020-2021, les industries de la création de l'Ontario sont parvenues à dépasser les attentes, faisant preuve de résilience dans un contexte difficile :

- En 2020, l'Ontario a comptabilisé **1,50 milliard de dollars** d'activité de production cinématographique et télévisuelle, avec **232** projets intérieurs et étrangers tournés dans la province. Bien que la dépense ait diminué de 30 % en raison des fermetures imposées au début de la pandémie, la reprise a été forte à l'automne, le volume et la dépense de la production à prise de vues réelles ayant surpassé ceux de tous les automnes précédemment documentés.
- Les productions aidées par le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) (ci-après le Bureau de Los Angeles/L.A.) ont également largement dépassé les prévisions, avec **112 pistes**, soit **près du double de l'objectif** fixé à 60, pour une valeur confortablement supérieure aux niveaux de 2019-2020.
- Les bénéficiaires du **Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (MIN)** et du **Fonds pour la production cinématographique** d'Ontario Créatif (OC) ont généré près de **24000** semaines de travail en 2020-2021.
- En 2020-2021, chaque dollar de crédit d'impôt a entraîné **une dépense de produit/production additionnelle de plus de 14 dollars** en faveur des plus de 3000 livres, films, émissions de télévision et produits multimédias interactifs numériques certifiés par Ontario Créatif.

La COVID-19 continue d'avoir un impact sur le secteur de la création de l'Ontario. Même si de nombreuses activités ont entamé leur reprise, les sociétés font face à des cadres de réouverture incohérents à l'échelle du pays et à des changements dans la demande et les habitudes d'achat des consommateurs, et modifient leurs flux de travail pour s'adapter aux nouveaux modèles hybrides.

Le présent plan d'activités explique comment Ontario Créatif compte utiliser ses ressources existantes pour répondre aux attentes formulées dans la lettre de mandat 2022-2023 de la



ministre. Il sera mis en œuvre en conjonction avec les priorités et les engagements du gouvernement et le livre blanc du ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture (MIPSTC), *Réengager les Ontariens : le retour d'un chef de file mondial*, qui a formulé des stratégies à moyen et long terme pour favoriser la reprise des secteurs dont il est chargé. Elles consistent notamment à continuer de laisser une certaine marge de manœuvre aux sociétés de la création, et à veiller à ce que les programmes soient sensibles et adaptés aux besoins des parties prenantes.

Le plan représente un statu quo budgétaire équilibré et ne sollicite aucune augmentation des ressources financières ou humaines. Les dépenses d'Ontario Créatif en 2022-2023 devraient s'élever à 38,7 millions de dollars. Les recettes en 2022-2023 devraient être de 38,8 millions de dollars (y compris un total de 35,4 millions de dollars de financement de fonctionnement de la part du MIPSTC et 3,4 millions de dollars de recettes propres comprenant les frais d'administration des crédits d'impôt, les intérêts et d'autres recettes).

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 versement annuel dans les réserves de trésorerie.

En 2022-2023, Ontario Créatif est disposé à puiser environ 2,15 millions de dollars dans ses fonds de réserve pour mettre en œuvre une série d'initiatives à durée limitée qui prendront appui sur les programmes existants et les prolongeront, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et en limitant le surplus de pression sur les ressources humaines. Ces initiatives importantes comprendront la prolongation de l'initiative de promotion de la diversité pour une année supplémentaire, en l'élargissant pour la première fois aux secteurs du livre et des revues, le financement d'améliorations des processus opérationnels et le financement d'un nouveau plan stratégique. Dans le cadre des préparatifs d'élaboration, en 2022-2023, d'un nouveau plan stratégique pour une mise en œuvre l'année suivante, la mise au point d'un plan visant à assurer la viabilité budgétaire à long terme constituera un objectif prioritaire, et ce, afin de veiller à ce que l'organisme dispose des outils et de la capacité pour répondre aux besoins changeants de l'industrie ainsi qu'aux priorités stratégiques qui seront définies au cours du processus d'élaboration.

Les programmes et 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 témoignera le plan d'activités, les programmes et services de l'organisme ont été focalisés sur un ensemble de priorités qui sont critiques pour assurer la prospérité de l'économie de la création en Ontario, notamment la reprise après la COVID-19, le développement de la main-d'œuvre, et la diversité, l'équité et l'inclusion. Comme toujours, Ontario Créatif s'efforcera d'offrir un soutien flexible, efficace et sur mesure aux industries de la création de la province, alors qu'elles tentent de se frayer un chemin parmi les écueils de la reprise, de la reconstruction et de la transformation pour suivre l'évolution du marché, accélérée par la pandémie.



## II. MANDAT

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (fonctionnant sous le nom d'Ontario Créatif) est un organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario. La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario a été créée le 19 décembre 2000 aux termes du Règlement 672/00 pris en application du paragraphe 32 (5) de la *Loi sur les sociétés de développement*, (Le Règlement 672/00 venait modifier et remplacer le Règlement 270 établissant la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne en 1986.)

### OBJECTIFS

En vertu de ce Règlement, Ontario Créatif a pour mandat de stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario en :

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

### GOVERNANCE ET RELATIONS AVEC LES MINISTÈRES

Ontario Créatif est responsable devant le MIPSTC de l'accomplissement de son mandat. Ce dernier converge directement avec la vision du ministère, à savoir établir un secteur culturel solide et stable et une économie de la création prospère en aidant les producteurs 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 appuie l'objectif du ministère consistant à favoriser l'expansion des industries de la création de l'Ontario pour stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation.

Ontario Créatif entretient également des relations de travail avec le ministère des Finances (MFO) et le ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce (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 possible 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 son conseil d'administration, lequel compte au maximum 17 membres nommés par le lieutenant-gouverneur ou la lieutenante-gouverneure en conseil (LGC). Le président ou la présidente et le vice-président ou la vice-présidente du conseil sont désignés par le ou la LGC parmi les membres nommés. Le conseil d'administration se réunit régulièrement, d'ordinaire six fois par an. Il compte quatre comités permanents (gouvernance, audit, planification stratégique et communications). Le conseil d'administration d'Ontario Créatif se compose actuellement de 13 membres.

Diana Arajs	Peter-Julian (PJ) Lee
Aaron Campbell (président)	Yura Monestime
Michael Ceci	Edith Myers
Tina Cole	Roger Nair (vice-président)
Aldo Di Felice	Rekha Shah
Philip Forte	Jody Sugrue
Vincent Georgie	

## **PRÉSIDENCE-DIRECTION GÉNÉRALE ET MEMBRES DU PERSONNEL**

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

## **RAPPORT ANNUEL, 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 signés par le président ou la présidente du conseil d'administration et par un autre de ses membres, ainsi que tout autre document demandé par le ou la ministre, le cas échéant. 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 investissements à sa disposition. À la lumière 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 ledit conseil. Ontario Créatif investit actuellement ses fonds dans des acceptations bancaires et des billets de dépôt au porteur des banques de l'annexe I ou II, au taux en vigueur pour les périodes déterminées, conformément à l'orientation générale émanant du comité d'audit.

## **ACCESSIBILITÉ ET DIVERSITÉ**

Ontario Créatif soutient activement et respecte toutes les lois et directives ontariennes régissant l'accessibilité, y compris la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario (LAPHO)*. Ses politiques et son plan d'accessibilité pluriannuel sont affichés sur son site Web. Dans le cadre de son Comité de participation des employés et dans l'axe 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. Ontario Créatif 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 de manière proactive son travail de sensibilisation afin que ses services soient mis en avant et accessibles aux particuliers et aux sociétés partout en Ontario.

## **ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL RESPECTUEUX**

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

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

En tant qu'organisme, Ontario Créatif respecte et impose à son personnel de respecter ces mêmes principes.

## **RESPONSABILITÉ**

Les liens d'Ontario Créatif avec le MIPSTC et ses obligations envers lui sont exposés dans un protocole d'entente (PE). Ce protocole est un document interne qui est réexaminé tous les cinq ans ou à l'occasion d'un changement de ministre ou de président ou présidente du conseil d'administration de l'organisme. Le PE, ainsi que les plans d'activités et les rapports annuels de l'organisme, sont affichés sur son site Web comme l'exige la Directive concernant les organismes et les nominations. En plus de ces documents, Ontario Créatif publie les frais de déplacement, de repas et d'accueil de son conseil d'administration (dont les membres sont nommés), de son président-directeur général ou de sa présidente-directrice générale et des membres du personnel dont le niveau de rémunération correspond au moins au niveau 3 du Groupe des cadres supérieurs. Ces frais sont affichés sur le site Web de l'organisme chaque trimestre, une fois qu'il a été procédé aux approbations et remboursements appropriés. En application de la Directive sur les données ouvertes de l'Ontario, un inventaire des ensembles de données de l'organisme a été publié sur le site Web. L'organisme continuera de publier de manière proactive les ensembles de données dans un format lisible par machine, conformément à la Directive sur les données ouvertes. 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.



## III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

### LES INDUSTRIES DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO

Le secteur culturel de l'Ontario génère 27,5 milliards de dollars chaque année, représentant environ 3,3 % du produit intérieur brut (PIB) de la province. Il s'agit du niveau de PIB culturel le plus élevé parmi tous les territoires de compétence canadiens. Le secteur culturel comprend le secteur du divertissement et de la création (SDC), mais aussi d'autres disciplines, telles que le patrimoine et les bibliothèques, le patrimoine naturel ainsi que les arts visuels et appliqués. Dans la seule province de l'Ontario, le secteur culturel est responsable de la création de plus de 288000 emplois<sup>1</sup>.

L'Ontario abrite les secteurs de l'industrie de la création les plus importants du Canada, notamment ceux de l'édition du livre, du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, des revues multimédias et de la musique. Ces secteurs contribuent à faire de l'Ontario un meilleur lieu de vie, de travail et d'investissement. Les données les plus récentes de Statistique Canada montrent que les six secteurs soutenus par Ontario Créatif ont apporté une contribution de plus de 64500 emplois canadiens et de plus de 7,2 milliards de dollars au PIB de l'Ontario en 2019<sup>2</sup>. Ces industries ont exporté 3,2 milliards de dollars de produits et de services à l'international en 2019<sup>3</sup>.

Les six secteurs soutenus par Ontario Créatif sont des chefs de file nationaux de la création d'emplois et de la contribution au PIB. Ils ont tous été touchés par la COVID-19, subissant pertes de recettes, pertes d'emplois, coûts englobés, difficultés pour accéder aux marchés et changements dans les habitudes d'achat des consommateurs, par exemple une hausse des ventes en ligne. Au deuxième trimestre de 2021, certains secteurs montrent des signes de reprise, tandis que d'autres mettront plus longtemps pour revenir aux niveaux d'avant la pandémie.

Dans l'ensemble, PwC prévoit un rebondissement de la dépense dans le secteur du divertissement et des médias au Canada entre 2021 et 2025, à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 4,4 %, pour passer de 48 à 59,5 milliards de dollars américains, avec un retour des industries aux niveaux d'avant la pandémie attendu d'ici 2022<sup>4</sup>. PwC prévoit que les segments qui connaîtront la croissance la plus rapide resteront de ceux de la vidéo par contournement, à un TCAC de 10,5 %, et du jeu vidéo et du sport électronique, à un TCAC de 3,9 %. L'industrie cinématographique, profondément touchée par la COVID-19, devrait reprendre à un TCAC de 38,5 % d'ici 2025<sup>5</sup>.

#### ÉDITION DU LIVRE

- **Taille de l'industrie :** L'industrie ontarienne de l'édition du livre a déclaré 1,1 milliard de dollars de recettes d'exploitation en 2018, pour une marge bénéficiaire d'exploitation de 11 %. Avec 67 %, les éditeurs de livres ontariens ont généré une part substantielle des recettes nationales<sup>6</sup>. En 2019, le secteur provincial de l'édition du livre a contribué pour 759 millions de dollars au

<sup>1</sup> Statistique Canada, «Tableau 1 : Produit intérieur brut (PIB) de la culture et du sport en proportion de l'économie totale, 2019», *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2015 à 2019*, publié le 27 mai 2021.

<sup>2</sup> Statistique Canada, *Tableau 36-10-0452-01, Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)*, publié le 22 novembre 2020.

<sup>3</sup> 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 1000000)*, publié le 28 septembre 2021.

<sup>4</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook 2021-2025*, juillet 2021.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Statistique Canada, *Tableau 361-0088, Éditeurs de livres, statistiques sommaires, aux 2 ans*, CANSIM (base de données) (consulté le 16 octobre 2018).

PIB de l'Ontario, représenté 6651 emplois et exporté plus de 465 millions de dollars de produits dans d'autres pays<sup>7</sup>.

- **Répercussions de la COVID-19 :** Les premières répercussions de la COVID-19 sur les éditeurs de livres incluaient des pertes de recettes, des résiliations de contrats, des frais non recouvrables estimés à près de 2,2 millions de dollars (par exemple, impression de livres qui n'ont pas pu être expédiés ou ont été retournés) et des obstacles à l'accès au marché international. Les libraires ont connu une chute des ventes nettes de 56 % en raison de fermetures persistantes et d'une fréquentation réduite de la clientèle lorsqu'ils étaient autorisés à ouvrir<sup>8</sup>. Par la suite, les difficultés ont changé et il a fallu faire face à une hausse des coûts du papier du fait de pénuries de bois et de perturbations de la chaîne d'approvisionnement, et s'adapter à un modèle hybride de travail à la maison. Les changements dans les habitudes des consommateurs au cours de la pandémie ont exacerbé les problèmes de découvrabilité qui existaient déjà et ont non seulement entraîné des modifications des calendriers de marketing et des processus d'édition et d'écriture, mais ont également attisé l'intérêt pour les livres audio et les formats numériques, les secteurs des livres pour enfants et des livres pour étudiants du postsecondaire étant florissants<sup>9</sup>. Les premières données de Statistique Canada indiquent que les recettes d'exploitation des éditeurs de livres ontariens ont décliné de 5,7 % entre 2019 et 2020. Au premier trimestre de 2021, le secteur canadien du livre a montré des signes de reprise partielle, le PIB revenant aux niveaux d'avant la pandémie, tandis que le nombre d'emplois est resté inférieur de 8 % par rapport au quatrième trimestre de 2019<sup>10</sup>.

## CINÉMA ET TÉLÉVISION

- **Taille de l'industrie :** L'Ontario figure parmi les plus grands centres de production cinématographique et télévisuelle en Amérique du Nord, la contribution économique des productions cinématographiques et télévisuelles soutenues par la province de l'Ontario ayant été évaluée à environ 1,50 milliard de dollars en 2020 (soit une baisse de 30,8 % par rapport à 2019)<sup>11</sup>. Selon l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), le volume de production de l'Ontario a représenté 38 % du total national en 2019-2020<sup>12</sup>.
- **Répercussions de la COVID-19 :** Au début de la pandémie, le secteur a subi des arrêts généralisés de la production et éprouvé des difficultés pour boucler le financement et passer derrière la caméra, en raison de l'incapacité de souscrire une assurance-production. Un programme fédéral d'aide en dernier recours a apporté un soutien quant au problème d'assurance et, en Ontario, la production a pu reprendre après un certain temps, en mettant en place des mesures de santé et de sécurité. Au deuxième trimestre de 2021, le secteur national du film et de la vidéo n'a connu qu'une reprise limitée, selon Statistique Canada. Le PIB, à 1,1 milliard de dollars, est inférieur de 16 % à celui du quatrième trimestre de 2019, tandis que les emplois stagnent à 9 % en dessous des niveaux d'avant la pandémie. Cependant, les données d'Ontario Créatif pour l'exercice financier (EF) en cours brossent un tableau plus encourageant, les productions intérieures et étrangères ayant repris, aussi bien du point de vue de la dépense de production que du nombre de productions, à un rythme proche de celui

<sup>7</sup> Statistique Canada, «Tableau 1 : Produit intérieur brut (PIB) de la culture et du sport en proportion de l'économie totale, 2019», *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2015 à 2019*, publié le 27 mai 2021.

<sup>8</sup> Association of Canadian Publishers, *Survey Results: Impacts of COVID-19*, 21 avril 2020.

<sup>9</sup> Ontario Créatif, *The Post-Pandemic Reality in the Creative Industries Industry Advisory Committee meetings*; livre blanc interne, mai 2021.

<sup>10</sup> Données expérimentales de Statistique Canada pour l'année de référence 2020, commandées par le Groupe de recherche sur les politiques du ministère du Patrimoine canadien, juillet 2021; Statistique Canada, *Tableau 36-10-0652-01, Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine (x 1000)*, octobre 2021.

<sup>11</sup> Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2020, 2021*. Les données correspondent aux dépenses de toutes les productions faisant appel aux incitations et services administrés par Ontario Créatif. Elles n'incluent pas les annonces publicitaires télévisées, les vidéos de sociétés, les vidéoclips ou la production interne des diffuseurs.

<sup>12</sup> ACPM, *Profil 2020*.

d'avant la pandémie, en supposant que la tendance des deux premiers trimestres se poursuive<sup>13</sup>.

## PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

- **Taille de l'industrie :** En 2019, l'industrie des produits MIN de l'Ontario a contribué pour près de 3,7 milliards de dollars au PIB de la province et employé plus de 25000 personnes<sup>14</sup>. Interactive Ontario évalue la taille de l'industrie à 929 sociétés<sup>15</sup>. Dans ce secteur, le segment du jeu vidéo emploie 32300 équivalents temps plein (ETP), selon une estimation réalisée en 2021 par l'Association canadienne du logiciel de divertissement. L'industrie du jeu vidéo de l'Ontario compte le plus grand nombre de studios du pays. À l'aune du nombre d'employés, c'est la troisième du pays, après celles du Québec et de la Colombie-Britannique, avec 298 entreprises employant directement 7000 personnes<sup>16</sup>.
- **Répercussions de la COVID-19 :** Au début de la pandémie, les mesures de confinement ont accru l'intérêt à l'égard des jeux vidéo numériques, dont les recettes ont considérablement augmenté à l'échelle mondiale, pour atteindre le montant record de 10 milliards de dollars en mars 2020<sup>17</sup>. En avril 2020, cependant, près de la moitié des sociétés ontariennes de production MIN a déclaré avoir perdu des occasions de développement des activités parce que des partenaires et des parties prenantes faisaient face à leurs propres difficultés liées à la COVID-19. Trente-quatre pour cent ont en outre signalé l'annulation de marchés majeurs, et 30 % ont indiqué une diminution des ventes imputable à la perte de budgets de publicité et à la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs<sup>18</sup>. À l'échelle nationale, les emplois au sein du secteur MIN ont progressé de 5,3 % et le PIB de 7,2 % entre 2019 et 2020. Selon Statistique Canada, le secteur avait sensiblement repris au deuxième trimestre de 2021, après le ralentissement provoqué par la COVID-19. Le PIB a augmenté de 4 % et le nombre d'emplois de 8 % par rapport au quatrième trimestre de 2019<sup>19</sup>.

## ÉDITION DE REVUES

- **Taille de l'industrie :** Le secteur de l'édition de périodiques de l'Ontario a contribué pour 468 millions de dollars au PIB de la province et a représenté 3961 emplois en 2019<sup>20</sup>. Cette année, l'industrie a généré 732 millions de dollars de recettes, soit 62 % du total national.
- **Répercussions de la COVID-19 :** Les industries de l'édition ont été confrontées à des effets négatifs importants dès le début de la pandémie et pendant les confinements, près de 75 % des détaillants indépendants de Magazines Canada ayant fermé boutique durant cette période<sup>21</sup>. Les premières données de Statistique Canada indiquent que les recettes d'exploitation des éditeurs de périodiques ontariens ont chuté de 22,7 % entre 2019 et 2020. Que ce soit en matière d'emplois ou de PIB, la reprise n'a été que limitée pour le secteur des

---

<sup>13</sup> Statistique Canada, *Tableau 36-10-0652-01, Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine (x 1000)*, octobre 2021; Ontario Créatif, résultats du deuxième trimestre de 2021.

<sup>14</sup> Statistique Canada, «Tableau 1 : Produit intérieur brut (PIB) de la culture et du sport en proportion de l'économie totale, 2019», *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2015 à 2019*, publié le 27 mai 2021. Les chiffres incluent les logiciels d'usage général.

<sup>15</sup> Interactive Ontario, *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario – 2e édition*, mai 2019.

<sup>16</sup> Association canadienne du logiciel de divertissement, *Le secteur canadien du jeu vidéo 2021*, novembre 2021, p. 11, 14 et 19.

<sup>17</sup> Matt Perez, «Report: Digital Video Game Revenue Hit \$10 Billion in March, Its Best Month ever», *Forbes*, 22 avril 2020.

<sup>18</sup> Interactive Ontario, *Measuring the Impact of COVID-19 on the IDM Industry*, 15 avril 2020, p. 10.

<sup>19</sup> Statistique Canada, *Tableau 36-10-0652-01, Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine (x 1000)*, octobre 2021. Remarque : Les chiffres de Statistique Canada sur le secteur MIN incluent actuellement les logiciels d'usage général et ne se limitent pas aux sociétés de production multimédia interactive numérique admissibles au financement et au soutien offert par Ontario Créatif.

<sup>20</sup> Statistique Canada, *Tableau 21-10-0053-01, Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données) (consulté le 31 mai 2021).

<sup>21</sup> Magazines Canada, «Magazines Canada Retail Distribution Update», *Magazines Canada Member Bulletin*, 15 avril 2020.



périodiques du Canada au deuxième trimestre de 2021, les deux indicateurs étant inférieurs de 14 % à leurs niveaux au quatrième trimestre de 2019<sup>22</sup>.

## MUSIQUE

- **Taille de l'industrie :** En 2019, l'Ontario a généré plus de 450 millions de dollars de recettes de production d'enregistrements ainsi que de production et de distribution intégrées d'enregistrements, soit 73 % des recettes nationales totales de l'industrie<sup>23</sup>. L'industrie ontarienne de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale a contribué pour 346 millions de dollars au PIB de l'Ontario et a représenté 3700 emplois en 2019<sup>24</sup>. L'industrie de l'édition musicale du Canada a connu des hausses constantes, les recettes ayant augmenté au taux annuel moyen de 8,6 % entre 2016 et 2020, pour atteindre 277 millions de dollars en 2020. La vaste majorité de ces recettes (92 %) sont générées en Ontario<sup>25</sup>. Ces chiffres n'incluent pas le secteur des concerts.
- **Répercussions de la COVID-19 :** Les concerts ont été l'un des secteurs les plus durement touchés au cours de la pandémie. En mai 2020, 96 % des salles de concert interrogées par l'Association canadienne de musique sur scène risquaient de faire faillite et 70 % avaient déjà commencé à licencier du personnel<sup>26</sup>. Les premières données laissent supposer que le segment de la production et de la distribution d'enregistrements de l'Ontario a connu une augmentation de 4 % des recettes d'exploitation entre 2019 et 2020. Au deuxième trimestre de 2021, l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore a fortement repris, tandis que celle de l'édition musicale montre des signes de reprise partielle par rapport à la période d'avant la pandémie. Le PIB de l'édition musicale a diminué de 4 % et le nombre d'emplois de 6 % par rapport au quatrième trimestre de 2019. Le PIB et le nombre d'emplois de l'enregistrement sonore sont à peine inférieurs de 3 % aux niveaux d'avant la pandémie. Nous ne disposons pas de telles données en ce qui concerne le segment des concerts; toutefois, en décembre 2020, le secteur canadien des concerts avait perdu 79 % de ses recettes, selon les estimations<sup>27</sup>. Alors que les salles peuvent à nouveau accueillir les habitués, l'industrie fait face à des limitations de la capacité d'accueil et des restrictions variables d'un territoire de compétence à l'autre, outre les problèmes d'accès à l'assurance.

## INDUSTRIES DE LA CRÉATION : DÉFIS ET POSSIBILITÉS

- La pandémie a accéléré l'évolution des manières dont le public découvre et interagit avec le contenu; il est indispensable d'intensifier la focalisation sur les stratégies de marketing et de distribution pour aider le contenu à trouver son public. À l'avenir, en outre, les rendez-vous tels que les cérémonies de remise de prix, les festivals et les conférences mêleront probablement à la fois des éléments virtuels et présentiels, en intégrant des outils familiers comme la diffusion continue en direct et des innovations telles que les technologies de réalité étendue et les plateformes de jeu connexes dans leurs programmes habituels. Les organismes devront être en mesure de gérer des modèles hybrides le temps que les nouvelles normes sectorielles soient élaborées.

---

<sup>22</sup> Données expérimentales de Statistique Canada pour l'année de référence 2020, commandées par le Groupe de recherche sur les politiques du ministère du Patrimoine canadien, juillet 2021; Statistique Canada, *Tableau 36-10-0652-01, Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine (x 1000)*, octobre 2021.

<sup>23</sup> Statistique Canada, *Tableau 21-10-0055-01, Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données) (consulté le 31 mai 2021).

<sup>24</sup> Statistique Canada, « *Tableau 1 : Produit intérieur brut (PIB) de la culture et du sport en proportion de l'économie totale, 2019* », *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2015 à 2019*, publié le 27 mai 2021.

<sup>25</sup> Circum, *Profile of Members of MPC and APEM, 2020*, juillet 2020, p. iii et 7.

<sup>26</sup> Nordicity, *Re:Venues: A Case and Path forward for Toronto's Live Music Industry, 2020*, p. 6 et 7.

<sup>27</sup> Statistique Canada, *Tableau 36-10-0652-01, Indicateurs nationaux de la culture et du sport par domaine et sous-domaine (x 1000)*, octobre 2021.

- La demande en faveur d'une diversité et d'une représentation accrues dans le contenu créé par les communautés sous-représentées et en quête d'équité est croissante. Bien que l'équilibre entre les genres aux postes clés des productions pour écran s'améliore au fil des ans, cette progression ne touche pas équitablement les femmes noires ou autochtones. Dans d'autres secteurs, plusieurs études majeures sont en cours, notamment une monographie nationale examinant l'impact et la représentation des travailleurs noirs, autochtones et de couleur dans le secteur des concerts au Canada et son pendant dans le secteur des revues.
- Le gouvernement fédéral a l'intention de redéposer le projet de loi C-10 au cours de la nouvelle année. Le projet de loi C-10 comprend des propositions de modifications de la *Loi sur la radiodiffusion* visant à faire entrer les médias numériques dans le cadre de réglementation de la radiodiffusion, notamment en faisant contribuer plusieurs radiodiffuseurs de médias numériques au système canadien de radiodiffusion et au contenu canadien.
- La principale application de l'intelligence artificielle (IA) dans l'industrie de la musique concerne la découvrabilité de la musique sur les plateformes de diffusion en continu; cependant, l'IA pourrait potentiellement être plus largement employée aux fins de la création et de la distribution du contenu. Le métavers et le Web 3.0 comptent parmi les autres technologies dont l'importance va croissant. Le métavers est un concept émergent qui fait référence aux espaces virtuels collectifs, comme la réalité virtuelle, la réalité augmentée et Internet. Même si le concept est communément associé aux industries du jeu vidéo, d'autres secteurs commencent à l'adopter par le biais de représentations virtuelles diffusées en continu dans des univers ludiques tels que Roblox et Fortnite, témoignant des possibilités d'intensification de l'implication grâce à ces plateformes.
- Ces dernières années, les répercussions des industries de la création sur l'environnement font l'objet d'une surveillance attentive, dans la mesure où elles génèrent une quantité considérable d'émissions de carbone et de déchets, quelque 95 % du matériel utilisé dans le cadre d'une production cinématographique ou télévisuelle atterrissant généralement dans une décharge<sup>28</sup>. À compter de janvier 2022, Radio-Canada (CBC) exigera que les productions d'un budget supérieur à 400 000 dollars respectent des normes en matière d'empreinte carbone<sup>29</sup>. Ontario Créatif a récemment lancé le plan stratégique d'Écran vert Ontario (EVO) afin de contribuer à la compétitivité de l'Ontario comme premier choix respectueux de l'environnement pour les producteurs.
- La génération Z redéfinit les modes de production et de consommation du contenu culturel, notamment par l'intermédiaire de plateformes telles que TikTok. Au Canada, la génération Z représente 25 % de la population et 50 milliards de dollars de pouvoir d'achat. Il s'agit d'une cohorte plus diverse que les générations précédentes qui, en entrant dans la population active, pourrait perturber davantage les structures et les façons de faire traditionnelles, et introduire des valeurs et des perspectives nouvelles au sein des organismes. Ces deux dernières années, Ontario Créatif s'est associé à VICE Media pour publier deux études qui ont jeté un éclairage sur les membres de la génération Z en tant que travailleurs d'une part, et en tant que consommateurs de contenu d'autre part.

## **FINANCEMENT ET ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL**

- Des organismes de financement canadiens similaires ont récemment mené de vastes consultations au sujet de leurs programmes et adopté des plans pour l'équité et l'inclusion. Leurs plans d'action les ont conduits à apporter une variété de changements à des

<sup>28</sup> Cristina Sáez, «Eco-Friendly Practices in the Film Industry», CCCBLAB, janvier 2019.

<sup>29</sup> Nick Krewen, « CBC sets carbon footprint for original productions », *Playback Online*, 17 novembre 2021.

programmes établis, dans le but d'offrir un accès et une souplesse accrue grâce à l'élargissement des critères d'admissibilité et à d'autres mesures telles que la possibilité de financer une part plus importante des budgets. Une analyse des nouveaux programmes lancés par des organismes similaires a également permis d'observer une activité accrue en matière d'initiatives de développement de la main-d'œuvre, comme les programmes de mentorat et les partenariats sectoriels de développement du marché du travail, ainsi que des activités innovantes, comme une subvention pour l'accessibilité des milieux de travail, un programme de micromarketing, un partenariat portant sur l'adaptation d'une série littéraire et un programme de subventions à la production de vidéoclips<sup>30</sup>.

- D'autres territoires de compétence proposent des approches nouvelles et innovantes en vue de soutenir le contenu et d'inciter l'activité par le biais de crédits d'impôt, notamment le Québec et l'Alberta, qui autorisent les productions exclusivement en ligne à accéder à leurs crédits d'impôt; la Californie et ses crédits d'impôt pour les bandes sonores/originales; et la Colombie-Britannique et la Louisiane, qui se sont dotées d'un crédit d'impôt pour l'écriture de scénarios. Dans le monde entier, de nombreux territoires de compétence ont également augmenté leurs incitations ou en ont introduit de nouvelles pour attirer la production dans le sillage de la pandémie, et ce, afin de contribuer à relancer le secteur (par exemple l'Alberta, la Californie, l'Espagne et la Grèce).

## ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

- L'énoncé économique d'automne annonce un déficit de 21,5 milliards de dollars pour 2021-2022 et un déficit légèrement moins élevé pour chacun des deux exercices suivants (19,6 milliards de dollars en 2022-2023 et 12,9 milliards en 2023-2024)<sup>31</sup>.
- Entre mai et septembre 2021, la province a ajouté 315900 emplois nets, tandis que l'économie amorçait une réouverture progressive. En septembre 2021, l'emploi s'est rétabli à un niveau supérieur de 0,1 % à celui de février 2020, avant la pandémie, le taux de reprise de l'emploi de l'Ontario ayant dépassé ceux du Canada et des États-Unis. Le taux de chômage, à 7,3 %, reste plus élevé que celui de 5,5 % enregistré en février 2020, la croissance de la population active ayant dépassé celle de l'emploi<sup>32</sup>.
- Au deuxième trimestre de 2021, qui correspond à la troisième vague de COVID-19, le PIB a reculé de 0,8 % après trois trimestres de croissance, du fait d'exportations en baisse en raison de perturbation des chaînes d'approvisionnement internationales et d'un déclin de la dépense des ménages<sup>33</sup>. Dans l'ensemble, le PIB réel de l'Ontario devrait augmenter de 4,3 % en 2021 sur 12 mois, et croître de 4,5 % en 2022. La croissance économique devrait ensuite ralentir, avec une hausse prévue du PIB réel de 2,6 % en 2023 et de 2 % en 2024<sup>34</sup>.
- D'après les prévisions, le dollar canadien (CAD) devrait rester fort par rapport au dollar américain (USD) et se négocier à 0,79-0,80 dollar jusqu'au quatrième trimestre de 2022<sup>35</sup>.

---

<sup>30</sup> Parmi les organismes scrutés figuraient Téléfilm Canada, le Fonds des médias du Canada, FACTOR, Creative Saskatchewan, la SODEC et Creative BC.

<sup>31</sup> Ministère des Finances de l'Ontario, *Perspectives économiques et revue financière de l'Ontario 2021 : Bâtir l'Ontario*, 2021, <https://budget.ontario.ca/fr/2021/fallstatement/pdf/2021-fall-statement-fr.pdf> (consulté le 6 novembre 2021).

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> Ministère des Finances de l'Ontario, « Comptes économiques de l'Ontario au T2 2021 », <https://www.ontario.ca/fr/page/comptes-economiques-de-lontario> (consulté le 6 novembre 2021).

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> Économique RBC, *Prévisions des marchés financiers*, octobre 2021, [http://www.rbc.com/economie/economic-reports/pdf/financial-markets/rates\\_f.pdf](http://www.rbc.com/economie/economic-reports/pdf/financial-markets/rates_f.pdf) (consulté le 6 novembre 2021).



- La COVID-19 reste une source de risque et d'incertitude importante pour l'économie mondiale; malgré quelques signes positifs, impossible de savoir comment la pandémie évoluera et quel sera le rythme de la reprise économique<sup>36</sup>.

## ONTARIO CRÉATIF – INTERNE

- L'organisme continue d'être sensible aux besoins des parties prenantes tandis qu'elles tentent de se frayer un chemin parmi les écueils de la COVID-19, en faisant preuve de souplesse et de soutien à l'égard des activités virtuelles et hybrides. En 2021-2022, Ontario Créatif a administré 2 millions de dollars de suppléments au Fonds pour la production cinématographique spécifiquement liés à la COVID-19, et a alloué des ressources supplémentaires au soutien de pratiques novatrices dans l'industrie de la musique par le biais de suppléments au Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM) à destination de modèles d'entreprise nouveaux/innovants, ainsi que par l'entremise du Programme de veille stratégique (PVS).
- La constance des efforts de rationalisation et des améliorations des processus s'est soldée par des réductions importantes du temps de traitement des demandes de crédit d'impôt; au quatrième trimestre de 2020-2021, l'arriéré des demandes a effectivement été résorbé. L'organisme continue de mettre en œuvre des améliorations des processus opérationnels ainsi que les recommandations découlant de l'examen par MNP des processus opérationnels relatifs aux crédits d'impôt.
- Il est arrivé au terme de son plan stratégique et élaborera, en 2022-2023, un nouveau plan quinquennal en veillant à ce qu'il soit aligné sur le livre blanc du MIPSTC, qui a formulé des stratégies à moyen et long terme pour favoriser la reprise des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture.
- Ontario Créatif se focalise de plus en plus sur la promotion d'industries de la création reflétant la diversité en Ontario, car favoriser une diversité accrue aussi bien dans le contenu qu'au sein du réservoir de talents constituera un tremplin majeur pour mettre les industries de la création de la province sur la voie d'une réussite économique pérenne.
- Depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2021, le personnel d'Ontario Créatif a amorcé son retour progressif au bureau, en réponse au plan pour la réouverture graduelle des bureaux de la FPO (plan pour la RGBF) du gouvernement de l'Ontario. Le 17 décembre 2021, le plan a été suspendu au moins jusqu'au 31 mars 2022. Lorsque la mise en œuvre du plan reprendra, il est prévu que le personnel travaille au minimum deux jours par semaine au bureau, dans le cadre de la transition vers la nouvelle politique de travail flexible qui s'appliquera dorénavant.
- Le bail quinquennal des bureaux de l'organisme expire en octobre 2023; un examen des options sera réalisé avec Infrastructure Ontario en 2022-2023.

---

<sup>36</sup> *Ibid.*

## IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

### INTRODUCTION

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

En 2021-2022, Ontario Créatif est entré dans la dernière année de son plan stratégique quinquennal. Compte tenu des conséquences de la COVID-19 dans l'ensemble du secteur culturel de l'Ontario, le conseil d'administration a décidé, en décembre 2020, de différer l'élaboration du prochain plan stratégique de l'organisme pour prendre le temps de mieux comprendre quelle sera la «nouvelle normalité» des industries de la création de l'Ontario. Ontario Créatif rédigera son prochain plan stratégique quinquennal en 2022-2023. Ce calendrier permettra en outre d'assurer son alignement sur le livre blanc du MIPSTC, qui a formulé des stratégies à moyen et long terme pour favoriser la reprise des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture.

Les réalisations par rapport à l'actuel plan stratégique sont résumées à la section XIII du plan d'activités.

## CADRE STRATÉGIQUE D'ONTARIO CRÉATIF



## MISSION ET VISION

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

### VISION

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

Le rôle d'Ontario Créatif est de collaborer avec les partenaires des secteurs privé et public pour favoriser le développement économique, notamment le PIB et l'emploi, au sein des industries ontariennes de l'édition du livre, des revues multimédias, du cinéma, de la télévision, de la musique et des produits multimédias interactifs numériques.

### MISSION

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

## VALEURS

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

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

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET CATALYSEURS

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

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

L'objectif d'Ontario Créatif est de stimuler le développement économique par l'entremise des industries de la création. Pour soutenir la croissance continue du secteur, Ontario Créatif doit



disposer d'une série d'outils d'investissement efficaces qui aident les entreprises au potentiel élevé à se développer et à être concurrentielles au sein du marché mondial.

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

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

*Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :*

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

### **Objectif stratégique n° 2 : Promouvoir les industries**

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

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

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

*Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :*

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

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

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

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

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

*Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :*

1. Stimuler la collaboration intersectorielle novatrice au sein des industries de la création et avec les partenaires du secteur parapublic
2. Optimiser l'impact de ses programmes grâce à la veille stratégique et aux partenariats
3. Faciliter les occasions de partenariat commercial national et international pour les entreprises de l'Ontario

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

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

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

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

*Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :*

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

### **Catalyseur n° 2 : Autonomiser les personnes et les équipes**

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

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

- S'assurer activement que sa culture reflète la diversité de l'Ontario et contribue à sa vision, sa mission et ses valeurs
- Être un employeur de choix pour recruter et retenir les meilleures personnes au sein d'un milieu de travail inclusif

- Soutenir les membres de son personnel pour qu'ils soient des chefs de file experts, grâce à un perfectionnement professionnel continu

*Pour y parvenir, Ontario Créatif devra :*

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



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

### INTRODUCTION

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

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

1. **Le Groupe du développement de l'industrie** : assure le soutien des sociétés des médias de la création afin qu'elles puissent créer et commercialiser du contenu, entreprendre des activités stratégiques d'expansion commerciale, accéder à de nouveaux marchés et étendre leurs activités. Les trois unités formant le Groupe du développement de l'industrie sont les Initiatives pour l'industrie, le Bureau ontarien de promotion de la musique (BOPM, financement de l'investissement, soutien international et initiatives stratégiques) et le Bureau du cinéma (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 l'industrie de la création de l'Ontario.
2. **Le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement** : coadministre cinq crédits d'impôt<sup>37</sup> remboursables avec l'Agence du revenu du Canada (ARC). Le Groupe donne son avis au MIPSTC, 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. **Le Groupe des activités opérationnelles et de la recherche (AOR)** : fournit 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, des technologies de l'information (TI), de la production de rapports sur les résultats en matière de rendement, et des opérations administratives. Le Groupe appuie le MIPSTC et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles, et suit l'évolution des politiques fédérales (par exemple, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Fonds des médias du Canada). Un soutien en matière de ressources humaines (RH) est apporté à l'organisme par le ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs (MSGSC) par l'entremise de son service centralisé, RH Ontario.

---

<sup>37</sup> Le budget de l'Ontario 2015 a 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<sup>er</sup> mai 2016.

4. **Le 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.

## **PRIORITÉS DE L'ORGANISME**

Ontario Créatif a examiné les priorités du gouvernement et du ministère, soit le développement économique, le développement de la main-d'œuvre, l'équité et le service à la clientèle, et a conçu des programmes alignés sur ces thèmes.

Les priorités propres à l'organisme pour l'année à venir sont les suivantes :

- La reprise après la COVID-19 et l'innovation
- La diversité et l'inclusion/l'accessibilité
- Le renforcement des capacités et le développement de la main-d'œuvre
- L'écoresponsabilité
- Le service à la clientèle/l'amélioration des processus opérationnels
- La mise en valeur des industries de la création de l'Ontario
- Le rétablissement de l'Ontario au sein des marchés internationaux

Ces thèmes imprègnent aussi bien les programmes de base que les initiatives limitées dans le temps qu'Ontario Créatif propose d'entreprendre en 2022-2023, comme en témoigne l'annexe A.

## **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 rester compétitives aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. 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 catégories de financement principales : les programmes d'investissement sélectifs et les crédits d'impôt. La plupart des programmes d'investissement sélectifs sont arbitrés par des jurés externes jouissant d'une connaissance et d'une expérience de l'industrie 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.

L'organisme investit dans des activités nouvelles, pas dans les activités principales. Il partage le risque avec les auteurs de demande retenus; le financement se limite toujours 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 servant à déterminer quelles demandes sont financées mettent l'accent sur plusieurs facteurs, à savoir :

- La stabilité financière de la société et ses antécédents

- La contribution au projet apportera croissance et stabilité à la société
- Le potentiel en matière de génération de recettes 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

Les tableaux ci-dessous dressent la liste des programmes de base ainsi que des initiatives limitées dans le temps prévues. L'annexe A donne davantage de précisions quant aux réalisations récentes et aux projets spécifiques de chaque service.

**TABLEAU 1 : SOMMAIRE DES PROGRAMMES DE BASE**

Fonds	But	Détail des changements apportés au programme en 2022-2023
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. Jusqu'à 150 k\$ par éditeur et par année, en fonction du type de projet, des recettes de ventes, et de la remise et de l'évaluation de plans de projet.	L'initiative de promotion de la diversité sera élargie aux projets admissibles; intégration des coûts liés à l'accessibilité. Souplesse maintenue pour autoriser certaines dépenses opérationnelles contribuant à la reprise après la COVID-19.
Fonds pour la production cinématographique	Soutien destiné aux producteurs ontariens à l'égard de projets de long métrage qui sont prêts à entrer en production ou en sont à n'importe quelle étape du développement. Le fonds comporte deux volets : 1) Développement – prêt sans intérêt jusqu'à 25 k\$; et 2) Production – avance remboursable jusqu'à 400 k\$ en dernier recours pour boucler le financement. Budget minimal de 1 M\$ pour les drames et de 600 k\$ pour les documentaires.	Initiative de promotion de la diversité reconduite; intégration des coûts liés à l'accessibilité. Admissibilité des coûts en matière de santé et de sécurité liés à la COVID-19 envisageable si ces postes budgétaires devaient persister.
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. Jusqu'à 75 k\$ par éditeur, en fonction du type de projet.	L'initiative de promotion de la diversité sera élargie aux projets admissibles; intégration des coûts liés à l'accessibilité. Souplesse maintenue pour autoriser certaines dépenses opérationnelles contribuant à la reprise après la COVID-19.



<b>Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques</b>	<p>Soutien financier destiné à des sociétés domiciliées en Ontario appartenant à des intérêts canadiens afin de faire progresser des produits exclusifs à l'étape de la production et de créer des produits/contenus multimédias interactifs numériques immédiatement commercialisables. Un soutien est également accordé aux fins de définition du concept; de développement des marchés internationaux; d'aide à la promotion; et d'activités de développement de l'industrie.</p>	<p>L'initiative de promotion de la diversité sera élargie aux projets admissibles; intégration des coûts liés à l'accessibilité. Possibilité d'utiliser des fonds du budget du programme de base aux fins de promotion de la diversité en cas de contribution de contrepartie d'un organisme partenaire.</p>
<b>Développement des activités à l'étranger</b>	<p>Soutien stratégique et financier afin de créer de nouveaux débouchés à l'étranger par le biais : du Fonds d'Ontario Créatif pour l'exportation afin de compenser le coût de la fréquentation de marchés; d'opérations de mise en place de stands collectifs lors de marchés; et de l'accroissement de la présence promotionnelle et stratégique en vue d'améliorer l'accès aux marchés et la visibilité.</p>	<p>Pas de modification importante en 2022-2023. Fonds «pour l'exportation» rebaptisés fonds «pour le développement des marchés internationaux» afin de les aligner sur les secteurs de la musique et des produits MIN et d'élargir le périmètre d'activités. Amorçage du retour à la présence physique sur les marchés.</p>
<b>Programme de développement de l'industrie</b>	<p>Soutien financier et stratégique ciblé pour les associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies dans les six secteurs à l'égard d'activités qui génèrent de nouvelles possibilités de croissance commerciale et de développement des activités pour les entrepreneurs culturels de l'Ontario.</p>	<p>Maintien de la priorité accordée aux demandes concernant des possibilités de mentorat et de formation diverses et aux activités de commerce interentreprises à impact élevé. Réalignement des dates limites du programme afin de prendre des décisions opportunes.</p>
<b>Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique</b>	<p>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.</p>	<p>Intégration des coûts liés à l'accessibilité.</p>
<b>Programme de veille stratégique</b>	<p>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.</p>	<p>Maintien de la priorité accordée aux demandes concernant la reprise après la COVID-19, la diversité et le développement de la main-d'œuvre.</p>

**TABLEAU 2 : INITIATIVES LIMITÉES DANS LE TEMPS**

Service	Initiative	Notes
Bureau ontarien de promotion de la musique	Prix JUNO (prolongation du cinquantenaire)	Financement à l'appui d'une manifestation avec les finalistes ontariens dans le cadre d'un retour au direct/présentiel à Toronto.
Bureau ontarien de promotion de la musique	Fonds pour les entrepreneurs noirs et autochtones (musique)	Maintien de cette initiative pour une deuxième année.
Bureau ontarien de promotion de la musique	Modèles d'entreprise nouveaux/innovants (musique)	Maintien de cette initiative pour une deuxième année.
Bureau ontarien de promotion de la musique	Initiative de promotion de la diversité (musique)	Maintien de cette initiative pour une deuxième année.
Initiatives pour l'industrie	Initiative de promotion de la diversité (initiatives pour l'industrie)	Élargissement du Fonds pour la production cinématographique et du Programme de développement de l'industrie pour inclure les secteurs des produits MIN et de l'édition.
Initiatives pour l'industrie	Soutien additionnel relatif aux mesures de santé et de sécurité en raison de la COVID-19 offert dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique	Maintien de cette initiative à l'égard des projets qui ne sont pas passés derrière la caméra avant la fin de l'exercice financier 2021, avec un budget plafonné au montant non utilisé de l'allocation pour 2021-2022.
AOR (recherche)	Plan stratégique	Élaboration d'un nouveau plan stratégique quinquennal pour l'organisme.
AOR (TI)	Projets de TI visant à améliorer les processus opérationnels	Y compris la collecte de données démographiques, les certificats électroniques et des améliorations du site Web.

### **TABLEAU 3 : CRÉDITS D'IMPÔT**

<b>Crédit d'impôt</b>	<b>But</b>
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO)	Crédit d'impôt remboursable de 35 % 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 % s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 % sur les premiers 240000 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 % 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 % 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 % (35 % 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 (CIOEME)	Crédit d'impôt remboursable de 30 % des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'auteurs canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles.

### **FONCTIONNEMENT DE L'ORGANISME**

Outre les activités habituelles, les priorités opérationnelles pour l'exercice à venir incluront le bail et l'aménagement des bureaux, ainsi que la modernisation du réseau téléphonique.

Le bail quinquennal actuel des bureaux de l'organisme expire le 31 octobre 2023. En 2022-2023, l'organisme étudiera les options en collaboration avec Infrastructure Ontario dans le but de finaliser l'aménagement de ses locaux pour 2023-2024.

Le réseau téléphonique des bureaux sera modernisé en recourant à des téléphones logiciels, afin d'autoriser les appels à partir d'ordinateurs de bureau par l'intermédiaire d'une application ou d'une solution autonome.

L'annexe A donne davantage de précisions quant aux activités opérationnelles prévues dans la section Groupe des activités opérationnelles et de la recherche.



## 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 MIPSTC, d'un montant minimal de 35,4 millions de dollars par exercice en 2022-2023, 2023-2024 et 2024-2025. Le plan nécessite en outre un montant estimatif de recettes propres d'environ 3,4 millions de dollars par exercice. Les coûts opérationnels totaux sont estimés à 38,7 millions de dollars pour les trois prochains exercices.
- La stratégie de réduction budgétaire de l'organisme a toujours consisté à atténuer l'impact direct des coupes sur l'industrie en recourant à des ajustements de calendrier, des limitations des coûts, des modifications de programmes, des augmentations de recettes et des réductions de programmes, tout en assurant la viabilité financière et stratégique à long terme de la planification stratégique et opérationnelle de l'organisme. Le budget des programmes et services de base est équilibré, et les réserves de trésorerie ne sont utilisées que pour appuyer des initiatives limitées dans le temps qui ne génèrent pas d'attentes à long terme de la part des parties prenantes. De ce fait, l'organisme a limité les coûts et ses activités sont rationalisées et efficaces.

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

Chaque trimestre, Ontario Créatif met à jour un registre des risques et le présente au MIPSTC. 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. Ontario Créatif a élaboré des stratégies complètes pour atténuer tous les risques qu'il a décelés et s'efforcera, au fur et à mesure de leur évolution ou de l'émergence de nouveaux risques, d'informer le MIPSTC et d'agir judicieusement afin de minimiser les conséquences négatives.

Le registre des risques complet au deuxième trimestre de 2021-2022 figure à l'annexe B.

## VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

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

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

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

Dans le cadre d'un sondage de l'ensemble des employés de la FPO en 2021, le personnel d'Ontario Créatif a affiché un fort taux de participation de 92 % (par rapport à 63 % dans toute la FPO), de même qu'un indice d'engagement élevé de 78,3 (par rapport à 70,9 dans toute la FPO). Bien que les résultats aient été globalement positifs et meilleurs que lors du précédent sondage, et aient fait état de points forts dans les domaines de l'inclusion, de la mobilisation, du leadership, et de l'apprentissage et du perfectionnement, il existe toujours une marge de progression. L'organisme s'engage à travailler main dans la main avec son personnel pour améliorer encore son milieu de travail, et ce, tout au long de l'année à venir. En 2022-2023, l'organisme compte réaliser des évaluations tous azimuts des membres de l'équipe de haute direction afin de déceler des possibilités de renforcer le leadership et les compétences en gestion.

Un Comité de participation des employés a été créé en 2018, lequel a élaboré un plan d'action détaillé pour mobiliser le personnel. En 2021-2022, la mise en place d'une formation sur le préjugé inconscient pour l'ensemble du personnel, l'organisation d'une activité virtuelle de renforcement de l'esprit d'équipe et le lancement d'un programme d'accompagnement ont compté parmi les réalisations du comité.

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 :

### PLAFOND D'ETP

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

### ETP PRÉVUS

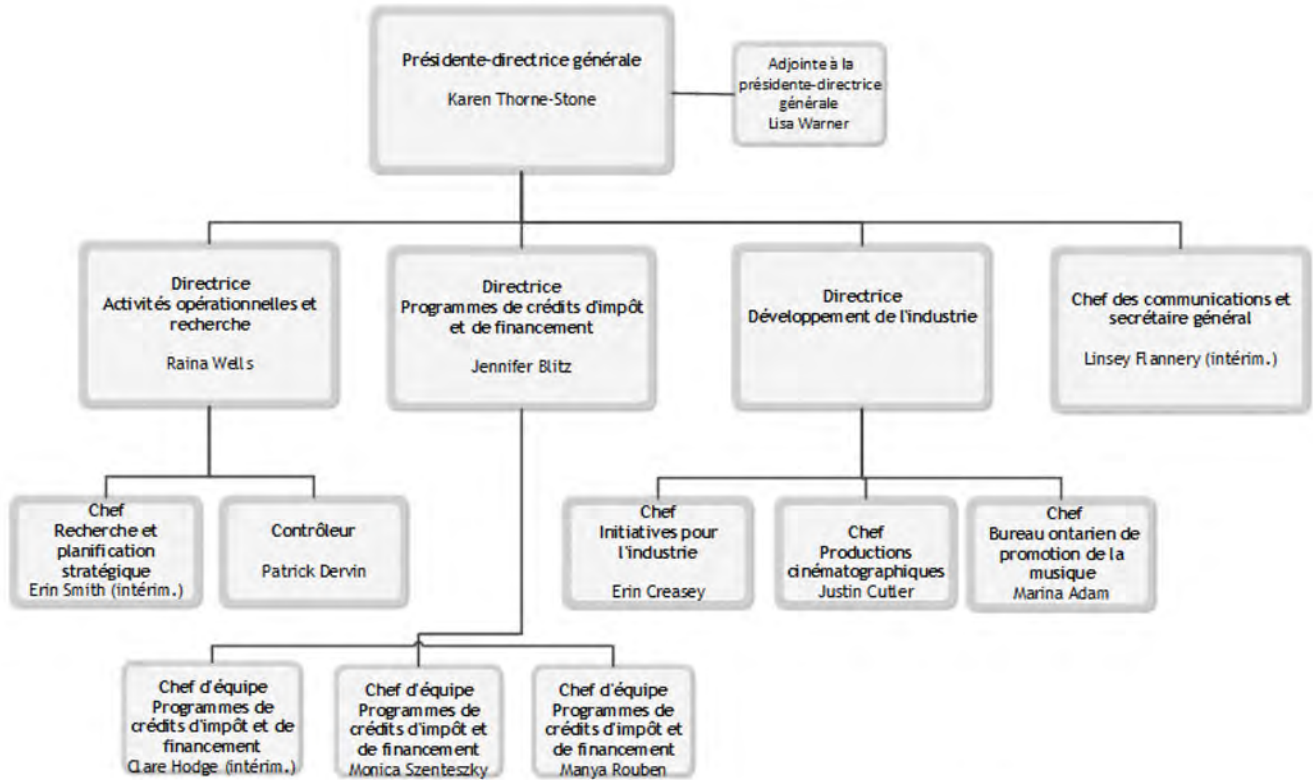
2023-2024	2024-2025
78	78

# ORGANIGRAMME

Au 3 novembre 2021

Ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture

## Ontario Créatif





## IX. MESURES DU RENDEMENT

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

Les mesures du rendement fondées sur les résultats de l'organisme cadrent parfaitement avec les objectifs stratégiques du MIPSTC, à savoir promouvoir une économie créative prospère et durable; appuyer l'innovation, l'investissement et la création d'emplois; aider les sociétés ontariennes du secteur de la création à soutenir la concurrence sur les marchés intérieurs et internationaux; et aider l'Ontario à devenir un chef de file de l'économie du savoir<sup>38</sup>. En 2022-2023, Ontario Créatif poursuivra sa collaboration avec ses partenaires gouvernementaux pour assurer la consolidation et la croissance du secteur du divertissement et de la création de l'Ontario<sup>39</sup>.

Le tableau suivant présente les résultats périodiques au 30 septembre 2021 (deuxième trimestre) à l'égard des indicateurs de rendement clés pour l'exercice 2021-2022.

Conscient que la diversité au sein des secteurs de la création de l'Ontario est essentielle à leur réussite économique future, Ontario Créatif est en train de concevoir des mesures supplémentaires liées au suivi de cette priorité.

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

---

<sup>38</sup> Ministère du Tourisme et de la Culture de l'Ontario, *Document d'information sur le budget des dépenses et la planification axée sur les résultats 2014-2015*, p. 3.

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 7.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2021-2022		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2021-2022	2022-2023	2020-2021	2019-2020	2018-2019	
					Réels	Réels	Réels	
<b>Objectif stratégique n° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI</b>								
<b>1. Valeur estimée des crédits d'impôt (millions)</b>	225 \$	132 \$	600 \$	600 \$	690 \$	621 \$	840 \$	
<b>2. Valeur de levier (montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)</b>								
a) Investissement par le biais des six crédits d'impôt	13,39 \$	18,87 \$	10,00 \$	15,00 \$	14,53 \$	13,59 \$	20,64 \$	
b) Investissement par le biais du <b>Fonds du livre</b>	0,73 \$	-	0,60 \$	0,65 \$	0,65 \$	0,60 \$	0,57 \$	
c) Investissement par le biais du <b>Fonds pour la production cinématographique (Production)</b>	39,94 \$	23,07 \$	18,00 \$	20,00 \$	19,73 \$	18,49 \$	20,66 \$	
d) Investissement par le biais du <b>Fonds pour les produits MIN (Production)</b>	3,65 \$	-	2,00 \$	3,00 \$	2,75 \$	2,17 \$	1,96 \$	
e) Investissement par le biais du <b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	0,95 \$	-	0,70 \$	0,70 \$	0,92 \$	0,70 \$	1,01 \$	
f) Investissement par le biais du <b>Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique</b>	-	-	4,50 \$	5,50 \$	5,09 \$	5,84 \$	4,18 \$	
g) Investissement par le biais du <b>Programme de veille stratégique</b>	3,11 \$	0,97 \$	0,90 \$	1,25 \$	1,31 \$	0,91 \$	1,75 \$	
<b>3. Rendement du capital investi (recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)</b>								
a) <b>Fonds du livre</b>	-	-	2,00 \$	2,00 \$	Note 2	5,54 \$	7,10 \$	
b) <b>Financement de l'exportation</b> (Fonds pour l'exportation et Fonds pour les produits MIN : Développement des marchés internationaux)	-	-	100,00 \$	100,00 \$	Note 2	125,12 \$	169,05 \$	
c) <b>Fonds pour les produits MIN : Aide à la promotion</b>	-	-	2,00 \$	2,00 \$	Note 2	n.d.	3,69 \$	
d) <b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	-	-	0,75 \$	0,75 \$	Note 2	0,52 \$	0,93 \$	
<b>4. Indicateurs de croissance économique et d'emploi relatifs au Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique</b>								
a) Augmentation des recettes brutes des sociétés soutenues par le <b>FOIM</b> (millions)	Résultats annuels		45,00 \$	45,00 \$	n.d.	n.d.	30,23 \$	Note 10
b) Investissements et capitaux propres du secteur privé obtenus par les sociétés soutenues par le <b>FOIM</b> (millions)	Résultats annuels		12,75 \$	12,75 \$	n.d.	n.d.	13,56 \$	Note 10
c) Nombre d'emplois crpps et/ou prpservps par les sociptps soutenues par le <b>FOIM</b> (ETP)	Résultats annuels		500	500	n.d.	n.d.	611	Note 10
<b>5. Autres indicateurs de croissance économique et d'emploi</b>								

a) Nombre de semaines de travail créées et/ou préservées grâce aux projets du <b>Fonds pour les produits MIN</b> et du <b>Fonds pour la production cinématographique</b>	13 465	5 194	20 000	20 000	24 415	32 625	35 280	
b) Indice de création d'emplois (nombre d'emplois par million de dollars d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
c) Indice de la qualité des emplois (salaire moyen par emploi)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
d) Indice du RCI économique (PIB par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
e) Effet de levier des investissements (fonds du secteur privé par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2021-2022		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2021-2022	2022-2023	2020-2021	2019-2020	2018-2019	
					Réels	Réels	Réels	
<b>Objectif stratégique n° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES</b>								
<b>1. Production cinématographique et télévisuelle</b>								
a) Nombre de <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario	50	51	80	140	104	170	152	
Intérieures	21	33	20	70	61	102	92	
Étrangères	29	18	60	70	43	68	60	
b) Valeur des <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario (millions)	705 \$	601 \$	924 \$	1 500 \$	1 246 \$	1 638 \$	1 316 \$	
Intérieures	116 \$	196 \$	124 \$	375 \$	370 \$	674 \$	512 \$	
Étrangères	589 \$	405 \$	800 \$	1 125 \$	876 \$	964 \$	803 \$	
c) Nombre de productions intérieures et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif	27	22	75	90	114	140	154	
<b>2. Bureau de Los Angeles</b>								
a) Nombre de pistes générées par le <b>Bureau de L.A.</b>	22	31	60	100	112	110	120	Note 6
b) Nombre de <b>projets soutenus par le Bureau de L.A.</b> tournés en Ontario	10	16	NOUVEAU	40	Nouvelle mesure en 2021-2022			Notes 6, 11
c) Valeur des <b>projets soutenus par le Bureau de L.A.</b> tournés en Ontario (millions)	263 \$	289 \$	400 \$	800 \$	969 \$	654 \$	343 \$	Note 6
<b>3. Influence des médias sociaux</b>								
a) Score Sysomos	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	

b) Nombre de nouveaux abonnements aux chaînes d'Ontario Créatif dans les médias sociaux	838	747	2 000	2 500	5 006	2 822	3 996	
<b>4. Empreintes médiatiques</b>								
a) Nombre d'empreintes médiatiques (millions)	2,0	4,1	50,0	50,0	110,3	71,7	184,6	
b) Nombre d'empreintes médiatiques du <b>Prix littéraire Trillium</b> (millions)	135,7	-	60,0	150,0	59,5	126,5	4,5	Note 5
c) Reprises dans des communiqués de presse ( <b>Prix littéraire Trillium</b> seulement)	574,0	-	475,0	500,0	471,0	Nouvelle mesure en 2020-2021		
<b>Indicateur de rendement clé</b>	<b>Résultats trimestriels 2021-2022</b>		<b>Objectifs</b>		<b>Résultats des exercices précédents</b>			<b>Notes</b>
	T1	T2	<b>2021-2022</b>	<b>2022-2023</b>	2020-2021	2019-2020	2018-2019	
					Réels	Réels	Réels	
<b>Objectif stratégique n° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION</b>								
<b>1. Aide au développement de l'industrie</b> (Programme de développement de l'industrie, aide à la promotion du secteur, autres aides d'Ontario Créatif au développement de l'industrie)								
a) Nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif	24	26	60	60	58	76	64	
b) Nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants à des initiatives menées ou soutenues par Ontario Créatif	0	8 889	10 000	6 500	6 424	14 214 ND	35 359	Résultats de 2019-2020 non définitifs
c) Nombre de relations/pistes d'affaires établies grâce au soutien du <b>FOIIM Développement de l'industrie de la musique</b>	Résultats annuels		6 000	6 000	n.d.	2 326	13 141	Note 10
<b>2. Développement des activités à l'étranger</b>								
a) Nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique	3	1	8	8	6	7	6	
b) Nombre de marchés étrangers dans le cadre desquels des participants ontariens bénéficient d'un soutien des activités d'exportation	37	23	150	150	129	181	241	
<b>3. Initiatives collaboratives</b>								
a) Nombre d'activités collaboratives menées par Ontario Créatif	0	1	4	4	3	5	4	
b) Nombre de relations d'affaires établies grâce à des rencontres lors d'activités collaboratives	112	570	900	700	1 210	1 050	1 167	
c) Nombre d'accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	2	2	4	4	4	4	6	



d) Valeur (le cas échéant) des accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	7 000 \$	12 250 \$	5 000 \$	15 000 \$	22 500 \$	13 750 \$	23 000 \$	Note 7
<b>3. Veille stratégique</b>								
a) Nombre de projets de <b>veille stratégique</b> publiés	3	1	8	8	6	10	10	
b) Nombre de <b>profils sectoriels</b> mis à jour	2	0	8	8	11	8	8	
c) Nombre de consultations uniques des <b>profils sectoriels</b> sur le site Web de l'organisme	1 927	1 383	15 000	15 000	6 217	12 830	14 816	
d) Nombre de nouveaux documents ajoutés à la <b>Bibliothèque de recherche en ligne</b>	10	18	100	60	33	141	92	
e) Nombre de visiteurs uniques de la <b>Bibliothèque de recherche en ligne</b>	1 656	1 411	3 000	5 000	4 975	2 142	2 094	
f) Nombre de consultations uniques du <b>bulletin de veille stratégique</b>	230	225	1 500	1 000	1 234	1 551	1 297	
<b>Indicateur de rendement clé</b>	<b>Résultats trimestriels 2021-2022</b>		<b>Objectifs</b>		<b>Résultats des exercices précédents</b>			<b>Notes</b>
	T1	T2	2021-2022	2022-2023	2020-2021	2019-2020	2018-2019	
					Réels	Réels	Réels	
<b>Catalyseur stratégique n° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS</b>								
<b>1. Prestation des programmes</b>								
a) Nombre de demandes reçues (fonds et crédits d'impôt)	832	592	1 800	2 200	2 248	2 588	2 464	Note 1
b) Temps de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus (semaines)	14,9	16,9	25,0	25,0	25,3	35,1	33,8	
c) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	4,6	6,3	3,5	5,0	3,9	5,2	3,9	
d) Nombre total de produits examinés pour crédit d'impôt	634	375	2 700	2 700	3 611	2 947	3 183	
e) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (temps moyen de traitement des demandes, semaines)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
f) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (coût moyen par demande)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
<b>2. Service</b>								
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 105	989	4 600	4 000	4 805	4 186	4 521	
b) Nombre de demandes de renseignements du MIPSTC	27	30	100	100	90	144	97	
c) Sondage sur la satisfaction de la clientèle (environ tous les 5 ans)	Résultats annuels		Résultats annuels		n.d.	n.d.	Réalisé	Note 4
<b>3. Mesures du rendement relatives aux risques</b>								
a) Pourcentage des risques gérés atténués depuis le dernier trimestre	13 %	13 %	NOUVEAU	10 %	Nouvelle mesure en 2021-2022			

b) Pourcentage de risques ayant une cote intermédiaire ou basse (cote de 10 ou inférieure)	73 %	80 %	NOUVEAU	80 %	Nouvelle mesure en 2021-2022	
--	------	------	---------	------	------------------------------	--

<b>Catalyseur stratégique n° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES</b>							
1. Pourcentage de membres du personnel appartenant à l'organisme depuis 5 ans ou plus	Résultats annuels	55 %	60 %	62,5 %	57,5 %	62,9 %	
2. Pourcentage de membres du personnel ayant des plans d'amélioration du rendement et d'apprentissage	Résultats annuels	95 %	95 %	94,4 %	100,0 %	94,3 %	
3. Pourcentage de membres du personnel ayant pris part à une ou plusieurs activités de perfectionnement professionnel au cours de l'année	Résultats annuels	80 %	95 %	94,4 %	97,5 %	98,6 %	
<b>4. Sondage des employés de la FPO (écart entre les résultats d'Ontario Créatif et de la FPO au Sondage sur la participation des employés, au moment de sa publication)</b>							
a) Indice de mobilisation	Résultats annuels	+9,0	+9,0	+7,4	+9,6	+7,7	
b) Indice d'inclusion	Résultats annuels	+5,0	+5,0	+4,6	+5,2	+5,3	Note 8
c) Obstacles au rendement	Résultats annuels	+5,0	+8,0	+13,3	+3,4	+12,4	Note 9
d) Indépendance et innovation	Résultats annuels	+2,0	+1,0	+1,0	+1,7	-2,5	Notes 9, 12
e) Apprentissage et perfectionnement	Résultats annuels	+10,0	+10,0	+7,9	+9,1	+11,6	Note 9
f) Pratiques de leadership	Résultats annuels	+3,0	+10,0	+11,0	+11,6	+2,3	Note 9
g) Qualité du service	Résultats annuels	+12,0	+8,0	+8,0	+14,2	+10,6	Notes 9, 12
h) Communication organisationnelle	Résultats annuels	+10,0	+14,0	+14,3	+19,0	+14,4	Note 9
i) Taux de réponse au sondage	Résultats annuels	+12,0	+25,0	+29,0	+29,8	+12,0	Note 9

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2020-2021		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2020-2021	2021-2022	2019-2020	2018-2019	2017-2018	
					Réels	Réels	Réels	
<b>Mesures de suivi liées à la COVID-19</b>								
a) Nombre d'engagements d'investissement qui ont été modifiés compte tenu des nouvelles priorités liées à la COVID-19	Résultats annuels		NOUVEAU	n.d.	391		Nouvelle mesure en 2020-2021	

## NOTES :

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

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

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

(2) Les résultats ne sont pas encore disponibles.

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

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

(5) Les résultats élevés en 2017-2018 sont attribuables aux activités et dépenses publicitaires additionnelles pour le 30<sup>e</sup> anniversaire du Prix Trillium.

(6) Bureau de Los Angeles en mode réaménagement – nouveau conseiller en marketing en place depuis le quatrième trimestre de 2018-2019, après deux trimestres de vacance du poste.

(7) Les résultats ne sont pas encore définitifs.

(8) L'indice d'inclusion a été révisé en 2018 et ne peut pas, par conséquent, être directement comparé aux indices d'années précédentes.

(9) Le processus de rapport du Sondage des employés de la FPO ayant été modifié, les indicateurs historiques n'étaient pas tous disponibles pour 2018. Indicateurs supplémentaires élaborés en 2018.

(10) Les objectifs pour le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) ont été fixés sur la base d'un fonds de 15 millions de dollars. Le programme a été amputé de 8 millions de dollars en 2019-2020 et ces objectifs ne sont pas adaptés au programme réduit. De nouvelles mesures et de nouveaux objectifs seront élaborés lors du lancement du nouveau Fonds ontarien de promotion de la musique

(11) Modification de la mesure utilisée précédemment, à savoir la proportion de projets nouvellement confirmés/projets en cours de repérage au cours d'un trimestre donné.

(12) Certaines questions du sondage ayant été révisées en 2020, la mesure ne peut pas être directement comparée à celle des années précédentes.

Ontario Créatif a atteint ou dépassé la plupart des objectifs de rendement en 2020-2021, tout en notant ce qui suit :

- Tous les objectifs en matière de valeur de levier ont été dépassés en 2020-2021. La valeur de levier désigne le montant de dépense additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. Cela indique que les budgets des projets ont dépassé les attentes en 2020-2021.
- Le rendement du capital investi est une mesure qui est à la baisse. En 2019-2020, le Fonds du livre et le Fonds pour l'exportation ont dépassé les objectifs, contrairement au Fonds d'aide aux éditeurs de revues.
- Les indicateurs de croissance économique et d'emploi du Fonds ontarien de promotion de la musique sont également à la traîne. Les résultats de 2019-2020 ne sont pas comparables à ceux des exercices précédents en raison d'une réduction du financement à partir de 2019-2020 (de 15 M\$ à 7 M\$) préalablement à l'examen du programme, lequel a fait l'objet d'une relance en 2020-2021 en tant que Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique. Les résultats négatifs sont principalement attribuables aux causes suivantes :
  - Les modifications apportées au bassin d'auteurs de demande (par exemple, certaines grandes sociétés ayant présenté une demande en 2018-2019 ne l'ont pas fait en 2019-2020, entraînant une chute importante des chiffres relatifs à l'augmentation des recettes brutes d'une année sur l'autre).
  - Les rapports de 2019-2020 rendent compte de l'impact du volet Promotion des concerts durant la première moitié de l'année civile 2020. Ce volet a une fenêtre d'activité plus tardive que les autres volets du programme et a probablement été affecté par les arrêts liés à la COVID-19.
- Le nombre et la valeur des productions cinématographiques et télévisuelles intérieures comme étrangères ont grandement dépassé les prévisions, qui avaient été déterminées avec prudence du fait des conséquences prévues de la COVID-19. Bien qu'il n'y ait pas eu la moindre production pendant le premier trimestre, la hausse de la production a été constante pour le reste de l'année, une fois que les tournages ont été autorisés à reprendre en mettant en place des mesures de santé et de sécurité. De même, les productions aidées par le Bureau de Los Angeles ont largement dépassé les prévisions, avec 112 pistes, soit près du double de l'objectif fixé à 60, pour une valeur confortablement supérieure au niveau de 2019-2020.
- Les objectifs liés à l'objectif stratégique n° 3 – collaboration et innovation n'ont majoritairement pas été atteints. Même si le nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif a raté la cible de peu (58, soit en dessous des 60 visées), le nombre de relations établies lors de manifestations, le nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique et le nombre de marchés étrangers fréquentés grâce au soutien du Fonds pour l'exportation (qui a chuté de 29 % d'une année sur l'autre) ont brusquement décliné. En 2020-2021, de nombreux festivals et manifestations ont été annulés ou ont eu lieu en ligne, ce qui a affecté le nombre d'activités et de participants.
- Un nombre moins important que prévu d'initiatives collaboratives ont eu lieu (trois contre six escomptées). Toutefois, celles qui se sont tenues ont permis d'établir bonne quantité de relations d'affaires (1 210). En fait, davantage de relations ont été nouées que durant les deux exercices précédents, malgré le nombre restreint de manifestations. La valeur des accords et des options découlant d'activités collaboratives (22 500 \$) a également été supérieure par rapport à l'exercice précédent, et a atteint un niveau très proche de celui enregistré deux exercices auparavant.
- Dans le domaine de la recherche, plusieurs objectifs n'ont pas été obtenus, concernant le nombre de profils sectoriels consultés, de consultations uniques du bulletin de veille stratégique, de documents ajoutés à la Bibliothèque de recherche en ligne (BRL) et de projets



de veille stratégique publiés. En 2020-2021, l'équipe de la recherche a concentré ses efforts sur la mise à jour du système de la BRL, plutôt que sur l'ajout de nouveaux documents. La publication de nouveaux projets de veille stratégique a probablement ralenti, tout particulièrement durant les premiers stades de la pandémie, lorsque les organismes sectoriels ont procédé à des ajustements pour mettre l'accent sur les fonctions de service à destination de leurs parties prenantes essentielles et accordé la priorité à la compréhension des répercussions de la COVID-19 et l'élaboration des stratégies de reprise requises.

- Le temps de traitement, tous crédits d'impôt confondus, a été plus rapide que prévu, parvenant à une moyenne annuelle de 25,3 semaines, par rapport à l'objectif fixé de 30 semaines. Plusieurs processus ont été modifiés pour simplifier l'examen des demandes de crédit d'impôt, ce qui a permis d'accélérer le traitement et la réduction de la file d'attente.

## X. BUDGET FINANCIER

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

- Il est prévu que les dépenses d'Ontario Créatif pour l'exercice 2022-2023 s'élèvent à 38,7 millions de dollars aux fins de la comptabilité, avant amortissement et prise en compte des acquisitions d'immobilisations. Ces dépenses comprennent 2,15 millions de dollars pour les initiatives limitées dans le temps prévues, qui seront financées par les réserves de trésorerie.
- Les recettes annuelles d'Ontario Créatif en 2022-2023 devraient être de 38,8 millions de dollars, y compris un financement de fonctionnement de 35,4 millions de dollars de la part du MIPSTC et 3,4 millions de dollars de recettes propres (fraîs d'administration des crédits d'impôt, intérêts et autres recettes).
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2022-2023 s'élèveront à 1,815 million 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.

**ORGANISME :****ÉBAUCHE DE RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES  
AUX FINS DE LA PLANIFICATION****ONTARIO CRÉATIF  
(milliers de dollars)****2022-2023****2023-2024****2024-2025***Budget du plan  
d'activités d'OC**PRÉVISIONS***RECETTES**

Financement du MIPSTC (note 1)

35 432,7

35 370,7

35 370,7

Recettes propres (note 2, 7)

3 410,0

3 410,0

3 410,0

**RECETTES TOTALES****38 842,7****38 780,7****38 780,7****DÉPENSES**

Salaires et avantages sociaux (note 3)

8 173,3

8 254,8

8 337,1

Fonctionnement (note 4, 5, 8)

2 068,0

2 079,4

2 071,4

Subventions

26 712,0

26 692,0

26 692,0

Prestation des programmes (note 6)

1 121,0

1 072,1

1 065,2

TIFF

1 115,0

1 115,0

1 115,0

Provision pour subventions annulées

-500,0

-500,0

-500,0

**DÉPENSES TOTALES****38 689,3****38 713,3****38 780,7****Surplus/(déficit) net avant les autres  
postes****153,4****67,4****0,0****Autres postes (financés en puisant  
dans les liquidités non engagées) :**  
- Initiatives stratégiques limitées  
dans le temps**2 150,0****0,0****0,0****Déficit net****-1 996,6****67,4****0,0****Réserves de trésorerie – début  
d'exercice****3 812,2****1 815,5****1 882,9****Réserves de trésorerie – fin  
d'exercice****1 815,5****1 882,9****1 882,9****Notes :**

(1) Allocation de base, 28,45 millions de dollars; Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique, 7 millions de dollars; Entente Canada-Ontario sur les services en français, 0,062 million de dollars; recettes différées du FOIIM (-0,08 million de dollars). Recettes différées du FOIIM revues au deuxième trimestre (-0,09 million de dollars).

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

(3) Supposant une augmentation de 1 %; des négociations collectives susceptibles d'affecter cette hypothèse sont en cours.

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

(5) Le bail en cours des locaux expire le 31 octobre 2023. Pour les besoins des présentes prévisions, il est supposé que les locaux seront occupés jusqu'à la fin de l'exercice 2023-2024 au tarif en vigueur à cette date.

(6) La prestation des programmes inclut le coût de prestation des fonds d'OC, du Prix littéraire Trillium et du Bureau du cinéma.

(7) Selon la révision des prévisions relatives aux recettes des crédits d'impôt effectuée au deuxième trimestre de 2021-2022, il est supposé que les recettes découlant des frais d'administration des crédits d'impôt vont augmenter par rapport au montant budgété de 2,58 millions de dollars pour l'EF22, à 2,845 millions de dollars pour l'EF23 et l'EF24.

(8) D'après les hypothèses concernant les recettes présentées à la note 7, l'EF25 affiche un déficit de 19 000 dollars. Une diminution des dépenses de fonctionnement pour ce montant a été appliquée théoriquement afin de parvenir à un budget équilibré pour l'exercice.



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

Ontario Créatif assure la prestation et le soutien de ses propres services de technologie de l'information, et notamment de la maintenance du réseau et des serveurs internes, du service de messagerie électronique, d'une base de données interne à des fins opérationnelles et de trois bases de données qui permettent d'accéder, depuis l'extérieur, à des travaux de recherche sectorielle, à un inventaire de lieux de tournage et aux demandes faites au titre des programmes et 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 externes de son Portail de demande en ligne (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.

### **SERVICES À LA CLIENTÈLE**

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. Cette dernière accède au Portail de demande en ligne, à la Photothèque numérique des extérieurs (PNE) et à la Bibliothèque de recherche en ligne par l'intermédiaire du site Web. Il constitue en outre le portail de communication de l'organisme pour informer sur ses programmes et services, et communiquer des nouvelles à l'intention et au sujet des parties prenantes.

### **SÉCURITÉ 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 de l'organisme et la sécurité des renseignements personnels et confidentiels qu'elle contient, le personnel de l'organisme assure la surveillance du système 24 heures sur 24. Ce travail est effectué à tour de rôle par les membres de l'équipe TI. Ontario Créatif participe également à une vérification de sécurité annuelle menée par le MSGSC, afin de s'assurer que le système ne présente aucune faille importante et que les données personnelles et confidentielles sont en sécurité. 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 au fil des ans.

### **PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES**

Ontario Créatif assure la prestation électronique des services à la clientèle par le biais du PDL. Tous les auteurs de demande au titre des initiatives pour l'industrie, du Fonds ontarien de promotion de la musique, du Programme de veille stratégique ou des programmes de crédit d'impôt doivent obligatoirement présenter leur demande par le biais du portail. Toute correspondance relative aux demandes passe également par le PDL. En plus d'assurer un suivi et d'envoyer des rappels concernant les étapes clés et les livrables, le PDL permet à la clientèle de vérifier l'état de ses demandes. Les tâches de maintenance et d'assistance technique liées au système sont accomplies par le personnel 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. 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 du service de la recherche, du Bureau du cinéma et du service de la TI, qui collabore avec le fournisseur externe pour les mettre en œuvre. Les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

### **RÉALISATIONS RÉCENTES**

Au cours des trois derniers exercices, un certain nombre de projets de TI et d'améliorations des systèmes de grande envergure ont été réalisés :

- L'organisme a accompli la première phase de la transition vers une version infonuagique d'Office 365, comprenant Sharepoint, dans le cadre de ses efforts pour moderniser les systèmes de TI et faire en sorte de se conformer aux normes de sécurité les plus strictes.
- Le nouveau site Web de l'organisme, conçu pour répondre aux exigences de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, a été lancé en 2020. De nouveaux outils visant à améliorer l'expérience utilisateur des auteurs de demande de crédit d'impôt ont été créés et mis à disposition sur le site Web, notamment une calculatrice du montant estimatif de crédit d'impôt et un outil permettant de déterminer si une région spécifique se trouve à l'intérieur ou à l'extérieur de la région du grand Toronto (RGT) aux fins de la prime régionale.
- La BRL a été améliorée avec succès pour une meilleure expérience utilisateur. Les résultats indiquent que le nombre de visites sur le nouveau site a plus que doublé depuis la rénovation.
- À l'appui des efforts de modernisation des paiements de transfert de l'organisme, le paiement des frais d'administration des crédits d'impôt par virement électronique et le versement électronique des subventions ont été mis en place. La définition des exigences a démarré en vue de mettre en œuvre les contrats électroniques avec les bénéficiaires de financement et la collecte de données démographiques auprès des auteurs de demande au titre des programmes et crédits d'impôt.
- Au début du mois de mars 2020, l'équipe TI d'Ontario Créatif s'est attelée à rendre rapidement le travail à distance possible pour les 78 ETP de l'organisme. Il a fallu consacrer beaucoup de temps et de ressources pour garantir l'accès sécuritaire du personnel aux réseaux informatiques, dans l'optique d'assurer la poursuite des opérations, programmes et services de l'organisme et de répondre aux besoins des clients. De nouveaux appareils et matériels prenant en charge les protocoles de travail à domicile ont été achetés. Ils se substitueront aux remplacements planifiés au cours des prochaines années. L'équipe TI de l'organisme continue d'épauler les membres du personnel et d'assurer le suivi des dossiers dans cette période de travail à distance.
- La phase finale des améliorations apportées aux systèmes de gestion des relations avec la clientèle (GRC) d'Ontario Créatif s'est achevée.

En 2021-2022 :

- L'équipe TI continuera d'appuyer les plans du Groupe des crédits d'impôt pour internaliser la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO). Le projet est actuellement en phase de découverte et d'analyse.

- L'équipe TI a achevé l'étude des processus disponibles pour délivrer des certificats de crédit d'impôt électroniques intégrant les fonctions de sécurité appropriées. Le projet est terminé et a été lancé en décembre 2021.
- L'équipe TI appuiera les efforts du service de recherche et de planification stratégique pour améliorer la collecte de données sur les rôles commerciaux et créatifs clés au sein des sociétés et productions soutenues par Ontario Créatif. Ce projet est actuellement en phase de mise en œuvre.
- Système d'établissement de tickets du Service de dépannage informatique pour aider les utilisateurs internes : l'équipe TI est parvenue à se procurer le logiciel, le projet est passé par des phases de mise en œuvre et de test, le lancement ayant eu lieu en octobre 2021.
- Lorsque l'organisme amorcera son retour sur le lieu travail, l'équipe TI finalisera les politiques de travail à distance et hybride relatives aux questions liées à la TI, notamment à l'utilisation qui sera faite du matériel, à la date de retrait des ordinateurs de bureau et à la préférence accordée aux stations d'accueil.
- L'approvisionnement de la solution de TI pour le projet de signature numérique est en cours, la mise en œuvre et le lancement étant prévus pour la fin du troisième trimestre de 2021-2022.

#### **PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2022-2023**

- L'infrastructure de sécurité et de TI sera mise à niveau. Le pare-feu sera mis à niveau, tandis que la modernisation du serveur Web sera envisagée afin d'accroître la vitesse de chargement du site Web d'Ontario Créatif.
- L'organisme entamera l'étape de la planification et de la définition des exigences en vue de transférer les applications d'interaction avec la clientèle (PDL, PNE, BRL) dans le nuage pour contribuer à en améliorer la sécurité, l'accès et la souplesse.
- Le réseau téléphonique des bureaux sera modernisé en recourant à des téléphones logiciels, afin d'autoriser les appels à partir d'ordinateurs de bureau par l'intermédiaire d'une application ou d'une solution autonome.
- L'équipe TI continuera de peaufiner la modernisation des systèmes de GRC et procédera constamment à des améliorations de la base de données.



## **XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES AVEC DES TIERS**

Ontario Créatif travaille 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 principales 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. Ontario Créatif est constamment à l'affût de partenariats adaptés avec les entités locales, régionales, fédérales et internationales privées, sans but lucratif et publiques qui contribuent à faire progresser le mandat et les objectifs stratégiques de l'organisme.

En sa qualité d'organisme qui administre des fonds d'investissement et des crédits d'impôt, Ontario Créatif s'acquitte de toutes ses responsabilités conformément à la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert. Pour chaque programme, Ontario Créatif définit des attentes, conclut et met en œuvre des ententes, surveille les projets mis en place, prend des mesures correctives, s'il y a lieu, et présente des rapports sur les répercussions de son financement. Les risques de chaque dossier sont régulièrement évalués et atténués par le personnel d'Ontario Créatif, avant d'être présentés à la direction en cas de besoin. Afin d'améliorer son efficacité et son rendement, l'organisme collabore avec des partenaires publics et privés pour proposer des activités et des services particuliers qui appuient les industries des médias de la création.

Les initiatives suivantes illustrent les moyens par lesquels Ontario Créatif a pu optimiser l'impact des investissements de l'Ontario grâce à des partenariats :

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

- Le Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) est le fruit d'un partenariat entre Ontario Créatif et le Toronto Film, Television and Digital Media Board (bureau du cinéma, de la télévision et des médias numériques de la Ville de Toronto). Le bureau permet de maintenir une présence promotionnelle à temps plein à Los Angeles, pour mener des actions sur le terrain afin d'attirer des productions en Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de la province.
- Créé en juin 2003, le partenariat permet aux associés de mettre en commun leurs ressources et de s'appuyer sur une structure beaucoup plus efficace pour faire valoir les nombreux avantages du tournage à Toronto et en Ontario.
- Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau.

### **INITIATIVE ÉCRAN VERT ONTARIO**

- Ontario Créatif a établi un partenariat avec 18 parties prenantes, y compris des syndicats, des associations professionnelles sectorielles, des sociétés offrant des services de production, des producteurs, des studios et des administrations municipales partenaires, dans le but de financer et d'assurer la prestation de l'initiative Écran vert Ontario.
- Les partenaires ont offert un soutien financier, stratégique et tactique afin de mettre en place les activités de l'initiative.
- Plus de 200 travailleurs du cinéma ont suivi les cours sur le climat et la production écoresponsable et sur le calcul de l'empreinte carbone offerts par l'initiative. Cent quarante d'entre eux ont pris part à la réunion communautaire inaugurale d'EVO.
- Le plan stratégique d'Écran vert Ontario a été publié en avril 2021. Ce plan biennal énonce une tactique axée sur quatre piliers à l'appui de la mission consistant à «concevoir les outils et les ressources qui donneront à l'industrie du cinéma et de la télévision de l'Ontario les



moyens d'adopter des pratiques exemplaires et des modèles d'entreprise écoresponsables afin de réduire l'impact environnemental» : Développer une communauté, Informer et former, Mettre en place les pratiques exemplaires et Mesurer l'impact.

#### **TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL INC. (TIFF)**

- Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MIPSTC pour financer annuellement (à hauteur de 815000 \$ en 2020-2021) 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 2020-2021, l'organisme a également accordé 300000 dollars de soutien opérationnel au TIFF, 150000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs pendant le festival, et 30000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

#### **COCRÉATION**

- Ontario Créatif s'associe à Screen Australia, à la New Zealand Film Commission, au British Film Institute, à l'Irish Film Board et à Creative Scotland pour mettre en œuvre cette initiative de développement des activités de coproduction au sein de l'industrie du long métrage.
- Ontario Créatif a instauré et supervisé cette initiative afin de mieux faire connaître l'industrie et de créer des débouchés pour les producteurs ontariens, et de placer l'organisme, l'industrie et la province sur l'échiquier mondial.
- Le programme a fait ses débuts à Cannes en 2017, plus de 30 producteurs de longs métrages ayant eu plus de 200 réunions d'affaires entre pays et régions anglophones.
- En l'absence de manifestations en personne en 2019-2020, une réunion CoCréation et une réunion de spécialistes virtuelles ont été organisées lors du Festival de Cannes en ligne en 2020.

#### **STANDS DU CANADA À L'ÉTRANGER**

- 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 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.
- Ontario Créatif contribue grandement à assurer la présence du Canada sur les marchés suivants : le Festival de Cannes, le MIP-TV, le MIPCOM, Sunnyside of the Doc, le TIFF et la Berlinale. Ontario Créatif assure également la présence de partenaires sur des marchés internationaux tels que South by South West (SXSW), le Reeperbahn Festival et la conférence connexe, Kidscreen et la Game Developers Conference.
- Enfin, Ontario Créatif s'associe à Téléfilm et à d'autres provinces dans le cadre d'activités internationales qui ne comprennent pas l'installation d'un stand, mais qui assurent une présence canadienne coordonnée et permettent aux producteurs de faire des affaires. À titre d'exemple, citons l'American Film Market.

#### **PARTENARIATS DANS LE CADRE DU FONDS POUR LES PRODUITS MIN**

- Le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN permet aux créateurs de produits multimédias numériques prometteurs ou en transition de la création de contenu pour écran traditionnel vers la création de contenu numérique d'acquérir des compétences en affaires, en promotion et en présentation de projets. Ce programme est offert en tirant parti de l'expertise et du rayonnement des organismes partenaires Women in Film and Television-Toronto, Hand Eye Society, Interactive Ontario, WebSeries Canada

et l'Afrotropolis Arts Collective, ce qui limite le fardeau administratif que représente la mise en œuvre du programme pour Ontario Créatif, tout en renforçant la capacité des partenaires.

- En 2020-2021, Ontario Créatif s'est associé au Service des délégués commerciaux, au partenaire provincial Creative BC et à Medienboard Berlin-Brandenburg pour organiser la conférence Canadian-German Virtual Exchange. Se déroulant sur trois jours, le rendez-vous a consisté en un forum virtuel entre entreprises canadiennes et allemandes du secteur des produits multimédias interactifs numériques en quête de possibilités de coproduction, ainsi qu'en une discussion entre spécialistes.
- En 2021-2022, Ontario Créatif s'est associé au Service des délégués commerciaux pour assurer la prestation d'activités stratégiques à DevCom et à la Game Developers Conference.

### **PARTENARIATS DANS LE CADRE DU PROGRAMME ACCÉLÉRATION**

- Le programme Accélération est conçu pour soutenir la prochaine génération de professionnels noirs et autochtones de l'industrie de la musique, renforcer leur capacité, et leur permettre de créer un contenu de grande qualité et de conserver la propriété intellectuelle et le contrôle de leurs propres récits. Les éléments de mentorat et de renforcement de la capacité du programme seront mis en œuvre en partenariat avec des organismes tels qu'AVANCE et l'International Indigenous Music Summit. Cela contribuera à augmenter le rayonnement et l'impact de ces organismes tout en limitant le fardeau administratif pour Ontario Créatif.

### **BUREAU DE CERTIFICATION DES PRODUITS AUDIOVISUELS CANADIENS (BCPAC)**

- Avec le BCPAC, Ontario Créatif étudie comment l'administrateur fédéral pourrait mettre en commun l'information comme moyen de rationaliser la quantité de renseignements qu'un auteur de demande devra saisir dans le formulaire d'Ontario Créatif, de même que leur vérification.

### **MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN/STATISTIQUE CANADA**

- Depuis 2013-2014, Ontario Créatif participe à la Stratégie en matière de statistiques culturelles, une initiative menée par le ministère fédéral du Patrimoine canadien et plusieurs partenaires provinciaux, territoriaux, municipaux et autres. Ce partenariat favorise la publication de données culturelles clés par Statistique Canada, par exemple sur les emplois dans le secteur culturel, la contribution au PIB, et le commerce de produits et de services culturels.

### **ALLIANCE DES ARTISTES CANADIENS DU CINÉMA, DE LA TÉLÉVISION ET DE LA RADIO (ACTRA)**

- Afin de favoriser la relance du secteur du cinéma et de la télévision lorsqu'il sera possible de le faire en toute sécurité, Ontario Créatif s'est associé à l'ACTRA Toronto pour mettre au point la campagne de marketing *Prêt pour l'action*.

### **AGENCE DU REVENU DU CANADA**

- En collaboration avec l'Agence du revenu du Canada, Ontario Créatif administre actuellement six crédits d'impôt remboursables reposant sur les dépenses admissibles, à l'intention des industries du cinéma, de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de l'édition du livre et de la musique.

### **ECONOMIC CLUB/CONSCIOUS ECONOMICS**

- Ontario Créatif s'est associé à l'Economic Club of Canada et à l'Association canadienne de musique sur scène pour organiser *Business is Better with Music*, une manifestation de commerce interentreprises en présentiel visant à mettre en relation les parties prenantes

de l'industrie musicale avec le secteur canadien de l'entreprise. D'autres manifestations suivront.

#### **ACADÉMIE CANADIENNE DES ARTS ET DES SCIENCES DE L'ENREGISTREMENT (ACASE)**

- Dans le but de promouvoir et de mieux faire connaître les finalistes ontariens des prix JUNO, Ontario Créatif s'est associé à l'ACASE pour proposer ProjectiON, de saisissantes projections plus vraies que nature des finalistes et lauréats ontariens à la Place de l'Ontario et dans le Distillery District.

#### **DESTINATION ONTARIO**

- Ontario Créatif et un autre organisme du MIPSTC, Destination Ontario, se sont associés en vue de créer deux séries de contenu vidéo pour dresser le portrait d'un groupe trié sur le volet de nouveaux finalistes ontariens des prix JUNO et de cinq auteurs délégués à la Foire du livre de Francfort 2021. La série *Homegrown* a été diffusée sur les chaînes de médias sociaux ainsi que dans la salle des exposants de la Foire du livre de Francfort.

#### **AFFAIRES MONDIALES CANADA (AMC)**

- Ontario Créatif s'est associé au Consulat du Canada à Los Angeles et au Service des délégués commerciaux dans le cadre du programme Accélérateur créatif canadien, comportant quatre cohortes de sociétés des secteurs du cinéma, de la télévision, du contenu interactif et de la musique.

## XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2022-2023

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 d'Ontario Créatif est parvenu à son terme en 2021-2022 et la conception d'un nouveau plan a été reportée d'un an afin de mieux saisir les répercussions à long terme de la COVID-19 sur les industries de la création de l'Ontario. En 2022-2023, Ontario Créatif gardera le cap des objectifs et des activités figurant dans son plan actuel, le temps d'élaborer un nouveau plan quinquennal qui débutera en 2023-2024.

### SOMMAIRE DES RÉALISATIONS

Ontario Créatif a réalisé des progrès considérables à l'égard de nombreuses initiatives décrites dans le plan stratégique. Voici les principales réalisations :

- Élargissement du soutien à un plus grand éventail d'activités ayant un impact sur l'ensemble de la chaîne de valeur, compte tenu de l'importance que revêtent les activités comme le développement et le marketing pour le succès global d'un projet.
- Encouragement de la collaboration et de l'innovation en élargissant l'accessibilité aux programmes afin de permettre des partenariats uniques au sein des secteurs de la création et entre ces secteurs.
- Soutien prioritaire accordé à des projets et des équipes reflétant la diversité afin d'assurer une meilleure égalité des chances dans ces industries et de répondre à la demande du public pour un contenu créatif représentant fidèlement les communautés diverses de tout l'Ontario.
- Soutien de la croissance considérable qu'a connu le secteur de la production de l'Ontario au cours des cinq dernières années, avec une augmentation substantielle de l'espace de studio et des dollars dépensés en Ontario à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles intérieures et étrangères jouissant d'un succès aussi bien commercial que critique.
- Changement réussi de l'image de marque de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, rebaptisée Ontario Créatif, et accroissement du rayonnement de cette nouvelle marque au Canada et à l'international ayant permis de toucher de nouveaux publics d'industriels et de consommateurs.
- Réalisation de progrès considérables pour résorber l'arriéré des demandes de crédits d'impôt, réduire leur temps de traitement et améliorer l'efficacité du traitement, avec pour résultat la possibilité pour les sociétés de recevoir leurs remises bien plus rapidement, de dépenser moins d'argent en intérêts sur les prêts et de réinvestir ces fonds dans la création de nouveaux projets.
- Améliorations du service à la clientèle qui ont facilité et accéléré l'accès des clients aux programmes et services d'Ontario Créatif.

### PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2022-2023

Le tableau ci-dessous dresse la liste des activités spécifiques qui seront menées en 2022-2023 dans le cadre des trois objectifs et des deux catalyseurs stratégiques.

N <sup>o</sup>	OBJECTIF	TACTIQUE 2022-2023
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N<sup>o</sup> 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI</b>		
1	Soutenir la modernisation des crédits d'impôt en Ontario	a. Achever les améliorations des processus opérationnels découlant de l'examen par MNP b. Continuer de travailler avec les partenaires gouvernementaux pour faire mieux et



		garantir des crédits d'impôt stables et efficaces c. Revoir le barème des frais d'administration des crédits d'impôt
2	Mettre régulièrement à jour les paramètres des programmes pour s'assurer qu'ils sont modernes et souples, et optimiser l'impact du rôle d'Ontario Créatif dans la chaîne de valeur	a. Continuer d'évaluer et d'affiner les nouveaux critères des programmes et des lignes directrices de financement b. Continuer d'offrir l'initiative de promotion de la diversité et le Programme d'aide à la promotion améliorés; élargir l'initiative de promotion de la diversité à tous les secteurs c. Établir des orientations en ce qui concerne le développement de la main-d'œuvre du cinéma et de la télévision et les stratégies de production écoresponsable d. Entreprendre l'examen du Fonds d'aide aux éditeurs de revues
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES</b>		
4	Promouvoir l'Ontario en tant que lieu d'investissement étranger et de développement au sein des industries de la création	a. Continuer d'exploiter les occasions prioritaires de faire de la promotion b. Évaluer l'impact des programmes de promotion sur l'investissement et le développement de l'industrie en Ontario
5	Amplifier les possibilités d'exportation nationales et internationales pour les entreprises et le contenu en Ontario	a. Poursuivre la mise en œuvre de services, programmes et partenariats nouveaux/affinés
6	Rafraîchir l'image de marque et les communications d'Ontario Créatif pour soutenir les activités de promotion	a. Renouveler les documents de valorisation de la marque et les modèles
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION</b>		
7	Stimuler la collaboration intersectorielle novatrice au sein des industries de la création et avec les partenaires du secteur parapublic	a. Mettre en œuvre et évaluer constamment des initiatives de développement de l'industrie et de partenariat b. Continuer d'explorer les possibilités interministérielles (par exemple avec le ministère de l'Éducation ou le MDECEC) c. Poursuivre les partenariats avec les autres ordres de gouvernement
9	Faciliter les occasions de partenariat commercial national et international pour les entreprises de l'Ontario	a. Continuer de favoriser les partenariats et évaluer l'impact de l'engagement accru sur les niveaux d'innovation et de collaboration
<b>CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS</b>		
10	Continuer de simplifier les processus et procédures à l'interne	a. Évaluer l'impact des recommandations découlant de l'examen des processus opérationnels et intégrer l'amélioration continue
11	Examiner les priorités des programmes et la capacité de prestation au sein de l'organisme pour veiller à ce que l'accent soit mis sur les activités de grande valeur	a. Examiner constamment les programmes en veillant à leur alignement sur les exigences et le cycle d'examen annuel de l'organisme

		b. Ajuster l'offre en matière de programmes et de services en fonction de l'examen des résultats
12	Simplifier la production de rapports pour se concentrer sur une mesure du rendement et des résultats transparents	a. Évaluer l'impact sur l'efficacité opérationnelle des rapports personnalisés sur la gestion des résultats b. Mettre en œuvre la collecte de données démographiques sur les rôles commerciaux et créatifs clés dans les demandes au titre des programmes et crédits d'impôt
<b>CATALYSEUR STRATÉGIQUE NO 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES</b>		
13	Continuer à privilégier l'évolution de la culture d'Ontario Créatif pour respecter ses valeurs et celles du gouvernement	a. Continuer d'appuyer les activités du Comité de participation des employés et du groupe d'étude sur la diversité et l'inclusion

## XIV. PLAN DE COMMUNICATION

Alors que les industries de la création se remettent toujours des effets dévastateurs de la pandémie, nos communications pour l'exercice 2022-2023 mettront l'accent sur la «vigueur dans la reprise». Il s'agira notamment de mettre en valeur les succès des sociétés dont les propriétaires sont issus de la diversité, de promouvoir des initiatives clés menées par Ontario Créatif et d'offrir un soutien constant aux sociétés, aux productions et aux parties prenantes qui bénéficient de l'aide de l'organisme.

### BUT

Promouvoir les industries et sensibiliser au dynamisme des secteurs du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, de l'édition du livre et de l'édition de revues de l'Ontario en impliquant les parties prenantes, et attirer de nouvelles productions dans la province de l'Ontario.

### OBJECTIF

Stimuler la croissance économique et l'emploi en démontrant que l'Ontario constitue un environnement sûr et propice aux affaires, où les sociétés peuvent prospérer, où fleurissent les bons emplois et où l'on produit du contenu de qualité.

### PUBLICS

- **Externes** : les consommateurs et les parties prenantes, influenceurs et décisionnaires de l'industrie en Ontario, au Canada et dans le monde entier
- **Internes** : le MIPSTC et les ministères pertinents du gouvernement, le conseil d'administration d'Ontario Créatif, les membres des comités consultatifs de l'industrie et le personnel d'Ontario Créatif
- **Médias** : les journalistes et rédacteurs en chef spécialisés et généralistes, les influenceurs dans les médias sociaux et les blogueurs

### APPROCHE

Gestion de contenus numériques – Chaînes de médias sociaux et site Web de l'organisme

- Élaborer et mettre en œuvre des plans de marketing dans les médias sociaux pour soutenir les initiatives sectorielles qui ciblent des publics régionaux, nationaux et internationaux, de même que des influenceurs

- Recourir à une aide rémunérée pour amplifier les messages concernant les principales priorités et initiatives dans les chaînes de médias sociaux
- Utiliser les principales parties prenantes comme porte-parole ou ambassadrices vantant le potentiel de succès et les avantages du commerce en Ontario
- Faire une utilisation stratégique du carrousel du site Web d'Ontario Créatif pour informer desancements de programmes et sensibiliser au contenu ontarien

#### **Parrainages, partenariats et annonces publicitaires**

- Tirer parti des possibilités offertes par les organismes partenaires pour accroître la portée de l'impact et des messages d'Ontario Créatif auprès des principaux publics cibles
- Faire paraître, à des moments clés, des annonces publicitaires stratégiques à l'appui des priorités dans des publications spécialisées

#### **Manifestations**

- Organiser et parrainer/soutenir des manifestations sectorielles pour nouer des relations avec les parties prenantes de l'industrie, renforcer le rôle de l'organisme en matière de développement des affaires, et exploiter les occasions de sensibiliser le public et les parties prenantes

#### **Liaison avec les médias**

- Élaborer un calendrier éditorial annuel pour suivre et exploiter les initiatives, manifestations et saisons clés
- Proposer aux publications traditionnelles et spécialisées des articles faisant état de la reprise et du succès de l'industrie
- Rédiger des messages clés à l'échelle de l'organisme et du secteur qui serviront de guide dans le cadre de toutes les communications proactives et réactives de l'organisme
- Examiner et évaluer les mesures de rendement actuelles liées aux empreintes médiatiques et trouver le meilleur moyen de déterminer la qualité de notre couverture à l'avenir



## XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE DE MANDAT DE 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 plan stratégique de l'organisme, *Diriger. Nouer des liens. Croître.*, focalise les ressources sur la stimulation de la croissance économique et de l'emploi, l'encouragement de la collaboration et de l'innovation, et la promotion des industries de la création de l'Ontario, tout en visant à être souple, collaboratif, responsable et inclusif. Ce plan respecte parfaitement et favorise les priorités du gouvernement et le double mandat du MIPSTC, tenant compte du tissu culturel et du résultat économique de l'Ontario, selon les indications de la lettre de mandat adressée à l'organisme par la ministre des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture.

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

- promouvant, en améliorant et en 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 multimédias interactifs numériques, de l'édition de revues et de la musique;
- travaillant avec ses partenaires de l'industrie pour stimuler 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;
- soutenant les efforts du gouvernement afin de relancer l'économie de manière responsable, notamment le livre blanc de décembre 2020 du MIPSTC, qui a formulé des stratégies à moyen et long terme pour favoriser la reprise des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture, ainsi que les efforts du ministère afin de consolider le travail du Comité ontarien de l'emploi et de la relance et la prochaine phase du *Plan d'action de l'Ontario : Protéger la santé de la population et notre économie.*

Ainsi, l'organisme contribuera à faire avancer les priorités du MIPSTC comme promouvoir les arts, stimuler l'économie créative, et aider à rétablir la confiance du public et à réveiller l'intérêt de la population ontarienne pour nos secteurs en toute sécurité, et ce, afin de faire en sorte que les industries de la création soient en mesure de rebondir, de reprendre, de croître et de prospérer, et que nous soyons prêts à ouvrir de nouveau les portes de notre province au monde extérieur.

Comme toujours, il maintiendra les plus hauts niveaux de responsabilité, de gestion budgétaire et de gouvernance exemplaire, et continuera d'agir dans l'intérêt des Ontariens et des Ontariennes, en faisant preuve d'efficacité et d'efficacités et en utilisant l'argent des contribuables à bon escient. À ces fins, il mettra l'accent sur les domaines suivants :

- La compétitivité, l'écoresponsabilité et la gestion des dépenses
- La transparence et la responsabilité
- La gestion des risques
- La gestion de la main-d'œuvre
- La collecte de données
- La prestation numérique et le service à la clientèle
- La diversité et l'inclusion
- La reprise après la COVID-19

L'organisme est investi dans l'amélioration continue de l'ensemble des services et opérations. Les

plans et les projets détaillés dans ce plan d'activités 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. L'organisme continuera d'offrir des services virtuels, en prenant appui sur les progrès en matière de prestation numérique des services accomplis avant et pendant la pandémie.

Ontario Créatif s'efforce d'appuyer toutes les initiatives gouvernementales liées au mandat de l'organisme. Comme le mentionne notre PE, nous travaillerons en étroite collaboration avec le MIPSTC afin de garantir une approche coordonnée en matière de communications. Si cela est indiqué, nous travaillerons main dans la main avec les autres organismes ministériels à soutenir la relance des secteurs de la création et à favoriser la promotion de sa viabilité à long terme.

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 milliers d'emplois, tout en alimentant les économies locales. Nous sommes convaincus qu'avec le soutien constant du MIPSTC, 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, et que cela permettra aux industries de la création de la province de se relever de la pandémie, de se reconstruire et de contribuer significativement à la réussite économique de l'Ontario.



# ANNEXE A : DÉTAIL DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME

## PRIORITÉS DE L'ORGANISME

Les priorités de l'organisme pour l'exercice à venir sont les suivantes. Elles ont été déterminées de façon à s'aligner sur celles du gouvernement et du ministère, et les programmes, services et activités décrits ci-dessous y sont liés :

- La reprise après la COVID-19 et l'innovation
- La diversité et l'inclusion/l'accessibilité
- Le renforcement des capacités et le développement de la main-d'œuvre
- L'écoresponsabilité
- Le service à la clientèle/l'amélioration des processus opérationnels
- La mise en valeur des industries de la création de l'Ontario
- Le rétablissement de l'Ontario au sein des marchés internationaux

## GROUPE DU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

En 2022-2023, les trois initiatives suivantes seront menées dans le cadre de l'ensemble des programmes d'investissement des Initiatives pour l'industrie :

### INITIATIVE DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

- Pour la première fois en 2022-2023, tous les programmes d'investissement comprendront l'initiative de promotion de la diversité. L'initiative de promotion de la diversité a été créée en 2017-2018 sous la forme d'une extension limitée dans le temps du Fonds pour la production cinématographique, accordant 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers (fin en 2019-2020) à des films répondant à la définition provinciale de la diversité, laquelle inclut notamment l'ascendance, la culture, l'origine ethnique, l'identité et l'expression de genre, la langue, les capacités physiques et intellectuelles, la race, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle et le statut socioéconomique. À partir de 2018-2019, Ontario Créatif a alloué 250 000 dollars de ce financement au Programme de développement de l'industrie à l'égard d'initiatives dans les secteurs de l'édition du livre et des revues, du cinéma et de la télévision. Conscient de la valeur et de l'impact significatifs d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité, Ontario Créatif a maintenu le programme en puisant dans ses réserves de trésorerie non engagées en 2020-2021 et 2021-2022. L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées pour l'année à venir. Une stratégie sera mise au point en 2022-2023 afin de ne plus avoir à recourir aux réserves de trésorerie en adoptant une solution plus durable pour soutenir les initiatives favorisant la diversité.

### 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 de l'ensemble des programmes relevant des Initiatives pour l'industrie seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.
- Des moyens de favoriser l'accessibilité du processus de demande seront également envisagés, par exemple la révision des lignes directrices afin de veiller à ce qu'elles soient rédigées dans un langage clair.

### AMÉLIORATION DU PROCESSUS DE DEMANDE

- Les exigences des demandes seront simplifiées pour améliorer le service à la clientèle et réduire les formalités administratives.
- Les cycles de dates limites seront revus afin de les aligner sur les délais des autres bailleurs de fonds et garantir la prise des décisions en temps opportun.
- Ontario Créatif se servira de l'analyse de l'environnement réalisée par Nordicity sur les exigences en matière de paiements de transfert pour formuler ses exigences des demandes et favoriser les pratiques exemplaires.

## FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

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

### OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Accroître les investissements réalisés et les emplois créés en Ontario par les sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario
- Aider à financer les sociétés de production de longs métrages domiciliées en Ontario
- Accroître le nombre de longs métrages originaux de haute qualité produits en Ontario par les sociétés de production domiciliées en Ontario
- Mieux faire connaître les films financés tout au long de leur cycle de lancement et attirer de plus larges publics

### LE FONDS COMPORTE TROIS VOILETS :

- **Développement** – accorde un financement sous la forme d'un prêt sans intérêt à l'égard d'activités de développement
- **Production** – accorde un financement sous la forme d'une avance remboursable, c'est-à-dire d'un financement de dernier recours visant à boucler le financement d'un long métrage
- **Initiative pour le marketing et la distribution (IMD)** – accorde un financement ciblé aux bénéficiaires du Fonds pour la production cinématographique (Production) à l'égard de stratégies nationales innovantes de marketing et de distribution

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

- L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2022-2023.
- **RÉSULTATS DU PROGRAMME** : En 2020-2021, chaque dollar investi par Ontario Créatif par l'intermédiaire du Fonds pour la production cinématographique a entraîné une dépense supplémentaire de 19,73 dollars au sein de l'économie. De plus, le programme a créé presque 9 000 semaines de travail. Les résultats de ce programme sont évalués en fonction : du nombre d'emplois créés et/ou préservés
- de la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet

### PRIORITÉS EN 2022-2023 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour la production cinématographique et complètera pour une année supplémentaire le programme de base à l'aide de fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.
- Les exigences des demandes et des ententes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour les auteurs de demande.
- Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.



**SUCCÈS DU FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE :** De nombreux projets soutenus par le Fonds pour la production cinématographique ont obtenu un succès à la fois critique et commercial, au Canada comme à l'étranger :

- Cinq longs métrages soutenus par Ontario Créatif ont été projetés lors de l'édition 2021 du Festival international du film de Toronto, qui a eu lieu dans un format hybride mêlant les projections présentielles et numériques : *All My Puny Sorrows* (*Pauvres petits chagrins*), *Charlotte*, *Kicking Blood*, *The Middle Man* et *Night Raiders* (*Les voleurs de la nuit*). Durant le TIFF, *All My Puny Sorrows* a généré à lui seul 105 188 empreintes médiatiques, 1 147 clics, 191 réactions positives et 37 partages. Enfin, le film a compté parmi les finalistes des Prix de la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) 2021.
- *Night Raiders* (Alcina Pictures, Uno Bravo), réalisé par Danis Goulet avec Elle-Máijá Tailfeathers et Brooklyn Letexier-Hart, est un film de science-fiction apocalyptique dont l'action se déroule en 2044. Le film suit une Crie qui rejoint un mouvement de résistance face au gouvernement militaire afin de sauver sa fille. À la suite de la première mondiale à la Berlinale, puis des premières au TIFF et au Festival international du film de Vancouver (VIFF), *Night Raiders* a bénéficié de la plus vaste sortie en salles canadienne jamais mise sur pied pour un film autochtone, avec 80 cinémas dans tout le pays, battant le record précédent détenu par *Atanarjuat: The Fast Runner*. La coproduction canado-néo-zélandaise soutenue par Ontario Créatif a également été projetée lors de la soirée d'ouverture de l'ImagineNATIVE Film + Media Arts Festival.
- Le 16<sup>e</sup> Forum annuel sur le financement international (FFI) d'Ontario Créatif a eu lieu dans un format virtuel, 41 producteurs et plus de 40 cadres ayant participé à des réunions orchestrées, à une discussion entre spécialistes exclusive et à des tables rondes sur l'avenir du financement.
- Les projets épaulés par Ontario Créatif ont enregistré un total de 70 sélections dans les catégories Cinéma, Médias numériques et Télévision des prix Écrans canadiens 2021, avec 16 victoires à la clé. *Akilla's Escape* et *Funny Boy* sont arrivés en tête pour ce qui est du nombre de sélections, avec huit et neuf sélections respectivement. *Akilla's Escape* a décroché cinq victoires en tout, notamment dans la catégorie Meilleur scénario original. *Funny Boy* a reçu trois prix, dont celui de la Meilleure réalisation pour Deepa Mehta.
- À l'occasion des prix de la Guild of Music Supervisors, le film *The Cuban*, soutenu par Ontario Créatif, a remporté le Prix de la meilleure direction musicale pour un film de moins de 5 millions de dollars. La bande-son a en outre été produite par un finaliste des Grammy Awards et des prix Écrans canadiens bénéficiaire du FOIM, Hilario Duran.
- Quatre films appuyés par Ontario Créatif ont été sélectionnés dans le cadre du Festival international canadien du documentaire, Hot Docs 2021, qui s'est tenu en ligne, y compris le film projeté lors de la soirée d'ouverture, *Artificial Immortality*, et *One of Ours*, récompensé par le Prix spécial du jury décerné à un long métrage documentaire canadien.
- **Diversité et inclusion :** En 2020-2021, 55 % des films soutenus par le Fonds pour la production cinématographique ont bénéficié de l'initiative de promotion de la diversité, notamment quatre projets autochtones, deux projets francophones et neuf projets de personnes de couleur.
- En 2020-2021, Ontario Créatif s'est associé au Bureau de l'écran autochtone pour appuyer des initiatives en cours de mentorat et de formation sur les plateaux à l'intention des équipes techniques autochtones, notamment sur le plateau du film *Stellar*, prochainement à l'affiche.

## **FONDS POUR LES PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES**

Le Fonds pour les produits MIN est conçu pour proposer une gamme de programmes et de ressources visant à offrir aux entreprises culturelles de l'Ontario, ainsi qu'aux associations professionnelles et organisatrices de manifestations de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques, un appui financier, des conseils stratégiques et un soutien en matière de recherche.

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **LE FONDS COMPORTE SIX PROGRAMMES :**

- Programme Définition du concept (volets Contenu interactif et Contenu vidéo) – accorde un soutien à l'égard des activités préliminaires qui aident les sociétés à tendre vers la production de projets à contenu immédiatement commercialisable
- Programme Production (volets Contenu interactif et Contenu vidéo) – accorde un soutien à l'égard de la création d'un projet à contenu immédiatement commercialisable qui sera mis à la disposition d'utilisateurs finaux
- Programme pour la découvrabilité et la commercialisation (anciennement le Programme d'aide à la promotion) – accorde un soutien à l'égard d'activités de promotion qui accroîtront la visibilité et la viabilité financière de projets multimédias interactifs numériques financés par Ontario Créatif une fois qu'ils seront publiés et disponibles à la vente sur le marché
- Programme de développement des marchés internationaux – accorde aux sociétés ontariennes un financement en vue de prendre part à des activités internationales qui favorisent la croissance de la société tout en produisant des résultats mesurables en matière d'expansion commerciale et de développement des marchés
- Programme de développement de l'industrie – accorde un soutien à l'égard d'activités d'expansion commerciale et d'initiatives d'associations professionnelles
- Programme de développement des talents – accorde une formation et un soutien sous forme d'une subvention sélective à des producteurs émergents

### **INITIATIVE DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU FONDS POUR LES PRODUITS MIN**

- L'organisme lancera une initiative de promotion de la diversité dans le cadre du Fonds pour les produits MIN en y puisant l'allocation requise. Il sera aussi possible de recevoir une allocation d'Ontario Créatif en cas de contribution de contrepartie d'un organisme partenaire.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2020-2021, le programme a généré 15 428 semaines de travail et une dépense de 2,75 fois le montant investi par Ontario Créatif au sein de l'économie.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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



## PRIORITÉS EN 2022-2023 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour les produits MIN, et lancera éventuellement un soutien supplémentaire à l'intention d'équipes et de projets reflétant la diversité en attente de l'aide d'un partenaire. Dans le but de mieux soutenir de tels projets et équipes, le Fonds pour les produits MIN continuera d'étudier les possibilités de mentorat et de formation à l'intention des créateurs de contenu émergents et de niveau intermédiaire dans le cadre de son Programme de développement des talents et de nouvelles initiatives menées en partenariat avec des associations professionnelles comme imagineNATIVE, Hand Eye Society, Afrotopolis Art Collective et Interactive Ontario.
- Ontario Créatif entreprendra des activités ayant pour principal objectif de faire mieux connaître les sociétés et le contenu du secteur MIN de l'Ontario à l'international et d'accroître la compétitivité de l'Ontario. Il pourra s'agir d'activités promotionnelles, de projets de marketing et d'autres actions ciblées. Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.

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

- Projet soutenu par le Fonds pour les produits MIN récemment commercialisé, *Chivalry 2* est un jeu multijoueur à la première personne tirant son inspiration des épiques batailles médiévales campées au cinéma qui se targue de plus de 1 million d'exemplaires vendus et de plus de 8 millions d'heures de jeu.
- En octobre 2021, *LOVE – A Puzzle Box Filled with Stories*, du studio jouissant de l'appui d'Ontario Créatif, Rocketship Park, a été retenu par Apple dans sa sélection le Jeu du jour aux États-Unis, bénéficiant d'une belle promotion de la part de l'équipe éditoriale de l'App Store.
- *Bit Playas*, de Larue Productions Inc., a remporté des prix Écrans canadiens 2021 dans les catégories Meilleure série et Meilleure écriture.
- *Avocado Toast*, de Border2Border Entertainment, a décroché le Prix de la meilleure série Web narrative au Japan Web Fest 2021 et le Prix du meilleur montage au Séoul Webfest 2020.
- Le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN a été élargi en 2021-2022 afin d'inclure une cohorte de créateurs de contenu MIN noirs menée par l'Afrotopolis Art Collective.
- Grâce au soutien du Fonds d'Ontario Créatif pour les produits MIN, la revue bilingue anglais-vietnamien *Culture Magazin* a pu transformer sa petite publication en une propriété numérique à grande échelle comptant 320 000 lecteurs dans toute l'Amérique du Nord. Sa chaîne YouTube affiche plus de 2,5 millions de vues et plus de 15 000 abonnés.
- En août 2021, Ontario Créatif a organisé une séance de réseautage à la faveur de l'édition en ligne de la Gamescom/Devcom, le plus grand festival mondial du jeu vidéo, ayant habituellement lieu à Cologne, en Allemagne. La manifestation comprenait un attrayant espace de réseautage interactif où les avatars des délégués pouvaient déambuler, avec des kiosques pour les sociétés ontariennes et des vidéos à regarder. Les projets de 11 parties prenantes y ont été présentés. Les délégués pouvaient s'asseoir à une table et se connecter par vidéo pour discuter avec les autres personnes présentes.
- **Diversité et inclusion :** En 2020-2021, Ontario Créatif a soutenu la production de séries Web reflétant la diversité, notamment *Topline*, *Revenge of the Black Best Friend* et *Avocado Toast*, ainsi que des activités de définition du concept de *Black Community Mixtapes* et *Aunty B's House*.



## **FONDS DU LIVRE**

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **VOLET PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU FONDS DU LIVRE :**

- L'organisme lancera un volet Promotion de la diversité du Fonds du livre en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2022-2023.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds du livre devrait aider les sociétés d'édition à augmenter leur part de marché en lançant de nouvelles initiatives de marketing numérique, en créant des boutiques en ligne pour toucher les marchés mondiaux, et en tissant des liens avec les libraires grâce à des incitations et promotions clés. Ces projets aident les éditeurs ontariens à se mesurer à de grandes multinationales d'une part, et les publics à découvrir les livres et les auteurs ontariens d'autre part. En 2019-2020, l'exercice le plus récent pour lequel des chiffres de ventes sont disponibles, les bénéficiaires du Fonds du livre ont déclaré gagner en moyenne 5,54 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds du livre et, compte tenu des défis auxquels les éditeurs ont fait face en raison de la pandémie, continuera d'autoriser une fourchette élargie de coûts admissibles incluant les coûts opérationnels des activités alignées sur les objectifs généraux du programme.
- Ontario Créatif lancera un supplément au programme de base avec des fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie. Le volet Promotion de la diversité appuiera des sociétés émergentes en plus d'offrir aux sociétés confirmées des incitations visant à accroître les activités de marketing de contenu reflétant la diversité et à développer les partenariats avec des créateurs issus de la diversité.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour les auteurs de demande.
- Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.

**SUCCÈS DU FONDS DU LIVRE :** En 2019-2020, les bénéficiaires du Fonds du livre ont indiqué avoir gagné chaque année en moyenne 5,54 dollars de recettes de ventes pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. Les livres publiés par des éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens ont joui d'un succès considérable, aussi bien critique que commercial :

- Deux livres d'éditeurs épaulés par le Fonds du livre se trouvent parmi les cinq titres retenus en sélection finale du Prix Banque Scotia Giller 2021 : *The Son of the House* de Cheluchi Onyemelukwe-Onuobia (Dundurn Press) et *Glorious Frazzled Beings* d'Angélique Lalonde (House of Anansi Press).
- La couverture médiatique à l'occasion du lancement du Prix littéraire Trillium, en mai 2021, a été exceptionnelle. Les empreintes médiatiques ont franchi la barre des 20 millions le jour du lancement, soit 9 millions de plus que l'année précédente. La cérémonie de remise des prix virtuelle, diffusée en continu et en direct sur Facebook et YouTube, a recueilli plus de 878 vues rien que sur Facebook. Cette année, dans l'ensemble, le rendez-vous a atteint un total supérieur à 135,6 millions d'empreintes, surpassant de plus de 68 % les résultats de 2020.
- Le Canada était le pays à l'honneur de la Foire du livre de Francfort, qui s'est tenue du 20 au 24 octobre 2021 dans un format hybride. Cette prestigieuse manifestation a donné une visibilité et des possibilités accrues aux éditeurs ontariens et à d'autres créateurs originaires de la province, en vue de présenter leur travail sur la scène mondiale par le biais d'activités comme une série de vidéos produites avec Destination Ontario. À l'appui de la présence de la ministre MacLeod au marché virtuel, Ontario Créatif a organisé une causerie au coin du feu avec les auteurs délégués ainsi qu'une table ronde des éditeurs.
- Deux mille vingt a été une année record pour Book\*hug, l'éditeur ayant vu ses titres sélectionnés dans le cadre de prix majeurs. *Polar Vortex*, de Shani Mootoo, a compté parmi les finalistes du Prix Banque Scotia Giller 2020, tandis que *The Neptune Room (La chambre Neptune)*, d'Oana Avasilichioaei, a été retenu en sélection finale des Prix littéraires du Gouverneur général 2020.
- **Diversité et inclusion :** La campagne «livres féministes pour jeunes lecteurs» (Feminist Books for Young Readers Campaign) de Kids Can Press a assuré avec succès la promotion de cinq titres féministes dans les genres «jeunes adultes» et «ouvrages non romanesques» auprès de plus de 200 000 enseignants et bibliothécaires grâce à une vaste campagne de marketing numérique et traditionnel, ayant généré plus de 300 000 dollars de recettes de ventes.

## **FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES**

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **VOLET PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES :**

- L'organisme lancera un volet Promotion de la diversité du Fonds d'aide aux éditeurs de revues en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2022-2023.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds d'aide aux éditeurs de revues continuera d'aider les sociétés du secteur des revues multimédias ontariennes à élargir leurs débouchés et à atténuer les risques que présentent l'exploration de nouvelles stratégies en matière de contenu et la diversification des revenus, tout en maintenant les secteurs d'activité traditionnels. Il est prévu que les ventes déclarées par les bénéficiaires du Fonds continuent de générer un bon rendement par rapport au capital investi par Ontario Créatif. En 2020-2021, chaque dollar investi dans le Fonds d'aide aux éditeurs de revues a entraîné une dépense supplémentaire de 0,91 dollar.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds d'aide aux éditeurs de revues et, compte tenu des défis auxquels les sociétés d'édition de revues ont fait face en raison de la pandémie, élargira les coûts admissibles pour inclure les coûts opérationnels des activités alignées sur les objectifs généraux du programme.
- Ontario Créatif lancera un supplément au programme de base avec des fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie. Le volet Promotion de la diversité appuiera des sociétés émergentes en plus d'offrir aux sociétés confirmées des incitations visant à accroître les activités d'édition de contenu reflétant la diversité et à développer les partenariats avec des créateurs issus de la diversité.
- L'organisme commandera un examen du Fonds d'aide aux éditeurs de revues et commencera d'en mettre en œuvre les recommandations.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour les auteurs de demande.
- Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.



**SUCCÈS DU FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES :** L'Ontario abrite l'industrie de l'édition de revues la plus importante du pays. Les revues multimédias ontariennes sont fréquemment saluées pour l'excellence de leur contenu, de leur conception et de leur production :

- Cette année, sept publications soutenues par Ontario Créatif ont été sélectionnées dans le cadre des Prix du magazine canadien 2021. *Cottage Life* et *Inuit Art Quarterly*, retenues chacune dans sept catégories en tout, figuraient en tête de liste. La rédactrice en chef de *Cottage Life*, Michelle Kelly, a remporté le Grand prix de la rédaction lors des Prix du magazine canadien. Durant la pandémie, Mme Kelly a fait preuve de dynamisme et a changé d'approche en lançant un balado *Cottage Life* dans un effort pour maintenir le lien avec le lectorat et les abonnés. *Toronto Life* a décroché le prestigieux Grand Prix du magazine.
- Parmi les lauréats des Prix du magazine canadien B2B, soulignons les victoires de Wenting Li, de *Precedent Magazine*, Médaille d'or de la meilleure illustration, et de la revue *Azure*, Médaille d'or du meilleur numéro.
- Trois publications bénéficiant de l'appui d'Ontario Créatif ont été sélectionnées dans le cadre des Prix d'excellence en publication numérique, *The Walrus* ayant décroché la Médaille d'or du meilleur article de fond.
- Forte du soutien d'Ontario Créatif, la revue en ligne ByBlacks.com a relancé une populaire campagne dans les médias sociaux intitulée *#BlackHistory365*, proposant de singuliers micro-récits à la gloire d'une personnalité canadienne noire historique ou contemporaine, vectrice de changement et ayant éliminé les obstacles dans son domaine. Le soutien a permis de mettre l'accent sur des professionnels et créateurs de contenu appartenant à l'industrie de la création de l'Ontario durant les trois premiers mois de la campagne, menée sur Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest et Tumblr.
- La société Horse Publications Group (HPG) a obtenu l'appui du Fonds d'aide aux éditeurs de revues à l'égard d'un projet concernant la création de sites Web dédiés aux revues *Horse Sport*, *Horse Canada* et *Canadian Thoroughbred*, qui a entraîné une augmentation de 48 % des recettes numériques et une hausse de 80 à 90 % des dépenses en publicité numérique entre 2018 et 2020, et favorisé une transition vers le tout numérique.
- **Diversité et inclusion :** Le Fonds d'aide aux éditeurs de revues soutient de nombreuses revues multimédias visant une grande variété de lectorats, comme *Culture Magazin*, reflétant la diversité et le dynamisme des cultures canadienne et vietnamienne, *Inuit Art Quarterly*, seule publication dédiée à la promotion et à l'appréciation des arts inuits et autochtones circumpolaires, et *Brazilian Wave*, qui renforce le lien culturel entre le Brésil et le Canada et rapproche la communauté brésilienne.



## **DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER**

Ontario Créatif accorde un soutien aux éditeurs de livres et aux producteurs de contenu cinématographique et télévisuel 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. Anciennement baptisé Fonds pour l'exportation, le programme doit être renommé Fonds pour le développement des marchés internationaux en 2022-2023 et pour les années à venir, afin de l'aligner sur la terminologie employée dans les secteurs de la musique et des produits multimédias interactifs numériques, et de mieux décrire le champ des activités soutenues. Les activités d'exportation des secteurs de la musique et des produits multimédias interactifs numériques continueront de faire l'objet d'un soutien par l'intermédiaire du FOIIM et du Fonds pour les produits MIN.

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds pour le développement des marchés internationaux aidera les entrepreneurs de l'industrie culturelle ontarienne à nouer des relations essentielles pour favoriser l'augmentation de leurs recettes grâce aux ventes à l'international. En 2019-2020, les bénéficiaires du Fonds pour l'exportation dans les secteurs du livre et du cinéma/de la télévision ont déclaré des ventes internationales d'environ 150 millions de dollars, équivalentes à 125,12 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

En 2021-2022, les activités incluaient :

- La participation au programme virtuel de la Foire du livre de Francfort (ayant eu lieu en octobre 2021 dans un format hybride) avec le Canada comme pays à l'honneur. Cette participation comportait des réunions virtuelles organisées pour la ministre MacLeod à l'appui de la présence de l'Ontario à la Foire.
- Une présence virtuelle à la GamesCom et à MIGS, y compris des activités de réseautage, un kiosque numérique et des séances de présentation orchestrées pour les sociétés ontariennes.
- Un partenariat à l'égard du programme Accélérateur créatif canadien, une initiative menée par les consulats du Canada à Los Angeles et à New York.
- La coorganisation d'une manifestation avec l'Ambassade du Canada à Paris, en France, afin de favoriser les débouchés pour les créateurs de contenu pour séries Web.
- La supervision de la mission virtuelle de la ministre MacLeod à Los Angeles pour le compte des industries du cinéma, de la télévision, de la musique et des produits MIN en avril 2021, ayant inclus des tables rondes avec des producteurs de films et des sociétés musicales

nationaux ainsi que des réunions avec des cadres de Los Angeles, notamment des studios de cinéma, des directeurs musicaux et des éditeurs de produits MIN.

- Une mission commerciale virtuelle en faveur de sociétés d'animation en partenariat avec la New Zealand Film Commission. Les participants ont découvert les incitations et les succès en matière de coproduction au moyen de la présentation d'études de cas, et ont pris part à des entretiens particuliers entre producteurs.

#### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Renommer le Fonds pour l'exportation et ses programmes en Fonds pour le développement des marchés internationaux, afin de mieux refléter la large palette d'activités (propriété intellectuelle, création de contenu, droits) permettant au programme d'obtenir de solides résultats.
- Affiner les activités admissibles dans un climat «post pandémie».
- Définir les priorités et les possibilités stratégiques pour chaque secteur.
- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour le développement des marchés internationaux (anciennement le Fonds pour l'exportation) et le programme de développement des activités à l'étranger. Compte tenu des défis auxquels les sociétés ont fait face en raison de la pandémie, Ontario Créatif maintiendra une admissibilité accrue incluant les activités d'exportation et les initiatives de marketing virtuelles visant à augmenter les ventes et les pistes d'affaires à l'international.
- Tant que les voyages internationaux resteront restreints, Ontario Créatif continuera de mener les initiatives virtuelles et hybrides qui seront appropriées pour les sociétés ontariennes en quête de possibilités en matière d'exportation et de partenariats.
- Le personnel poursuivra sa collaboration avec les membres du Service des délégués commerciaux et du personnel fédéral en vue d'accroître le nombre et l'envergure des débouchés à l'exportation des entreprises ontariennes de la création.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour les auteurs de demande.
- Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.

#### **SUCCÈS DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER :**

- En 2020-2021, les programmes du Fonds d'Ontario Créatif pour l'exportation ont octroyé un total de 1,52 million de dollars de financement à 151 sociétés. Le financement a été partagé entre le Fonds pour l'exportation des productions cinématographiques et télévisuelles (886 k\$ pour 95 sociétés), le Fonds pour l'exportation du livre (300 k\$ pour 29 sociétés) et le Programme de développement des marchés internationaux du Fonds pour les produits MIN (333 k\$ pour 27 sociétés). Compte tenu de l'incapacité de voyager, les programmes d'exportation ont mis en place un système dynamique et souple pour maintenir les activités de vente et de marketing à l'international.
- Ontario Créatif a aidé les représentants de 225 sociétés à participer virtuellement à 129 marchés étrangers.
- En 2019-2020, l'exercice le plus récent pour lequel ces données sont disponibles, un rendement du capital investi de 125,12 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif a été obtenu.
- Ontario Créatif a organisé une présence stratégique virtuelle dans le monde entier, notamment au Festival de Cannes et à la Foire du livre de Francfort, et a mené une mission virtuelle en Allemagne dans le secteur des produits MIN.



## **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, en vue de proposer des initiatives, manifestations et activités ayant des répercussions à long terme sur la croissance et la viabilité des secteurs de l'édition du livre et des revues, du cinéma, de la télévision et des produits multimédias interactifs numériques. Des activités de développement de l'industrie sont proposées dans les secteurs des produits MIN et de la musique par l'intermédiaire du Fonds pour les produits MIN et du volet Initiatives pour l'industrie de la musique du FOIIM respectivement.

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **LE PROGRAMME COMPORTE DEUX VOLETS :**

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

### **INITIATIVE DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE :**

- L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2022-2023.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2020-2021, Ontario Créatif a soutenu ou mené 58 initiatives, créant plus de 7 600 pistes d'affaires pour les entrepreneurs de l'industrie des médias de la création. Ces pistes aident généralement à créer de nouveaux partenariats qui engendrent de nouveaux projets et une hausse des recettes pour les sociétés. Le programme a aussi permis aux participants de bénéficier de possibilités en matière de développement des compétences, de transfert des connaissances et de conseil qui seront précieuses pour les entreprises compétitives en plein essor.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'initiatives soutenues
- du nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants

### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Dans la droite ligne des priorités du gouvernement et des objectifs déterminés par l'organisme, le Programme de développement de l'industrie continuera à cibler trois domaines prioritaires en 2022-2023. Ce triple objectif sera appliqué à chaque projet pour veiller à ce que les types d'activités suivants bénéficient d'un soutien accru :
  - développement des compétences, mentorat et renforcement des capacités de la main-d'œuvre
  - diversité et inclusion
  - marketing et découvrabilité, y compris des possibilités de commerce interentreprises à impact élevé

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Programme de développement de l'industrie et complètera pour une année supplémentaire le programme de base à l'aide de fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.
- L'organisme réalisera des ajustements de la date limite/du cycle du programme afin de l'aligner sur les délais des autres bailleurs de fonds, de réduire le temps d'attente des décisions et d'améliorer le service aux parties prenantes.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour les auteurs de demande.
- Les lignes directrices seront mises à jour en vue d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.

#### **SUCCÈS DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE :**

- Afin d'atténuer les conséquences financières des fermetures de marchés en raison de la COVID-19, Ontario Créatif a lancé la campagne *Achetez. Diffusez. Soutenez.* proposant plus de 40 produits différents provenant de tous les secteurs, laquelle a enregistré plus de 900 000 empreintes générées par les campagnes publicitaires.
- L'édition 2021 de l'initiative De la page à l'écran, qui a eu lieu virtuellement, a joui de la participation de plus de 60 éditeurs de livres et producteurs de contenu pour écran, lesquels ont pris part à des entretiens particuliers. La manifestation comprenait une incitation à l'acquisition de droits d'adaptation de la part d'Ontario Créatif pour tout accord conclu à la suite du rendez-vous. Ce dernier a été suivi d'entretiens orchestrés entre Apple TV et des maisons d'édition ontariennes.
- **Diversité et inclusion :** En 2020-2021, l'initiative de promotion de la diversité a offert une aide en faveur d'activités de mentorat et de formation qui incluaient un mentorat sur les plateaux à l'intention de cinéastes autochtones, de stages axés sur la diversité dans l'industrie du livre, d'initiatives concernant les techniciens et les auteurs pour les travailleurs noirs, autochtones et de couleur, et d'incubateurs pour créateurs de couleur.



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

Le Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique a été lancé en 2020-2021 pour remplacer le Fonds ontarien de promotion de la musique. Le programme vise à fournir des investissements ciblés pour le développement économique de l'industrie musicale dynamique et diversifiée de la province.

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

- Soutenir les entreprises ontariennes du secteur de la musique ayant un fort potentiel de croissance afin d'optimiser le RCI
- Créer un plus grand nombre de possibilités pour les artistes émergents d'enregistrer et de se produire en Ontario

### **PRINCIPAUX BUTS DU PROGRAMME :**

- Concentrer les ressources sur les entreprises du secteur de la musique à fort potentiel de croissance en :
  - fournissant des investissements visant à stimuler la croissance à long terme
  - optimisant le RCI et en améliorant les possibilités offertes aux nouveaux talents
- Renforcer le soutien aux étapes déterminantes de la carrière des artistes

### **VOLETS DU PROGRAMME :**

- Le programme comporte trois volets adaptés aux différents segments de l'industrie :

#### **Création musicale**

Ce volet soutient les entreprises qui prennent des risques pour découvrir et développer des talents – en particulier les artistes émergents – et pour les faire connaître par des activités d'enregistrement et de production, le marketing et la promotion, les tournées et la présentation, et l'édition.

- Les auteurs de demande admissibles comprennent les maisons de disques nationales et multinationales, ainsi que les éditeurs de musique nationaux.

#### **Initiatives pour l'industrie de la musique**

Ce volet soutient les initiatives collectives menées par l'industrie pour entreprendre des activités de développement et de formation professionnels et d'exportation, effectuer des analyses et des collectes de données sectorielles, et renforcer les capacités régionales.

- Les auteurs de demande admissibles comprennent les associations professionnelles de l'industrie de la musique et les organismes de services musicaux.
- Des fonds pour l'exportation et le développement des marchés sont disponibles pour les imprésarios.

#### **Promotion des concerts**

Ce volet soutient les entreprises et les organisations qui produisent des concerts d'artistes canadiens ou qui en font la promotion, y compris les festivals de musique et les séries de concerts admissibles.

- Les auteurs de demande admissibles comprennent les promoteurs et les diffuseurs de concerts.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le FOIIM (anciennement Fonds ontarien de promotion de la musique) ayant été lancé en 2020-2021, des objectifs de rendement théoriques ont été conçus et seront affinés au besoin en 2022-2023 et ultérieurement. Les indicateurs de mesure du programme incluent :

- le nombre d'emplois créés et/ou préservés
- la croissance des sociétés (recettes/bénéfice net)
- les placements privés et les capitaux obtenus

- la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet
- le nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants

Résultats clés du FOIM en 2020-2021 :

- Valeur de levier (montant de dépense additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif) : 5,09 \$

Résultats de l'industrie après sept ans de soutien du Fonds ontarien de promotion de la musique (2013-2014 à 2019-2020) :

- Près de 30 millions d'exemplaires d'enregistrements de sociétés soutenues par le FOPM vendus dans le monde entier
- 15 millions de personnes ayant assisté à des concerts soutenus par le FOPM
- 3 200 artistes directement soutenus
- 54 000 pistes d'affaires et affaires générées par les missions d'exportation et les réunions interentreprises

**PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds d'investissement dans l'industrie de la musique et, compte tenu des défis auxquels les sociétés de cette industrie ont fait face en raison de la pandémie, continuera d'élargir les coûts admissibles pour inclure les coûts opérationnels des activités alignées sur les objectifs généraux du programme.
- L'organisme maintiendra Accélération, la nouvelle initiative axée sur l'entrepreneuriat musical noir et autochtone lancée en 2021-2022 sous la forme d'une activité limitée dans le temps, et envisagera d'élargir le programme aux personnes de couleur. En qualité d'activité de mentorat supplémentaire relevant de la priorité de l'organisme accordée au développement de la main-d'œuvre, l'initiative de mentorat Access menée dans le cadre de la conférence de la CMW sera élargie à une plus grande variété de conférences et de possibilités de perfectionnement professionnel.
- L'organisme continuera d'envisager les possibilités de tirer parti de partenariats innovants et non traditionnels en faveur du secteur de la musique, par exemple en repensant l'initiative intersectorielle Music Makes It: New Connections pour en optimiser l'impact en créant sur mesure des manifestations ciblées et en étudiant les occasions de collaborer avec des secteurs se trouvant en dehors du mandat d'Ontario Créatif (par exemple les arts d'interprétation, les entreprises canadiennes).
- Prix JUNO 2022 en Ontario : les prix JUNO se sont tenus virtuellement en 2021 et retourneront à Toronto à l'occasion des célébrations retardées du 50<sup>e</sup> anniversaire, qui auront lieu en présentiel en 2022. Ontario Créatif s'associera à l'ACASE afin d'organiser une fête/campagne de marketing pour célébrer les prémices de la reprise du secteur de la musique.



## SUCCÈS DU FONDS ONTARIEN D'INVESTISSEMENT DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE :

- Les artistes ontariens étaient bien représentés aux prix JUNO 2021, avec 113 sélections, soit plus de la moitié des 225 sélections totales. Les deux tiers des lauréats étaient ontariens et 20 d'entre eux bénéficiaient du soutien du FOPM/FOIIM, notamment Jessie Reyez, Savannah Re, July Talk et Arkells.
- Huit artistes retenus en courte liste du Prix de musique Polaris sur dix étaient domiciliés en Ontario en 2021, y compris cinq groupes ou interprètes appuyés par le FOIIM : The OBGMs (*The Ends*), The Weather Station (*Ignorance*), Mustafa (*When Smoke Rises*), Zoon (*Bleached Wavves*) et le lauréat avec l'album *Parallel World* (Kelp Records), Cadence Weapon, dont le nom a été annoncé le 27 septembre 2021.
- Lors de la 20<sup>e</sup> édition annuelle des Indie Awards, les artistes ontariens épaulés par Ontario Créatif ont totalisé 34 sélections et six victoires, à l'image du groupe July Talk, lauréat du Prix de l'album de l'année, et de City and Colour, qui a remporté le Prix de la chanson de l'année.
- Lido Pimienta, artiste soutenue par le FOIIM et représentée par Kelp Records, a été retenue par la chorégraphe Andrea Miller pour composer la musique d'une production du NYC Ballet. C'est la première fois qu'une compositrice de couleur a cet honneur.
- Ontario Créatif a accordé son soutien à l'artiste autochtone Iskwē, sélectionnée pour effectuer une prestigieuse résidence à Stanford, où elle a mis en scène un concert immersif avec installation visuelle à base de lumière, instruments et chants autochtones, et spectacle de mouvement et de danse en direct, symbolisant la résilience et la survie des Autochtones ainsi que la force et l'espoir durables qu'engendre la transformation. Iskwē a également été invitée à se produire à la Foire du livre de Francfort afin de mettre en valeur l'industrie et le talent musicaux de l'Ontario dans le cadre des festivités dédiées au pays à l'honneur.
- Le Prism Prize 2021, qui récompense les réalisations dans le secteur des vidéoclips canadiens, est allé à la vidéo du titre *Thirteen* de l'artiste soutenue par Ontario Créatif, Haviah Mighty. La sélection des 20 meilleurs vidéoclips du Prism Prize a compté plusieurs finalistes bénéficiant de l'appui du FOPM/FOIIM.
- **Diversité et inclusion** : Le nouveau volet Création musicale du FOIIM 2020-2021 a totalisé 60 demandes approuvées. Parmi les auteurs de demande approuvés, 38 % (23) se sont définies comme des sociétés appartenant à des personnes noires, autochtones ou de couleur. Neuf appartiennent à des Noirs, sept sont autochtones, sept sont dirigées par des personnes de couleur et 17 % (10) des sociétés approuvées ont une femme à leur tête. En outre, trois demandes franco-ontariennes ont été retenues.
- Ontario Créatif a soutenu la série de discussions Breaking Down Racial Barriers (éliminer les obstacles raciaux) organisées par AVANCE/la Canadian Independent Music Association, et a pris part à une manifestation virtuelle subséquente en vue de faire état de son soutien durable en signant une déclaration de l'ensemble du secteur invitant à mettre fin au racisme anti-Noirs au sein de l'industrie musicale canadienne.
- Lors de l'International Indigenous Music Summit, Ontario Créatif a parrainé le volet ontarien de la série Giiwewizh de courts métrages/présentations musicales avec 16 artistes à l'affiche (dont six en provenance de l'Ontario).

## BUREAU DU CINÉMA

Le Bureau du cinéma de l'Ontario propose un ensemble de services aux sociétés cinématographiques et télévisuelles nationales et étrangères, en vue d'attirer en Ontario les investissements liés à la production, à la postproduction, à l'animation et aux effets visuels. Le Bureau du cinéma est un point de contact clé en Ontario pour la plupart des projets cinématographiques et télévisuels. Ses services comprennent notamment l'ultramoderne Photothèque numérique des extérieurs, une aide au repérage gratuite pour toutes les productions envisageant de choisir l'Ontario comme lieu de tournage, des visites de familiarisation, et la prestation de services de facilitation et de dépannage aux productions réalisées dans la province, par l'intermédiaire des Services de liaison pour les productions cinématographiques. Le Bureau 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. En 2020, le Bureau du cinéma a joué un rôle crucial pour garantir au secteur de la production un retour au travail en toute sécurité, en œuvrant avec ses partenaires à la création du site Web et de la campagne *Prêt pour l'action*.

Tout au long de l'exercice 2021-2022, le Bureau du cinéma a continué de communiquer la politique provinciale et les mises à jour en matière de santé et de sécurité par l'intermédiaire du site Web *Prêt pour l'action* afin de tenir l'industrie informée, et a aidé les parties prenantes à obtenir des trousseaux de dépistage gratuits pour les productions et les services de production dans le cadre du Programme provincial de dépistage antigénique.

- 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 de contenu pour écran de la province. Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau. Le Bureau de L.A. continue d'apporter une précieuse contribution à l'activité de production étrangère en Ontario. En 2020-2021, le Bureau de L.A. a favorisé 112 pistes, parmi lesquelles 49 se sont concrétisées par des travaux de repérage et 44 ont fini par être tournées en Ontario, pour des budgets d'une valeur totale de plus de 969 millions de dollars. Enfin, le Bureau de L.A. recueille des renseignements liés à l'expérience client dans le cadre des services aux productions étrangères, qui servent à améliorer l'offre de la province.
- La collection d'images de la Photothèque numérique des extérieurs primée d'Ontario Créatif ne cesse de croître. À la fin de l'exercice 2020-2021, elle comptait environ 9 000 portefeuilles renfermant plus de 270 000 images. La base de données est utilisée par plus de 6 000 personnes, y compris des propriétaires, des équipes de production locales indépendantes, des producteurs nationaux et internationaux, et le personnel d'Ontario Créatif, qui s'en servent pour créer des ensembles d'images numériques utilisés à la fois pour promouvoir la province et convaincre les productions de tourner en Ontario. En 2020-2021, la Photothèque numérique des extérieurs a fait l'objet de plus de 18 700 visites pour consulter ses dossiers d'extérieur.
- Le Bureau du cinéma organise régulièrement des visites promotionnelles de familiarisation ciblant les cadres du secteur international de la production cinématographique et télévisuelle, dans le but de promouvoir les avantages que présente l'Ontario en matière de production et de postproduction, et de favoriser, en fin de compte, les investissements en faveur de la province. La visite de familiarisation organisée en 2019-2020 a fait venir dix cadres du secteur de la production issus de sociétés comme Netflix, Disney, Paramount et Warner Brothers en Ontario pour prendre part à trois journées de programmes interentreprises. Les convives ont rencontré 170 représentants d'entreprises ontariennes



de l'industrie du cinéma, consolidant 1 700 relations de production majeures. La visite a généré des pistes d'investissement de la part de tous les cadres présents.

- 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, le Bureau du cinéma organise une séance hebdomadaire de discussion ouverte avec plus de 25 représentants de régions et de municipalités, le représentant du caucus des extérieurs de la section Ontario de la GCR et le conseiller ou la conseillère, Bureau de L.A., afin de discuter des pratiques exemplaires en matière de lignes directrices liées au tournage, des pistes d'investissement et des mouvements des affaires, et des mises à jour concernant les politiques. Enfin, il propose chaque semestre un Forum cinématographique régional pour discuter des tendances en matière de production et des pratiques exemplaires concernant l'élaboration et l'application de politiques et de procédures de délivrance de permis relatives au cinéma. Soixante-dix agents de liaison cinématographique locaux ont participé à la 11<sup>e</sup> édition, organisée virtuellement en mai 2021.

En 2020, l'Ontario a comptabilisé 1,50 milliard de dollars d'activité de production cinématographique et télévisuelle, avec 232 projets nationaux et étrangers tournés dans la province. La dépense a baissé de 30,8 % par rapport à 2019, en conséquence directe des fermetures liées à la COVID-19. Cependant, la reprise a été vigoureuse à l'automne, le volume et la dépense de productions à prise de vues réelles ayant dépassé ceux de tous les automnes précédemment documentés. Cette tendance positive s'est maintenue durant les deux premiers trimestres de 2021-2022. 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 notre main-d'œuvre puisse tenir la cadence. En 2019-2020, Ontario Créatif a pris les devants en formant le Comité de développement de la main-d'œuvre, aux côtés de représentants régionaux et municipaux, de syndicats et de guildes. Les représentants siégeant à ce comité continueront d'entreprendre des activités visant à promouvoir la grande diversité de carrières attrayantes existant dans le secteur du cinéma et de la télévision, pour faire en sorte que l'Ontario dispose de techniciens qualifiés pour répondre à la demande de production dans toute la province.

Le Bureau du cinéma s'est associé à 20 organisations sectorielles et gouvernementales pour lancer l'initiative Écran vert Ontario visant à 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. L'écoresponsabilité fait l'objet d'une prise de conscience et d'une inquiétude croissantes dans toutes les industries, de même que chez les consommateurs et au sein des ménages. Les productions cherchent des moyens de réduire l'impact environnemental de leurs activités et apprécient les ressources faciles à mettre en œuvre à cette fin. Le programme a été lancé en 2020 et vise à fournir la formation, les outils et les ressources nécessaires pour permettre à l'industrie cinématographique ontarienne d'intégrer et d'intensifier les pratiques exemplaires écoresponsables favorables au bien-être de notre environnement. Une étape significative a été franchie en 2021-2022 avec la publication du plan stratégique biennal d'Écran vert Ontario. En outre, Ontario Créatif s'est associé à Creative BC pour coprésider le comité national de l'écoresponsabilité de Reel Green, ayant pour objectif de diffuser les pratiques exemplaires et de faire preuve de cohérence à l'égard des producteurs dans l'ensemble du pays.

En 2022-2023, 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 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 fournisseur centralisant les 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.

#### RÉSULTATS DU PROGRAMME :

En 2020, les productions cinématographiques et télévisuelles soutenues par la province ont contribué pour 1,50 milliard de dollars à l'économie et représenté environ 29 667 emplois directs et indirects à temps plein<sup>40</sup>. Même si la production s'est arrêtée pendant quelques mois comme mesure de santé et de sécurité au début de la pandémie, l'Ontario a connu un retour en force aussitôt que la province a autorisé les productions à reprendre le tournage. La demande mondiale en contenu cinématographique et télévisuel a augmenté encore davantage du fait de la pandémie, ce qui suggère que 2022-2023 et les exercices ultérieurs seront des exercices fastes en matière de production.

Les résultats du Bureau du cinéma sont évalués en fonction :

- du nombre et de la valeur des productions cinématographiques et télévisuelles intérieures et étrangères tournées en Ontario
- du nombre de productions intérieures et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif
- du nombre de pistes générées par le Bureau de L.A.
- de la proportion et de la valeur des projets soutenus par le Bureau de L.A. tournés en Ontario

#### PRIORITÉS EN 2022-2023 :

- Le Bureau du cinéma continuera d'offrir des services de qualité aux parties prenantes, de renforcer ses liens avec la clientèle internationale nouvelle et existante, et de maximiser les possibilités d'investissement de l'étranger, et ce, en utilisant les renseignements liés à l'expérience client pour favoriser l'amélioration continue.
- **L'Ontario comme chef de file sectoriel** : Le Bureau du cinéma continuera de superviser deux comités sectoriels axés sur les résultats :
  - **Développement de la main-d'œuvre** : En partenariat avec les membres de l'industrie cinématographique et télévisuelle, les représentants régionaux et municipaux, les syndicats et les guildes, Ontario Créatif s'attaquera aux problèmes de main-d'œuvre en élaborant une stratégie polyvalente qui inclura une description des catégories de travaux existantes et les cheminements de carrière spécifiques pour chaque type de profession dans le secteur du cinéma et de la télévision; des renseignements sur les salons de l'emploi régionaux, les établissements universitaires proposant des formations et les possibilités de seconde carrière viendront se superposer à cette cartographie. L'initiative s'efforcera en outre d'améliorer les débouchés pour les acteurs ontariens et leur notoriété, en partenariat avec l'ACTRA. Ces travaux seront réalisés en coopération avec des parties externes et avec le soutien du Groupe des activités opérationnelles et de la recherche d'Ontario Créatif, et comprendront l'établissement d'une liaison avec les partenaires gouvernementaux potentiels, comme le ministère du Travail, de la Formation et du Développement des compétences, le ministère de l'Éducation, et le ministère des Collèges et Universités.
  - **Initiative Écran vert Ontario** : Le Bureau du cinéma continuera d'animer l'initiative Écran vert Ontario, en travaillant avec les partenaires sectoriels et régionaux. L'initiative a été lancée le 10 septembre 2020, de même que son programme inaugural de formation sur le climat et la production écoresponsable et sur le

---

<sup>40</sup> Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2019*.

calculateur d'empreinte carbone. Le comité consultatif a publié son premier plan stratégique biennal en avril 2021 et maintiendra sa collaboration avec le Circular Innovation Council en vue de mettre en œuvre la tactique décrite dans le plan.



## SUCCÈS DU BUREAU DU CINÉMA :

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

- La série limitée primée réalisée en Ontario *The Queen's Gambit* (*Le jeu de la dame*) s'est hissée en tête du classement de Netflix dans plus de 60 pays et a battu le record du plus grand nombre de diffusions au cours des quatre premières semaines, dépassant les 62 millions de spectateurs mondiaux. Le projet a été principalement tourné à Cambridge, Hamilton et Toronto. Entre autres distinctions, *The Queen's Gambit* a remporté des prix Emmy 2021 dans les catégories Meilleure série limitée et Meilleure réalisation d'une série limitée, et a été récompensée lors des prix de la Screen Actors' Guild (SAG) 2021.
- Outre la victoire de *The Queen's Gambit*, de nombreuses productions tournées en Ontario ont été sélectionnées aux Emmy Awards 2021, notamment *The Handmaid's Tale* (*The Handmaid's Tale : La Servante écarlate*), *The Boys*, *Property Brothers: Forever Home*, *Star Trek: Discovery*, *The Umbrella Academy* (*Umbrella Academy*) et *Vikings*. Parmi les séries télévisées réalisées en Ontario sélectionnées pour la 26<sup>e</sup> édition annuelle des Critics Choice Awards, on trouvait *Mrs. America* (FX), *Schitt's Creek* (*Bienvenue à Schitt's Creek*, Pop), *The Queen's Gambit* et *What We Do in the Shadows* (FX).
- La COVID-19 a touché l'industrie du cinéma et de la télévision en Ontario. En collaborant et en établissant des partenariats stratégiques entre les secteurs public et privé, Ontario Créatif a œuvré au côté d'une variété de partenaires sectoriels pour veiller à ce que l'industrie soit à même de se remettre en marche en toute sécurité. En 2020, 232 productions cinématographiques et télévisuelles ont été tournées en Ontario, contribuant pour 1,5 milliard de dollars à l'économie. Le Bureau du cinéma de l'Ontario a aidé à rédiger les lignes directrices en matière de santé et de sécurité en vertu de l'article 21 et a lancé la campagne et le site Web *Prêt pour l'action*, guichet unique permettant d'obtenir des renseignements à jour sur la production pendant la pandémie.
- Le Bureau du cinéma a travaillé à l'établissement de relations clés entre investisseurs, promoteurs, exploitants de studios et cadres de la planification de productions dans le but de favoriser l'expansion des studios d'enregistrement aux quatre coins de la province, à Ottawa, Pickering, Hamilton, Mississauga et Toronto. En 2020-2021, 800 000 pieds carrés supplémentaires de studios ont été obtenus.
- En 2020-2021, un total de 19 partenaires ont rejoint l'initiative Écran vert Ontario, coprésidée par le ou la chef du Bureau du cinéma. Jusqu'à présent, 200 travailleurs du secteur du cinéma et de la télévision au total ont suivi la formation en ligne sur le climat et la production écoresponsable, et Écran vert Ontario a lancé un Calculateur d'empreinte carbone en ligne afin de simplifier le processus de saisie et de collecte des données nécessaires pour calculer l'empreinte carbone.
- La série originale d'Amazon Prime Video, *The Boys*, qui a été tournée à Hamilton, Oshawa et Toronto, est sortie en juillet 2019 sous les acclamations du public. Il s'agit de la série la mieux notée du service de diffusion en continu sur IMDb et d'une des productions originales d'Amazon les plus regardées, d'après la société.
- La quatrième saison de la série canadienne *Cardinal*, tournée à North Bay, a travaillé directement avec plus de 650 fournisseurs ontariens. La production a dépensé près de 3 millions de dollars par épisode et employé directement 1 008 personnes résidant en Ontario.
- Durant le tournage de ses deux premières saisons en 2017 et 2018, *Star Trek: Discovery*, de CBS, a dépensé 257 millions de dollars en Ontario, avec 4 199 emplois à la clé. La production a alimenté plus de 100 entreprises durant chacune des deux saisons. La dépense était presque équitablement répartie entre les coûts de l'équipe technique et de la main-d'œuvre (53 %) et les biens et services locaux (47 %).
- Au cours des 18 derniers mois, l'équipe de la Photothèque des extérieurs a amélioré le processus de traitement des nouveaux extérieurs. Le temps d'attente pour effectuer le contrôle de la qualité, le balisage des métadonnées et le photofaçonnage a été réduit de huit mois à cinq jours.



## INITIATIVES COLLABORATIVES

Ontario Créatif travaille avec les parties prenantes des différentes industries afin de proposer des activités collaboratives intersectorielles. Ces activités encouragent l'établissement de partenariats au sein des industries des médias de la création et entre ces industries, dans l'optique de stimuler l'innovation, la productivité et la croissance. 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 :

- De la page à l'écran est une initiative de commerce interentreprises permettant aux producteurs de cinéma, de télévision et de produits multimédias interactifs numériques de rencontrer des éditeurs de livres ontariens à l'occasion d'une série d'entretiens particuliers. Jusqu'à présent, le programme a orchestré plus de 4 000 entretiens professionnels et servi d'intermédiaire à plus de 75 contrats d'adaptation. Les éditions 2021-2022 et de l'exercice précédent du programme se sont déroulées virtuellement. Lors d'une édition antérieure du rendez-vous, une option a été prise par Aircraft Pictures sur *The Breadwinner* (*Parvana : une enfance en Afghanistan*) de Deborah Ellis, publié par Groundwood Books. Le film, financé en partie par le Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique, a été sélectionné aux Oscars en 2018 dans la catégorie Meilleur film d'animation. *The Breadwinner* est une coproduction entre le Canada, l'Irlande et le Luxembourg réalisée sous l'égide d'Angelina Jolie en qualité de productrice déléguée.
- Jusqu'à présent, plus de 100 films ont été financés avec succès grâce au Forum sur le financement international d'Ontario Créatif, notamment *Night Raiders*, *Castle in the Ground* (*Combat des ombres*), *Maudie* (*Maud*), *Tokyo Story*, *Book of Negroes* (*Aminata*), *Edwin Boyd: Citizen Gangster*, *Midnight's Children*, *The Husband*, *The Whistleblower* (*La Dénonciation*), *Coriolanus*, *Born to Be Blue* (*Pour l'amour de la musique*), *Wadjda* et *Incendies*, sélectionné aux Oscars<sup>41</sup>. En septembre 2020 et 2021, Ontario Créatif a brillamment réussi à transformer le FFI en manifestation virtuelle qui a eu les honneurs d'un article dans le *Globe and Mail* et a été très appréciée par les participants : « Ça a été une expérience exceptionnelle. Les autres producteurs et cadres que nous avons rencontrés ont fait preuve d'un enthousiasme fort appréciable. Je recommanderai chaudement ce forum à d'autres producteurs. » (Summer Shelton, Story Farm)
- La Série de discussions (anciennement connue sous le nom Les petits déjeuners Dialogue numérique) est un forum d'échange tout au long de l'année entre dirigeants des médias, de la culture et de la technologie. Quatre séances ont été organisées en 2021-2022. Toutes les séances ont eu lieu virtuellement et la liste des invités incluait toujours des relations des quatre coins de la province. Ontario Créatif met toutes les discussions entre spécialistes à disposition sous forme de balados et de transcriptions.
- Ontario Créatif organise une journée Échange de création une année sur deux. Le rendez-vous donne à tous les secteurs l'occasion de se rencontrer, d'apprendre (grâce à des tables rondes et des conférences) et de participer à des entretiens particuliers pour explorer de nouvelles possibilités en matière d'affaires et de formats. La conception du programme prend pour modèle la première phase du Fonds pour la collaboration et l'innovation, qui a pris fin en 2016-2017. Le rendez-vous a été lancé en 2017-2018 et a lieu tous les deux ans. L'édition 2021-2022 a été reportée d'un an afin de permettre la planification d'une manifestation présentielle. Le prochain rendez-vous devrait avoir lieu en avril 2022.
- En 2022-2023, Ontario Créatif poursuivra ses efforts de marketing stratégique intersectoriel pour mettre en relief des projets reflétant la diversité soutenus par Ontario

---

<sup>41</sup> *Ibid.*

Créatif, et ce, dans le but d'élargir le public des projets régionaux, francophones, autochtones et autres projets répondant à la définition provinciale de la diversité. En 2020-2021, cette initiative a assuré la promotion de 85 contenus grâce à la campagne *Achetez. Diffusez. Soutenez.*, et a mis en avant les sociétés et les artistes ontariens noirs en soutenant la campagne *#BlackHistory365* de ByBlacks.

- En partenariat avec les prix JUNO, la série JUNO Talks a permis d'organiser des conversations sur le thème des concerts et de la technologie.
- À partir de mars 2021, Ontario Créatif a présenté **Music makes it: New Connections**, une série d'activités de réseautage intimes et ciblées conçues pour cultiver et catalyser les partenariats intersectoriels. La première a eu lieu virtuellement dans le cadre du tout premier partenariat avec Canadian Stage, visant à présenter des représentants de l'industrie musicale à des organisations du secteur du spectacle sur scène dans le but de contribuer à faire germer des partenariats non traditionnels comme stratégie de reprise après la COVID-19. La deuxième, **Business is Better with Music**, s'est déroulée en présentiel par l'intermédiaire d'un partenariat avec Conscious Economics (Economic Club of Canada) et l'Association canadienne de musique sur scène pour mettre en relation les parties prenantes de l'industrie musicale avec le milieu canadien de l'entreprise. De nouvelles manifestations suivront.
- Après un hiatus de deux ans, Ontario Créatif organisera à nouveau la réception Fêtons l'Ontario en présentiel pendant le TIFF.
- Enfin, en 2022-2023, Ontario Créatif continuera de travailler en collaboration avec les autres organismes du MIPSTC à la définition de nouvelles façons de tirer mutuellement parti de leurs programmes et de leurs stratégies de communication pour consolider le positionnement global des biens culturels de la province et influencer sur la qualité de vie et le bien-être économique de la population ontarienne.

### **PRIX LITTÉRAIRE TRILLIUM**

Le Groupe du développement de l'industrie organise le Prix littéraire Trillium/Trillium Book Award pour rendre hommage à l'excellence littéraire en Ontario et favoriser la promotion des ouvrages d'auteurs 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 ou lauréates respectifs ou respectives du Prix de poésie Trillium (langue anglaise) et du Prix de poésie Trillium (langue française) reçoivent chacun ou chacune 10 000 dollars et leurs éditeurs 2 000 dollars. 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.

En 2021-2022, la cérémonie de remise des récompenses du Prix littéraire Trillium s'est déroulée intégralement en ligne pour la deuxième année consécutive, notamment sur Facebook Live. Les lectures d'auteurs, jusqu'ici effectuées en personne, ont été remplacées par des vidéos, et des entrevues en direct ont été organisées avec les lauréats pour étoffer le programme. Entre la présélection et l'annonce des lauréats, l'organisme a produit 574 articles promotionnels, qui ont généré plus de 187,7 millions d'empreintes, soit le triple de l'année précédente.



- L'année 2022 marque le 35<sup>e</sup> anniversaire du Prix littéraire Trillium. Des célébrations spéciales sont prévues pour l'occasion, notamment des activités rendant hommage aux anciens lauréats et finalistes et la création d'une vidéo consacrée à l'événement.
- Le Prix littéraire Trillium devrait avoir lieu dans un format hybride, avec des éléments présentiels et virtuels.
- La présentation électronique des candidatures sera mise en œuvre en 2022-2023. Des liseuses numériques et des fichiers électroniques seront fournis aux jurés aux fins d'appréciation. Les éditeurs n'auront besoin d'envoyer qu'un seul exemplaire papier du livre considéré pour le prix. Ce changement permettra de réduire l'empreinte écologique du processus de gestion du prix, de même que les coûts et la complexité pour les maisons d'édition qui présentent des titres.

#### **FINANCEMENT DE TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL INC.**

En 2021-2022, Ontario Créatif a octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars au TIFF. En plus de ces fonds opérationnels, Ontario Créatif 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. En 2021-2022, l'organisme a également accordé 120 000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs pendant le festival, et où Ontario Créatif tient un stand de marketing partagé avec Téléfilm Canada. Le stand sert à promouvoir l'Ontario comme lieu de production de premier ordre auprès des décideurs internationaux, et offre un centre où les intervenants ontariens peuvent organiser des rencontres avec les délégués internationaux. L'organisme a accordé 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit 2021 du TIFF par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

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 de l'industrie du monde entier. En 2021, le TIFF a monté un festival hybride, à la fois présentiel et virtuel. L'éminent rendez-vous de développement de l'industrie d'Ontario Créatif, le FFI, s'est déroulé virtuellement pour la deuxième année consécutive. Le 16<sup>e</sup> FFI annuel a réuni des producteurs de films ontariens, canadiens et étrangers et des bailleurs de fonds internationaux. Lors de l'édition virtuelle, 41 producteurs et plus de 40 cadres ont participé à des rencontres orchestrées, à une discussion entre spécialistes exclusive et à des tables rondes sur l'avenir du financement. Enfin, l'organisme a pu tenir un «stand» ontarien au sein du marché de l'industrie virtuel et animer une réunion de spécialistes sur la coproduction ayant inclus la présentation de la coproduction canado-norvégienne *The Middle Man*.

## GRUPE DES PROGRAMMES DE CRÉDITS D'IMPÔT ET DE FINANCEMENT

Les crédits d'impôt pour les médias de la création de l'Ontario constituent des incitations majeures à faire des affaires dans la province. Les crédits d'impôt fournissent aux créateurs 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.

De nombreux territoires de compétence dans le monde utilisent les crédits d'impôt destinés aux médias culturels comme un outil pour inciter à la production et offrir une série d'avantages économiques. Une étude pionnière examinant l'impact des crédits d'impôt sur les secteurs des médias sur écran au Royaume-Uni a conclu que ces secteurs bénéficiant d'allègements fiscaux avaient rapporté un total de 7,91 milliards de livres de valeur ajoutée brute à l'économie du Royaume-Uni. Combinées, les dépenses de production et la création d'emploi qu'elles suscitent ont conduit à des déclarations de revenus substantielles pour le gouvernement. D'après les estimations, les secteurs des médias sur écran ont généré 2,04 milliards de livres de recettes fiscales en 2016. Et ces recettes sont en augmentation. Les recettes fiscales ont progressé de 67 % durant la période de quatre ans allant de 2013 à 2016<sup>42</sup>.

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

Ontario Créatif administre actuellement cinq crédits d'impôt remboursables en collaboration avec l'Agence du revenu du Canada, sur la base des dépenses admissibles dans les industries du cinéma, de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de l'édition du livre et de la musique<sup>43</sup>. Les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt relèvent du ministère des Finances. Ontario Créatif travaille en collaboration avec le MFO et le MIPSTC 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 % 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 % s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 % 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 % 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.

---

<sup>42</sup> British Film Institute, « Screen Business », Londres, 2018, p. 16.

<https://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/screen-business-full-report-2018-10-08.pdf>.

<sup>43</sup> En 2015, un sixième crédit d'impôt, le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore a été interrompu; néanmoins, Ontario Créatif continuera d'administrer le crédit jusqu'à ce que toutes les demandes admissibles soient traitées.

- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 18 % 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.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 40 % (35 % 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 % des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'auteurs canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles.

#### OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

#### RÉSULTATS DU PROGRAMME :

En 2020-2021, le soutien offert par l'intermédiaire des crédits d'impôt a généré des dépenses de production et de produit de plus de 10 milliards de dollars (soit plus de 14,50 dollars pour chaque dollar investi par l'Ontario) tout en favorisant la création de contenu ontarien et en attirant des investissements internationaux considérables par le biais de la production étrangère.

Grâce à plusieurs mesures d'amélioration des processus et stratégies d'atténuation de la COVID-19, le service des programmes de crédits d'impôt et de financement d'Ontario Créatif a réalisé d'importants progrès dans la réduction des files d'attente des crédits d'impôt, par rapport à l'exercice précédent :

- Le temps d'analyse, tous crédits d'impôt confondus, s'élevait à 3,9 semaines, un progrès de 25 % en moyenne par rapport à l'exercice précédent.
- À 25,3 semaines, le temps de traitement total était 28 % plus rapide que durant l'exercice précédent.
- Ontario Créatif a examiné un nombre record de produits : plus de 3 600. L'exercice 2020-2021 est le quatrième exercice consécutif au cours duquel Ontario Créatif a examiné davantage de produits qu'il n'en a reçu, réduisant l'arriéré de dossiers en attente de certification.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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



## AMÉLIORATION DE LA PRODUCTIVITÉ ET DU SERVICE À LA CLIENTÈLE :

Ces dernières années, Ontario Créatif a procédé à un certain nombre de changements drastiques en vue d'améliorer la productivité, à savoir : passage de systèmes papier à un système de demande et de traitement entièrement en ligne; examen complet des processus opérationnels et améliorations/affinages constants; mise en place d'un mode d'évaluation axé sur les risques (avec le MFO); formation polyvalente et réaffectation des ressources humaines; augmentation des niveaux de dotation et possibilité pour le personnel de faire des heures supplémentaires rémunérées; formulaires de demande révisés (pour améliorer la qualité et la pertinence des renseignements reçus); dates limites de présentation des demandes et délais de réception des documents exigés de la part des auteurs de demande ne répondant pas ou tardant à répondre; et essais pilotes supplémentaires de modifications en faveur du traitement axé sur les risques pour en évaluer l'impact. Le lancement des certificats électroniques a eu lieu au troisième trimestre de 2021-2022.

La focalisation sur les améliorations revêt une importance capitale, Ontario Créatif ayant conscience que des délais de traitement des demandes de crédit d'impôt élevés augmentent le coût du financement pour les producteurs, retardent la possibilité d'accéder à des capitaux qui seraient autrement réinvestis dans la création de nouvelles propriétés intellectuelles, menacent la viabilité des sociétés et limitent l'intérêt des investissements de la province pour couvrir le coût du financement provisoire. 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.

- Ontario Créatif est fier des ajouts notables sur le site Web de l'organisme : une calculatrice de CIOSP/CIPCTO permettant d'estimer la valeur du crédit d'impôt, et un outil de recherche d'adresse lié à la prime régionale pour déterminer si un lieu de tournage en extérieur se trouve dans les limites de la RGT ou en dehors, et s'il est admissible à toucher la prime. Le projet de rédaction de versions en langage clair des lignes directrices sera aussi entamé en 2020-2021.
- Ontario Créatif a lancé le projet pilote de transition vers un mode de travail sans papier, consistant à remplacer les dossiers d'examen papier par des versions numériques aux fins de l'examen final par la chef d'équipe, dans une des équipes d'agents des questions financières au premier trimestre de 2019-2020. En raison de la COVID-19 et des protocoles actuels de travail à la maison, ce projet a été accéléré et l'approche dématérialisée a été adoptée par tous les agents des questions financières et chefs d'équipe au quatrième trimestre de 2019-2020.
- Ontario Créatif accepte les versions numériques des produits ou productions dans le cadre des demandes de CIOESAI, de CIPCTO et de CIOPMIN. Cette pratique a été élargie aux exemplaires numériques des livres présentés au CIOME du fait des restrictions liées à la COVID-19.
- Ontario Créatif a poursuivi la mise en œuvre d'améliorations du processus de présentation des demandes pour contribuer à veiller à ce qu'elles soient transmises une fois complètes. À titre d'exemple, un formulaire de renseignements sur l'entreprise a été introduit dans le cadre de la présentation des demandes au premier trimestre de 2020-2021 pour pallier la carence de documentation concernant l'entreprise constatée dans plus de 30 % des demandes de CIPCTO.
- Ontario Créatif est résolu à simplifier le processus de demande de crédit d'impôt à l'aide de la technologie et compte prendre appui sur la base solide que constitue son PDL. Une mise à jour du système de GRC est en cours. Elle améliorera la fonction de recherche et les capacités de rapport en vue d'accroître la collecte et l'analyse de données.

Les temps de traitement ont été améliorés ces dernières années en adoptant de meilleurs processus opérationnels et en recrutant des employés supplémentaires. Grâce à ces améliorations de processus et aux effets des mesures de traitement temporaires mises en place compte tenu de

la COVID-19, le temps de traitement total moyen en 2020-2021 était le plus court depuis plus de cinq ans, avec 25,3 semaines (desquelles le temps consacré à l'analyse active ne représente que 3,9 semaines, le restant correspondant aux semaines passées dans la file d'attente). Comparativement, il était de 35,1 semaines pour l'exercice précédent. Non content de traiter les demandes plus rapidement, l'organisme en traite un plus grand nombre : le nombre record de 3 600 produits ont été examinés en 2020-2021.

En 2020-2021, Ontario Créatif a collaboré avec le MIPSTC et la société à responsabilité limitée MNP pour réaliser un examen des programmes de certification de l'admissibilité aux crédits d'impôt de l'Ontario pour les médias culturels. L'organisme a à cœur d'améliorer constamment les processus et avait déjà procédé à la mise en œuvre de plusieurs des recommandations formulées lorsque le rapport final lui a été communiqué, en octobre 2020. En 2021-2022, l'organisme poursuit son action pour mettre en œuvre les recommandations restantes du rapport et réaliser de nouveaux efforts visant à réduire les temps de traitement et à trouver des moyens pour simplifier les interactions avec la clientèle.

#### EN 2021-2022 :

- Ontario Créatif a remis une liste de priorités stratégiques et administratives au MIPSTC soulignant les possibilités et options afin de faire en sorte que les crédits d'impôt soient réactifs, plus simples pour les utilisateurs, et en phase avec les réalités du marché actuel et les objectifs du Plan d'action du gouvernement pour un Ontario ouvert aux affaires.
- Le projet visant à internaliser la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO) est actuellement en phase de découverte et d'analyse.
- L'organisme continue de présider des réunions mensuelles ainsi qu'une assemblée générale annuelle avec le MFO et l'ARC pour résoudre les problèmes liés à l'administration des crédits d'impôt. En 2017-2018, Ontario Créatif a entamé un dialogue avec l'ARC pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation dans le but de simplifier l'administration des crédits d'impôt. Ce travail a mené au développement d'une solution permettant de réduire la duplication des documents que les auteurs de demande doivent présenter à l'ARC. Lancée en mai 2021 une fois le développement terminé, la solution a nettement amélioré les services offerts aux parties prenantes.
- Outre le plan d'action décrit dans le rapport de MNP, Ontario Créatif a réalisé une étude en vue de déterminer quels seraient des objectifs appropriés en matière de normes de service liées au temps de traitement des demandes complètes, et compte les rendre publiques d'ici au quatrième trimestre de 2021-2022.
- À mesure que l'équipe des crédits d'impôt progressera dans l'établissement d'objectifs en matière de normes de service, elle s'attend à ce que de potentiels problèmes surviennent en lien avec une augmentation du nombre de dossiers irréguliers susceptibles de nécessiter un temps de traitement supplémentaire et de générer des litiges. En guise de stratégie d'atténuation, Ontario Créatif s'engage à travailler avec ses partenaires à la recommandation d'une clause restrictive qui formaliserait le processus d'examen des litiges.
- Depuis 2019-2020, Ontario Créatif œuvre à la numérisation des principaux documents de traitement dans le but de simplifier le processus d'examen et d'éliminer la répétition des tâches. En 2021-2022, un nouveau module a été ajouté au PDL permettant de générer une feuille de couverture électronique. Une autre fonction sera ajoutée ultérieurement. En intégrant le dossier d'examen de l'agent des questions financières dans les données recueillies par le PDL, l'exactitude et le temps d'analyse seront améliorés.
- En 2021-2022, Ontario Créatif a simplifié le processus de dépôt pour les auteurs de demande en supprimant l'exigence de remise de médias physiques dans le cadre des demandes de crédit d'impôt. Cette mesure présente également l'avantage de réduire l'espace de stockage requis et les dépenses de l'organisme.

- En prenant appui sur les solutions temporaires de signature et de délivrance de certificats de crédit d'impôt électroniques mises en place pendant la pandémie de COVID-19, Ontario Créatif a mené à bien un projet à l'échelle de l'organisme entier pour autoriser la signature numérique sécurisée de tous les documents contractuels et les certificats de crédit d'impôt. Cela permet de délivrer les certificats électroniques par le biais du PDL sécurisé, en éliminant toute nécessité d'imprimer des exemplaires et de les envoyer par la poste. Les phases de développement et de test étant à présent terminées, le lancement des certificats électroniques a eu lieu en décembre 2021.
- Le budget de l'Ontario de l'automne 2020 a présenté des modifications apportées à quatre crédits d'impôt pour aider les parties prenantes à atténuer l'impact de la COVID-19. Ontario Créatif a pris des mesures pour mettre en œuvre ces changements et a mis à jour ses documents (formulaires de demande et lignes directrices) en conséquence. Une fois les modifications réglementaires adoptées, Ontario Créatif a rédigé des bulletins d'information pour en donner un aperçu et apporter des précisions techniques en concertation avec le MFO, l'ARC et le MIPSTC.

#### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Ontario Créatif mènera un examen des frais d'administration des crédits d'impôt. Il portera à la fois sur la réduction des frais pour certains auteurs de demande et sur la production de recettes accrues pour compenser les pressions opérationnelles.
- Ontario Créatif poursuivra son projet d'élaboration de versions en langage clair des lignes directrices de tous les crédits d'impôt dans le cadre de sa focalisation constante sur l'amélioration du service à la clientèle.
- Ontario Créatif se penchera sur la question des documents requis pour faire état de la citoyenneté canadienne dans les demandes de crédit d'impôt, afin de veiller à ce que la terminologie soit respectueuse et inclusive vis-à-vis des Autochtones.
- Ontario Créatif poursuivra l'adoption des améliorations des processus de socialisation organisationnelle/formation recommandées dans le rapport de MNP, qui visent à accroître la productivité du personnel. Il s'agit par exemple de donner des procédures et des instructions de travail détaillées, de standardiser les outils et les modèles, et d'améliorer les programmes de socialisation organisationnelle et de formation.
- Ontario Créatif fait partie d'un groupe de travail tripartite (Ontario Créatif, le MFO et le MIPSTC) étudiant les aspects des recommandations de MNP qui nécessitent une coopération, ce qui a entraîné de nouvelles discussions quant à la mise à jour du PE.
- L'organisme continuera de suivre les résultats du Comité consultatif pour la production cinématographique et télévisuelle et du plan stratégique quinquennal du MIPSTC et mettra en œuvre les mesures appropriées.
- Ontario Créatif collaborera avec l'Agence du revenu du Canada à la mise à jour du protocole d'entente qui régit l'échange de renseignements entre les deux organismes.
- Ontario Créatif continue de représenter l'Ontario et de faire valoir ses intérêts en qualité de membre actif du comité national des crédits d'impôt. En 2017-2018, un groupe de travail du comité a été créé et Ontario Créatif a commencé à travailler en collaboration avec le BCPAC et d'autres provinces pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation. Ce travail devrait se poursuivre en 2022-2023.
- Ontario Créatif exploitera une fonction interne du système de GRC pour avoir un meilleur aperçu du rendement en matière de traitement. Cette fonction comptera le temps réel consacré à l'analyse des demandes et donnera une meilleure idée du temps passé à attendre que l'auteur de demande réponde.
- Ontario Créatif s'est rapproché des Services numériques de l'Ontario en vue d'étudier les possibilités futures, comme exploiter l'IA dans le cadre du processus de demande, obtenir un nouveau financement à l'égard des technologies numériques grâce au fonds d'accélération Faire progresser l'Ontario et utiliser le Projet d'identité numérique de l'Ontario pour simplifier l'attestation du statut de résidence.



## **GROUPE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES ET DE LA RECHERCHE**

### **PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE**

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

#### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

#### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2022-2023, le soutien accordé par l'intermédiaire du PVS devrait appuyer cinq à dix nouvelles études qui fourniront des renseignements et des données afin d'aider les sociétés de l'industrie ontarienne de la création à rester compétitives face aux multinationales de plus grande envergure partout dans le monde. Les études de veille stratégique devraient aussi permettre de mieux faire connaître Ontario Créatif et la province comme partenaires de confiance et catalyseurs de renseignements et de travaux de recherche dans le secteur des industries des médias de la création. En 2020-2021, six projets financés par le PVS ont été publiés et dix nouveaux projets ont été approuvés, ces derniers ayant généré 1,31 dollar de dépense pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. En 2019-2020, les lignes directrices du programme ont été mises à jour pour intégrer l'acceptation des demandes émanant du secteur de la musique. Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

Ontario Créatif a accordé son soutien à plusieurs projets qui visaient à mieux comprendre les répercussions de la pandémie sur les industries de la création et publie les rapports achevés sur son site Web. À titre d'exemples, citons le rapport *Pandemic Effect*, du Centre canadien du film, qui donne un aperçu des répercussions de la COVID-19 sur les entreprises numériques dirigées par des femmes en Ontario, et *Isolés ensemble*, du Game Arts International Network, qui présente les défis majeurs auxquels sont confrontés les studios de développement de jeux canadiens dont le personnel a dû travailler à domicile pendant la COVID-19 et fournit des stratégies d'atténuation. En 2021-2022, des fonds supplémentaires ont été injectés et sont alloués à des projets qui contribueront directement à l'élaboration de stratégies de reprise après la COVID-19, notamment une étude en cours réalisée par Wavelength Music Projects portant sur de nouveaux modèles d'exploitation pour les petites salles de concert. D'autres rapports pertinents rédigés par des tiers sont partagés avec l'industrie par le biais de la Bibliothèque de recherche en ligne et mis en relief dans les bulletins de veille stratégique trimestriels.

#### **PRIORITÉS EN 2022-2023 :**

- Compte tenu de la demande récente à l'égard de ce programme de petite envergure, l'organisme continuera d'accorder, durant l'exercice suivant, la priorité aux demandes axées

sur la reprise après la COVID-19, le développement de la main-d'œuvre, ou la diversité et l'inclusion au sein des industries de la création.

## **RECHERCHE INTERNE ET FINANCÉE PAR ONTARIO CRÉATIF**

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

- Examen de la méthode de compilation des statistiques sur la production : Ontario Créatif mène une étude en partenariat avec d'autres membres de l'Association of Provincial Funding Agencies (APFA) afin de mieux comprendre comment les différentes provinces canadiennes recueillent les statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle et produisent des rapports connexes. Après l'achèvement d'une première phase ayant apporté un éclairage sur l'état actuel, la deuxième phase, consistant à charger une tierce partie de définir des pratiques exemplaires en matière de compilation de statistiques sur la production qui pourraient être adoptées par l'ensemble des partenaires, est en cours et devrait s'achever au quatrième trimestre de 2022. Le projet comporte un volet visant à concevoir un outil de calcul de l'impact économique régional, qui sera mis à la disposition des collectivités ontariennes et, à titre indicatif, des provinces partenaires membres de l'APFA.
- Plan stratégique de l'organisme : En 2022-2023, Ontario Créatif s'engagera dans un processus de planification stratégique quinquennal qui sera géré par l'équipe des activités opérationnelles et de la recherche.

## **PARTENARIATS**

Ontario Créatif lance 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.

- Depuis 2013-2014, Ontario Créatif participe à la Stratégie en matière de statistiques culturelles, une initiative menée par le ministère fédéral du Patrimoine canadien et incluant des partenaires provinciaux, territoriaux, municipaux et autres. Ce partenariat favorise la publication de données culturelles clés par Statistique Canada, par exemple sur les emplois dans le secteur culturel, la contribution au PIB, et le commerce de produits et de services culturels.
- En 2020-2021, Ontario Créatif s'est associé au groupe VICE Media pour réaliser conjointement une monographie ayant porté sur le futur de la main-d'œuvre créative, sur le degré de sensibilisation des générations Z et Y aux rôles créatifs ou en coulisses au sein des industries de la création, et sur leur intérêt pour ces rôles. Le rapport a été publié en août 2021. Il a suivi un premier rapport rédigé en 2019-2020 sur les habitudes, comportements et préférences des consommateurs issus de la génération Z, ainsi que sur les pratiques exemplaires des créateurs de contenu qui parviennent à toucher ces publics. Ce mode de partenariat a permis à Ontario Créatif de tirer parti de l'expertise unique de VICE pour mettre un précieux document de veille stratégique à la disposition de ses parties prenantes dans tous les secteurs.
- En 2021-2022, Ontario Créatif s'est associé à plusieurs organismes afin d'appuyer des initiatives de recherche clés pour les industries de la création, y compris les suivantes :
  - Une étude se penchant sur le rôle des occasions de réseautage informelles (c'est-à-dire les manifestations sectorielles) et sur la manière dont ces « rassemblements »

sont susceptibles de contribuer à inclure ou exclure les femmes de couleur de l'industrie de la création de contenu pour écran (avec Women in Film and Television [WIFT]-Alberta)

- L'élaboration d'une stratégie relative au sport électronique pour la Ville de Toronto et la province de l'Ontario (partenariat avec l'IDM Office de la Ville de Toronto)
- L'élaboration de directives concernant la création de contenu authentique et inclusif avec les communautés sous-représentées dans le secteur des médias sur écran. Baptisée *Être vu·e*, cette étude est menée par le Bureau de l'écran des Noirs, avec le soutien de partenaires tels que Téléfilm Canada, le Fonds Bell et REEL Canada.

## **BIBLIOTHÈQUE DE RECHERCHE EN LIGNE**

Ressource créée et entretenue par Ontario Créatif, la Bibliothèque de recherche en ligne 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. En 2019-2020, la BRL a fait l'objet d'une refonte pour améliorer l'expérience utilisateur et la fonctionnalité. Le nombre de visiteurs uniques a plus que doublé depuis la rénovation.

- En octobre 2021, la BRL contenait 870 monographies.
- En 2020-2021, la BRL a comptabilisé plus de 5 000 utilisateurs distincts.
- Les études de la BRL servent également à documenter l'élaboration des profils sectoriels semestriels de l'organisme, qui ont été consultés par plus de 6 000 visiteurs distincts durant l'exercice écoulé.
- En 2022-2023, une nouvelle fonction de partage dans les médias sociaux sera ajoutée pour permettre aux utilisateurs de publier facilement des liens vers les rapports de la BRL sur Twitter et d'autres sites tiers similaires. De nouvelles améliorations pourront inclure la publication d'un compte du nombre total d'études disponibles dans la Bibliothèque de recherche en ligne, lequel facilitera le suivi des résultats et la promotion de cette précieuse ressource.

## **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. Plus de 1 200 personnes lisent le bulletin chaque année.

## **ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES**

Ontario Créatif mène régulièrement un certain nombre d'activités opérationnelles visant à coordonner l'orientation stratégique de l'organisme et à apporter aux processus opérationnels des améliorations afin d'en accroître l'efficacité et l'efficacités et de fournir de meilleurs services aux clients.

Réalisations en 2021-2022 :

- Mise à jour de politiques de l'organisme : en 2021-2022, Ontario Créatif a révisé ses politiques de retour au bureau et de travail flexible (pour se rapprocher du mode de travail hybride permanent prévu). En outre, un examen complet de toutes les politiques internes de l'organisme a été réalisé.



- Accessibilité de la réception : le projet de rendre la réception plus accessible et accueillante pour les personnes handicapées a également été finalisé.
- Modernisation des paiements de transfert : les documents d'appui à présenter dans le cadre du Prix littéraire Trillium et des crédits d'impôt peuvent désormais l'être par voie électronique. L'équipe AOR a aussi travaillé en collaboration avec le MIPSTC et le MSGSC pour satisfaire aux exigences de la Transfer Payment Consolidation Operational Directive, récemment publiée, et a entrepris sa première extraction de données, une opération qui sera dorénavant réalisée chaque année.
- Collecte de données démographiques : amélioration de la conception de la base de données et élaboration de politiques visant à jeter les bases de la mise en œuvre de la collecte de données démographiques individuelles sur les rôles commerciaux et créatifs clés à partir de 2021-2022.

Voici les activités opérationnelles qui seront menées en 2022-2023 :

- Modernisation des paiements de transfert : dans le cadre de son plan de modernisation du processus des paiements de transfert, Ontario Créatif poursuivra la mise en œuvre des améliorations, y compris la transition vers des processus opérationnels entièrement électroniques. En 2022-2023, la signature électronique et la génération automatisée des ententes à partir de la base de données seront concernées.
- Ontario Créatif collaborera également avec le MIPSTC et le MSGSC pour satisfaire aux exigences de la Transfer Payment Consolidation Operational Directive, notamment en réalisant la première extraction annuelle de données requise.
- Mesure des résultats : il s'agit d'apporter constamment des améliorations pour accroître l'automatisation des résultats trimestriels et de la production de rapports, afin de rendre plus efficaces la gestion des résultats et la réponse aux demandes de données en vue de rédiger des notes de synthèse ou dans le cadre d'activités.
- Données ouvertes : identification, préparation et conservation d'ensembles de données conformément à la Directive de l'Ontario sur les données ouvertes.
- 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; et commencera l'analyse des premiers ensembles de données, tout en affinant les processus de collecte sur la base des conclusions de cette analyse initiale.
- Statistiques sur la production : l'équipe AOR travaillera avec le Bureau du cinéma et le service des crédits d'impôt pour compiler les statistiques annuelles sur la production cinématographique et télévisuelle en intégrant, s'il y a lieu, des changements découlant des recommandations de l'Examen de la méthode de compilation des statistiques sur la production (phase 2).
- Planification stratégique : commande d'un nouveau plan stratégique quinquennal pour l'organisme. Supervision de la mise en œuvre du plan stratégique arrivant à expiration et coordination de la planification annuelle des activités de l'organisme.
- Renouvellement du bail : le bail quinquennal des bureaux de l'organisme expire en octobre 2023. En 2022-2023, Ontario Créatif travaillera avec Infrastructure Ontario à l'examen des options.

- Le réseau téléphonique des bureaux sera modernisé en recourant à des téléphones logiciels, afin d'autoriser les appels à partir d'ordinateurs de bureau par l'intermédiaire d'une application ou d'une solution autonome.
- Élaboration d'un plan d'accessibilité pluriannuel : d'ici au 31 décembre 2022, Ontario Créatif publiera un nouveau plan d'accessibilité pluriannuel.
- L'organisme réalisera des évaluations tous azimuts des membres de l'équipe de haute direction afin de renforcer le leadership et les compétences en gestion.

## **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. À compter de l'exercice 2017-2018 et à la demande des personnes représentant l'industrie au sein de ces comités, Ontario Créatif a organisé et officialisé des réunions intersectorielles entre les membres des comités consultatifs de l'industrie.

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

Les comités consultatifs remplissent trois fonctions :

1. Transmettre les suggestions des intervenants à échelon élevé quant à la planification, 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 le conseil d'administration d'Ontario Créatif, 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 enjeux et priorités émergents chez les parties prenantes

Ponctuellement, des sous-comités sont créés pour faire part à Ontario Créatif de leurs commentaires sur des programmes, des documents ou des objectifs spécifiques, comme le renforcement de la diversité et de l'inclusion.

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.

- Depuis 2019-2020, Ontario Créatif prend part au Comité consultatif pour la production cinématographique et télévisuelle du MIPSTC/MFO.
- En 2021-2022, Ontario Créatif a présenté des mémoires au Comité consultatif ontarien de la relance du marché du travail, au Groupe de travail de l'Ontario sur les femmes et l'économie et à *Nourrir la flamme* (consultations du Fonds des médias du Canada 2021 auprès de l'industrie), et a fait part de ses observations quant au livre blanc du ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture.
- Ontario Créatif entend suivre les consultations fédérales et provinciales pertinentes et y contribuer, s'il y a lieu, par exemple en prenant part aux activités découlant de l'examen récemment terminé de la *Loi sur le droit d'auteur* et de l'Examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications.
- Grâce au bulletin de veille stratégique, Ontario Créatif est en mesure de communiquer avec les parties prenantes au sujet des occasions de participer à des consultations portant sur l'élaboration de politiques organisées par tous les ordres de gouvernement.



## INITIATIVES STRATÉGIQUES

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 stratégiques 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 2022-2023, Ontario Créatif est disposé à puiser environ 2,15 millions de dollars dans ses fonds de réserve pour mettre en œuvre une série d'initiatives à durée limitée qui prendront appui sur les programmes existants et les prolongeront, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et en limitant le surplus de pression sur les ressources humaines.

Il s'agit des initiatives suivantes :

- **Initiative de promotion de la diversité (initiatives pour l'industrie) :** Pour la première fois en 2022-2023, tous les programmes d'investissement comprendront l'initiative de promotion de la diversité. L'initiative de promotion de la diversité a été créée en 2017-2018 sous la forme d'une extension limitée dans le temps du Fonds pour la production cinématographique, accordant 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers (fin en 2019-2020) à des films répondant à la définition provinciale de la diversité, laquelle inclut notamment l'ascendance, la culture, l'origine ethnique, l'identité et l'expression de genre, la langue, les capacités physiques et intellectuelles, la race, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle et le statut socioéconomique. À partir de 2018-2019, Ontario Créatif a alloué 250 000 dollars de ce financement au Programme de développement de l'industrie à l'égard d'initiatives dans les secteurs de l'édition du livre et des revues, du cinéma et de la télévision. Conscient de la valeur et de l'impact significatifs d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité, Ontario Créatif a maintenu le programme en puisant dans ses réserves de trésorerie non engagées en 2020-2021 et 2021-2022. L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées pour l'année à venir. Une stratégie sera mise au point en 2022-2023 afin de ne plus avoir à recourir aux réserves de trésorerie en adoptant une solution plus durable pour soutenir les initiatives favorisant la diversité.
- **Initiative de promotion de la diversité (musique) :** Proposition de la maintenir pour un deuxième exercice. En 2021-2022, l'initiative de promotion de la diversité a fourni un supplément au FOIM dans le but d'offrir un soutien supplémentaire à des sociétés et des organisations faisant état d'efforts tangibles et mesurables pour favoriser et accroître la diversité parmi leurs employés (y compris aux postes de direction), leurs artistes et leurs activités de mentorat/formation/perfectionnement professionnel.
- **Prix JUNO (prolongation du cinquanteaire) :** Prix JUNO 2022 en Ontario : Les prix JUNO se sont tenus virtuellement en 2021 et retourneront à Toronto à l'occasion des célébrations retardées du 50<sup>e</sup> anniversaire, qui auront lieu en présentiel en 2022. Ontario

Créatif s'associera à l'ACASE afin d'organiser une fête/campagne de marketing pour célébrer les prémices de la reprise du secteur de la musique.

- **Accélération : Fonds pour les entrepreneurs noirs et autochtones (musique) :**  
L'organisme maintiendra la nouvelle initiative axée sur l'entrepreneuriat musical noir et autochtone lancée en 2021-2022 sous la forme d'une activité limitée dans le temps, et envisagera d'élargir le programme aux personnes de couleur. En qualité d'activité de mentorat supplémentaire, les plans de l'organisme visant à élargir l'initiative de mentorat Access menée dans le cadre de la conférence de la CMW seront élargis à une plus grande variété de conférences et de possibilités de perfectionnement professionnel. Cette initiative relève de la priorité de l'organisme accordée au développement de la main-d'œuvre dans les industries de la création.
- **Modèles d'entreprise nouveaux/innovants (musique) :** L'organisme continuera d'envisager les possibilités de tirer parti de partenariats innovants et non traditionnels en faveur du secteur de la musique, par exemple en repensant l'initiative intersectorielle Music Makes It pour en optimiser l'impact en créant sur mesure des manifestations ciblées et en étudiant les occasions de collaborer avec des secteurs se trouvant en dehors du mandat d'Ontario Créatif (par exemple les arts d'interprétation, les entreprises canadiennes).
- **Plan stratégique :** Ontario Créatif commandera l'élaboration, au cours de l'exercice 2022-2023, d'un nouveau plan stratégique qui orientera l'organisme pour une période de cinq ans débutant en 2023-2024.
- **Nouveau contrat de téléphonie :** Le réseau téléphonique des bureaux sera modernisé en recourant à des téléphones logiciels, afin d'autoriser les appels à partir d'ordinateurs de bureau par l'intermédiaire d'une application ou d'une solution autonome. Le projet comprend le paiement unique associé à l'installation du matériel et du logiciel liés au nouveau contrat de téléphonie.
- **Projets de TI visant à améliorer les processus opérationnels :** Y compris la collecte de données démographiques et des améliorations du site Web.

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan de mitigation/d'action
1	Soutien des industries de la création de l'Ontario pendant la pandémie de COVID-19	En raison de la COVID-19, les programmes et services d'Ontario Créatif pourraient ne pas apporter un soutien suffisant aux industries de la création de la province.	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme a mis en place une certaine souplesse quant aux dates de livraison et aux activités admissibles dans le cadre des programmes, procédé au remboursement des coûts non remboursables et soutenu des initiatives sectorielles urgentes qui répondent à la COVID-19 et stimulent la reprise. Les campagnes de marketing Prêt pour l'action et Achetez. Diffusez. Soutenez. ont été lancées pour aider les clients. Des fonds supplémentaires accroîtront le soutien offert aux sociétés pour contrer les difficultés liées à la COVID-19 et cultiver les occasions de stimuler la relance.	<p><b>Probabilité du risque :</b> Presque certain (5) – La COVID-19 continue de poser de nombreuses difficultés persistantes.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Ontario Créatif jouit de la souplesse lui permettant d'apporter aux programmes des changements qui seront utiles pour les parties prenantes pendant cette crise et des fonds supplémentaires sont en cours de réaffectation aux fins spécifiques de soutien face aux difficultés liées à la COVID-19.</p>	15	Ontario Créatif a ajusté les paramètres des programmes existants et a introduit davantage de souplesse pour contribuer à répondre aux besoins des clients et à les soutenir durant cette crise. Des campagnes de marketing telles que Prêt pour l'action et Achetez. Diffusez. Soutenez. et des aides au secteur des concerts ont été lancées. Les fonds supplémentaires reçus sont en cours de répartition entre une variété de mesures conçues pour stimuler les efforts de relance dans l'ensemble des industries de la création.
2	Soutien de la croissance des industries de la création en Ontario	Les industries de la création de l'Ontario sont prospères, comme en témoigne leur croissance constante. La hausse de la demande à l'égard des services d'Ontario Créatif, sans ressources suffisantes, est susceptible de conduire à un service à la clientèle plus lent et	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme apporte en permanence des améliorations aux processus opérationnels afin de réaliser des gains d'efficacité. Les changements temporaires concernant le traitement des crédits d'impôt à la suite de la COVID-19 ont permis de réduire la file d'attente des demandes de crédit d'impôt, résorbant l'arriéré	<p><b>Probabilité du risque :</b> Presque certain (5) – La demande en services augmente chaque année.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Mineur (2) – Le personnel dévoué continue de travailler inlassablement pour respecter les normes de service et</p>	10	Ontario Créatif continuera de réfléchir à des moyens d'améliorer les processus opérationnels et de les mettre en œuvre (y compris bon nombre de ceux recommandés dans le cadre de l'examen des processus opérationnels relatifs aux crédits



		d'entraîner l'insatisfaction des parties prenantes.		et diminuant le temps de traitement. Les ETP supplémentaires au sein du service des crédits d'impôt ont aussi aidé.	mettre en œuvre les processus d'amélioration opérationnelle. La résorption de l'arriéré et la réduction de la file d'attente de demandes de crédit d'impôt ont accéléré les temps de traitement et considérablement amélioré la satisfaction de la clientèle.		d'impôt). Le personnel continuera de travailler d'arrache-pied pour offrir un service à la clientèle répondant à des normes strictes.
3	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, des dispositions réglementaires et des répercussions de la COVID-19, lesquelles ont exacerbé certaines tendances à long terme et accéléré le rythme du changement. Pour atteindre une efficacité optimale, les programmes et services d'Ontario Créatif doivent être en phase avec cet environnement. Si tel n'est pas le cas, les activités 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.	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 programmes font régulièrement l'objet d'un examen et d'une mise à jour, et l'organisme discute avec ses partenaires au MIPSTC et au MFO des changements qui permettraient de moderniser les dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt.	<b>Probabilité du risque :</b> Probable (4) – Les industries de la création sont composées d'entreprises dynamiques qui évoluent en permanence.  <b>Impact du risque :</b> 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.	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 œuvre des modifications apportées aux crédits d'impôt pour mieux les aligner sur le contexte technologique et réglementaire actuel.
4	Production cinématographique et télévisuelle : contribution au développement continu en Ontario d'un environnement commercial propice à	En raison des mesures de santé et de sécurité liées à la COVID-19, notamment les confinements régionaux, l'opinion publique vis-à-vis de la production cinématographique en	Perception du public/parties prenantes (réputation)	Ontario Créatif entretient un dialogue régulier avec tous les bureaux du cinéma régionaux afin de savoir quelles sont leurs préoccupations et de leur fournir des renseignements sur les derniers protocoles de santé et	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – À mesure que les chiffres de la COVID-19 baissent nettement partout dans la province et que les taux de vaccination augmentent, l'inquiétude	6	Ontario Créatif continuera de surveiller la situation, communiquera les changements concernant les restrictions, les politiques et les protocoles de santé et de sécurité aux

	l'essor des nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production	extérieur risque de conduire à la limitation ou à la suspension par les municipalités de leurs programmes de délivrance de permis.		de sécurité. La campagne de marketing Prêt pour l'action a été conçue pour communiquer aux parties prenantes de toute la province les renseignements les plus récents relatifs au tournage.	qu'un excès de prudence pousse les administrations régionales à refuser d'autoriser l'activité de production s'estompe.  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Le nombre de productions concernées dépendrait de la taille de la région.		bureaux du cinéma régionaux, et vantera l'excellent bilan du secteur en matière de sécurité tout au long de la pandémie.
5	Le plan stratégique d'Ontario Créatif définit l'inclusivité (valoriser, célébrer et soutenir la diversité) comme une valeur principale qui englobe les attitudes et les comportements que nous promouvons et que nous encourageons dans notre organisation. Elles sont fondamentales dans le cadre de notre relation avec les intervenants et la culture interne.	En dévoilant les racines systémiques de l'oppression, les événements actuels 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, puisqu'elles sont financées en puisant dans les réserves, 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, plusieurs autres organismes, agences de financement et organisations sectorielles lançant des programmes et créant des postes dédiés ayant pour objet	Perception du public	La diversité des projets est ancrée dans l'évaluation des programmes. Bien que temporaires, les programmes dédiés à la diversité ont augmenté 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 collecter 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. Même si l'effectif d'Ontario Créatif 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.	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3) – Pour le moment, Ontario Créatif dispose de réserves financières et a fait de la diversité une priorité pour ce qui est de l'utilisation de ces fonds. <b>Impact du risque :</b> Mineur (2) – Les initiatives en cours, telles que la collecte de données démographiques, la promotion de la diversité et l'intégration de la diversité dans les critères d'évaluation, devraient contribuer à minimiser l'impact du risque.	6	Ontario Créatif œuvre à la collecte de données afin de mieux comprendre les caractéristiques démographiques des bénéficiaires de financement. Le souhait de voir la composition du conseil d'administration se diversifier a été signalé au MIPSTC.

		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.					
6	Ontario Créatif s'efforce de faire preuve d'excellence en matière de service et de fonctionnement vis-à-vis de ses parties prenantes, ce qui passe par l'équité et la transparence du processus de prise des décisions quant à la répartition d'un financement limité. Le plan stratégique valorise la collaboration, la responsabilisation et l'inclusion.	Le financement étant limité et la demande dépassant les fonds disponibles, un processus d'évaluation est indispensable pour répartir le financement. Les auteurs de 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.	Perception du public	Les jurys sectoriels constituent le principal mécanisme de prise des décisions de financement dans le cadre des programmes d'investissement en faveur de secteurs spécifiques. Les appels de candidatures 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 employés suivent une formation	<p><b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Le modèle des jurys de pairs employé pour prendre les décisions de financement est en 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><b>Impact du risque :</b> 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>	6	Ontario Créatif continuera d'assurer la formation du personnel contre les préjugés et de recourir principalement au modèle des jurys de pairs afin de favoriser un processus décisionnel juste et transparent.



				obligatoire visant à lutter contre les préjugés.			
7	Contribution au développement continu en Ontario d'un environnement commercial propice à l'essor des nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production, et atténuation du risque de retrait	Les coûts du respect des mesures de santé et de sécurité sur les plateaux de cinéma et dans le secteur des concerts, pour la plupart inadmissibles aux crédits d'impôt et autres financements, pourraient s'avérer trop lourds pour les petites et moyennes productions et sociétés musicales ontariennes. Les difficultés à contracter des polices d'assurance abordables (pour les productions individuelles ou l'assurance commerciale des lieux de concert) constituent également un obstacle considérable. L'incohérence/la confusion en matière de capacité d'accueil des salles régnant entre les territoires de compétence a une incidence sur le potentiel de recettes des artistes en tournée et des salles, et exacerbe les difficultés entraînées par les fermetures prolongées.	Prestation/opérations	Un programme fédéral d'aide à l'assurance apporte un soutien limité aux producteurs des secteurs ontariens du cinéma et de la télévision. Certains coûts liés à la COVID-19 sont compensés pour les projets financés par le Fonds pour la production cinématographique.	<p><b>Probabilité du risque :</b> Probable (4) – Ontario Créatif a constaté une chute significative du niveau de la production intérieure dans la province au début de 2021, mais a observé un rebond au deuxième trimestre. Cependant, d'après les renseignements en provenance de l'industrie, le coût des articles et de la main-d'œuvre liés à la santé et à la sécurité reste un obstacle de taille pour les sociétés ontariennes, les empêchant de passer à l'étape de la production. À la suite des fermetures prolongées, les artistes/agents artistiques font face à une incohérence/confusion entre les territoires de compétence en ce qui concerne les limitations de la capacité d'accueil.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Élevé (4) – Au cours d'un exercice typique, la production intérieure représente environ 50 % des emplois et des dépenses liés à la production en Ontario (approximativement 1 milliard de dollars). Le secteur des</p>	16	Ontario Créatif continuera de travailler avec les secteurs de la production intérieure et de la musique à cerner quels sont les obstacles actuels à la production et à la capacité d'accueil/l'assurance, et abordera le sujet avec le ministère.

					concerts est un énorme moteur d'emploi, générant le nombre estimatif de 10 500 emplois à temps plein dans la seule ville de Toronto. Bien qu'un programme fédéral d'aide à l'assurance existe pour le cinéma et la télévision par l'intermédiaire de Téléfilm, il n'y a pas d'équivalent pour le secteur de la musique.		
8	Gouvernance exemplaire de l'organisme	De nouveaux membres ont été nommés au conseil d'administration depuis le dernier trimestre. Même si le conseil d'administration se rapproche de son effectif complet, les secteurs n'y sont pas tous représentés, notamment ceux du livre, des revues et des produits MIN; de plus, le conseil ne possède pas de comptable professionnel agréé et la diversité ethnique et régionale est limitée. 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 orientation stratégique efficaces à l'organisme.	Gouvernance/responsabilité	Ontario Créatif a remis au MIPSTC 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><b>Probabilité du risque :</b> Possible (3) – Le conseil compte actuellement 11 membres (sur 17 possibles), et la plupart d'entre eux y siègent depuis moins d'un an.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Compte tenu de la taille réduite du conseil, les membres actuels ont une charge de travail accrue afin d'assurer la gouvernance de l'organisme, mais il ne s'agit pas d'une solution viable à long terme.</p>	9	Ontario Créatif continuera de soulever la question auprès du gouvernement.
9	Administration des programmes de crédits d'impôt provinciaux et des autres programmes et	Une augmentation de la demande d'examens et autres procédures judiciaires entre les auteurs de demande de crédit d'impôt non retenus et le	Finances et politiques	Ontario Créatif veille à ce que le personnel soit constitué de spécialistes connaissant bien les dispositions législatives relatives aux crédits d'impôt afin d'éviter	<p><b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Les examens judiciaires passés ont tous tranché en faveur d'Ontario Créatif.</p>	10	Ontario Créatif a proposé d'ajouter une clause restrictive dans les dispositions législatives

	initiatives aux termes des lois pertinentes	gouvernement pourrait s'avérer chronophage pour le personnel et, selon les décisions de justice, avoir de sérieuses répercussions politiques et financières pour le gouvernement.		que de mauvaises décisions soient prises en matière d'admissibilité. Au besoin, l'organisme assure la liaison avec le service juridique du ministère et le Bureau des avocats de la Couronne – Droit civil.	<b>Impact du risque :</b> Très élevé (5) – En cas de procédure judiciaire perdue, le coût pourrait se situer n'importe où dans une fourchette allant de 10 000 à 75 000 dollars en frais juridiques et en dommages légaux. Si le tribunal rend une décision qui élargit les coûts ou les produits admissibles, le coût pour la province pourrait augmenter considérablement.		concernant les crédits d'impôt.
10	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 des recommandations formulées dans le cadre de l'Examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications et du projet de loi C-10 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.	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.	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	9	L'organisme maintiendra sa surveillance et informera le MIPSTC de tout désalignement potentiel susceptible de compromettre la position concurrentielle de l'Ontario.
11	Production cinématographique et télévisuelle : contribution au développement continu en Ontario d'un environnement commercial propice à l'essor des nouvelles	Une pénurie de studios spécialisés pourrait empêcher la province d'attirer des superproductions de qualité, ce qui pourrait entraîner une perte d'emplois et de PIB. Les pénuries de studios pourraient de surcroît défavoriser la	Prestation/opérations	Le Bureau du cinéma de l'Ontario s'emploie à trouver des entrepôts adaptés à la conversion en studios d'enregistrement, et travaille à l'établissement de relations entre promoteurs, exploitants et bailleurs de fonds en vue de favoriser l'expansion	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Malgré la COVID-19, les taux d'inoccupation des studios sont très bas en Ontario. La région du grand Toronto et de Hamilton (RGTH) et Ottawa devraient accueillir 2,5 millions	6	Ontario Créatif continue de faciliter les possibilités innovantes de réaménager ou de répartir différemment les studios existants, et de trouver de nouveaux locaux adaptés à

	possibilités d'emploi, d'investissement et de production	production intérieure dans la compétition pour les locaux.		des studios. Le Bureau du cinéma promeut aussi auprès des parties prenantes intéressées les demandes de propositions portant sur des terrains municipaux propices à l'aménagement de studios d'enregistrement.	de pieds carrés de studios d'ici à 2026. À court terme, cela pourrait ne pas suffire pour tenir le rythme de la croissance sectorielle.  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Le fait que l'inoccupation des studios reste faible en Ontario suggère qu'il existe une demande qui pourrait toujours être satisfaite pour générer des emplois de qualité et une croissance économique accrue dans la province.		la production en vue d'accroître la capacité.
12	Assurance qu'Ontario Créatif est un lieu de travail sans discrimination ni harcèlement	Il y a eu des cas où des intervenants mécontents d'avoir vu leur demande de financement rejetée ont injurié le personnel d'Ontario Créatif. Ce type de comportement pourrait s'aggraver pour se muer en discrimination ou en harcèlement, par exemple des menaces physiques lorsque le personnel sera de retour au bureau après la pandémie de COVID-19. 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.	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 événements selon les politiques et lignes directrices en vigueur dans la FPO. Tous les visiteurs sont tenus d'émarger et un interrupteur de secours se trouve à l'accueil en cas de danger. Le personnel doit suivre une formation obligatoire sur la discrimination et le harcèlement au travail, et une formation visant à lutter contre les préjugés a été offerte.	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Bien qu'un retour progressif au bureau ait été amorcé, les locaux demeurent fermés aux visiteurs. L'intensification du travail à la maison a rendu les menaces physiques au bureau moins probables.  <b>Impact du risque :</b> 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. Plusieurs membres du personnel qui côtoient régulièrement les clients suivent en outre une formation spéciale sur le désamorçage des situations de conflit avec les clients auprès du CAMH.



13	<p>Maintien des plus hauts niveaux de sécurité de l'information et des réseaux</p>	<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>Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)</p>	<p>Les politiques d'Ontario Créatif en matière de TI garantissent les plus hauts niveaux de sécurité des réseaux. Elles incluent des vérifications de sécurité annuelles et des mises à jour régulières de l'infrastructure de sécurité. Le Portail de demande en ligne 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 et les rapports sur les résultats. L'approbation de la direction est exigée préalablement à la publication de renseignements statistiques. De plus, Ontario Créatif possède sa propre équipe 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. 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 l'échelle de la FPO sont proposées aux employés lorsqu'elles surviennent.</p>	<p><b>Probabilité du risque :</b> Rare (1) <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)</p>	<p>3</p>	<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 TI mettra en place les pratiques exemplaires émanant de la communauté de pratique 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 employés.</p>
----	--	--	---	--	---	----------	---

				Le personnel TI a suivi une formation sur la sécurité et participe à la communauté de pratique de la FPO en matière de cybersécurité.			
14	Maintien des plus hauts niveaux de sécurité et d'efficacité de l'information et des réseaux tandis que le personnel travaille à la maison selon un mode de travail flexible	Parce que le mode de travail flexible est en place, le personnel travaillant régulièrement à la maison, des problèmes de sécurité risquent de survenir (puisque les employés se connectent par l'intermédiaire de leur propre fournisseur d'accès Internet). Par ailleurs, la mise en place de certains processus, comme la connexion aux lecteurs réseau au travers d'un réseau privé virtuel (RPV), pourrait ralentir le personnel.	Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)	L'organisme s'est rapidement adapté et préparé pour veiller à ce que le personnel travaillant à la maison utilise des appareils d'Ontario Créatif disposant des logiciels de renforcement de la sécurité. La connexion aux lecteurs réseau se fait par RPV ou SharePoint, dans le nuage, pour assurer une plus grande sécurité. L'équipe TI de l'organisme surveille étroitement le réseau et s'assure que les derniers protocoles de sécurité sont respectés. Le personnel est mis en garde contre les pourriels et a pour consigne de les supprimer. Un plan de gestion des situations d'urgence et de continuité des activités est en place, comprenant un plan de continuité des activités de technologie de l'information.	<b>Probabilité du risque :</b> Rare (1) <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	3	L'organisme continuera d'améliorer les protocoles de sécurité et de contrôler la sécurité des réseaux.
15	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	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 en ligne, le temps que les serveurs soient redémarrés ou remplacés et que le système d'exploitation et les pare-feu soient réinstallés. L'organisme a déplacé la plupart des	<b>Probabilité du risque :</b> Rare (1) <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	3	L'organisme procède activement à la réalisation d'un projet visant à déplacer les applications vers le nuage et les serveurs vers une installation hors site sécurisée. Une fois accompli, ce projet atténuera entièrement

		d'un incendie). Le risque augmente à mesure que le bâtiment vieillit.		applications hors site, y compris le Portail de demande en ligne, la Bibliothèque de recherche en ligne et la Photothèque numérique des extérieurs. Les lecteurs réseau ont été déplacés vers le nuage et le projet de colocation de l'organisme consistant à déplacer ses serveurs vers une installation hors site sécurisée et à température contrôlée est à moitié achevé. Le rapport SOC de notre site de stockage des données, Iron Mountain, a été examiné en juillet 2021.			tous les risques liés à l'intégrité physique des bureaux. Il devrait s'achever en 2023.
--	--	---	--	---	--	--	---