

ONTARIO CRÉATIF PLAN D'ACTIVITÉS 2020-2021



Présenté le 7 janvier 2020

TABLE DES MATIÈRES

I. RÉSUMÉ	5
II. MANDAT	13
III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT	16
IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES.....	30
V. TOUR D'HORIZON DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME.....	35
VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS	69
VII. ATTÉNUATION DES RISQUES : STRATÉGIES DE DÉTECTION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES ..	71
VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL	73
IX. MESURES DU RENDEMENT	75
X. BUDGET FINANCIER.....	83
XI. PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET À LA PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES	84
XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT	87
XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2020-2021	89
XIV. PLAN DE COMMUNICATION	92
XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE DE MANDAT DE L'ORGANISME	94

ONTARIO CRÉATIF POUR LA RÉUSSITE

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

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

- **Le contenu ontarien brille dans le monde entier.** Les livres, les films, les jeux vidéo, les émissions télévisées, la musique et les revues multimédias réalisés en Ontario sont compétitifs à l'échelle mondiale, récoltant aussi bien les louanges de la critique que les prix et distinctions, que ce soit à Cannes ou aux prix Emmy et Grammy, en passant par le prix Man Booker.

ONTARIO CRÉATIF POUR L'EMPLOI

Les six secteurs de la création visés par le mandat d'Ontario Créatif entretiennent plus de **65 000 emplois canadiens**¹ au sein de l'économie du savoir de l'Ontario. Voici quelques exemples illustrant comment le soutien de l'Ontario contribue à créer des emplois et à faire croître l'économie :

- Avec l'appui des services de repérage et de facilitation fournis par le **Bureau du cinéma de l'Ontario** et le **Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) (ci-après Bureau de Los Angeles/L.A.)**, ainsi que par le biais de la trousse de programmes et de crédits d'impôt de l'organisme, la production cinématographique et télévisuelle a **injecté 1,9 milliard de dollars dans l'économie de la province** en 2018. Le secteur a représenté **37 000 emplois**, soit une croissance de plus de 4 200 emplois depuis 2017.
- Les bénéficiaires du **Fonds pour les produits MIN** et du **Fonds pour la production cinématographique** d'Ontario Créatif ont généré plus de **35 000 semaines de travail** en 2018-2019.
- Durant ses cinq premiers exercices, le **Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM)** a créé plus de **2 900 postes nets supplémentaires en équivalents temps plein**.

ONTARIO CRÉATIF POUR LA PROSPÉRITÉ

Le contenu ontarien est apprécié dans le monde entier, ce qui se traduit par de solides ventes et de fortes retombées pour les sociétés ontariennes, ainsi que d'excellentes possibilités en matière d'exportation. Un contexte commercial compétitif attire d'importants investissements étrangers dans la province.

- En 2017-2018, le soutien du Fonds pour l'exportation a aidé les sociétés ontariennes à générer 316 millions de dollars de ventes à l'international, ce qui équivaut à 178 dollars pour chaque dollar investi

¹ Statistique Canada, *Tableau 36-10-0452-01, Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit* (consulté le 28 octobre 2019).

par Ontario Créatif.

- Le financement d'Ontario Créatif a favorisé la vente de plus de 20 millions d'exemplaires d'enregistrements dans le monde entier au cours des cinq premiers exercices du Fonds ontarien de promotion de la musique.
- En 2018-2019, chaque dollar de **crédit d'impôt** a entraîné **une dépense de produit/production additionnelle de plus de 20 dollars** en faveur des 2 637 livres, films, **émissions de télévision** et produits multimédias interactifs numériques certifiés par Ontario Créatif.
- Un solide **secteur des services aux productions étrangères** attire des investissements qui ne cessent de créer des emplois et des possibilités économiques en Ontario. La compétitivité et la stabilité de ses crédits d'impôt destinés aux médias indiquent au monde que l'Ontario est **ouvert aux affaires**. Les services aux productions étrangères ont attiré 4 milliards de dollars d'investissements étrangers en Ontario au cours des cinq dernières années, tandis que le vigoureux secteur intérieur a fait jeu égal, générant 4 milliards de dollars supplémentaires pendant la même période². La combinaison de talents, d'infrastructures et d'aide gouvernementale que l'on trouve en Ontario fait de la province un lieu attractif pour faire des affaires. Par exemple :
 - Plus de 55 millions de dollars ont été dépensés en Ontario pour filmer *Shazam!*, de New Line Cinema/Warner Bros. La production a créé 3 457 emplois pour la distribution et l'équipe technique, avec plus de 31,3 millions de dollars de dépenses de main-d'œuvre ontarienne et plus de 23,9 millions de dollars de dépenses en biens et services auprès de plus de 750 entreprises ontariennes, à l'égard de coûts tels que la restauration, le bois d'œuvre et la construction, les frais de location, les frais de permis et les costumes³.
- Les investissements majeurs dans les infrastructures augmentent en Ontario. D'après les annonces récentes, l'infrastructure de studios de l'Ontario devrait croître de 2,2 millions de pieds carrés répartis sur 11 installations d'ici 2022. Lorsque cette expansion sera terminée, la surface des studios d'enregistrement de l'Ontario aura augmenté de 1,8 à 4 millions de pieds carrés. La croissance des studios ne se limite pas à Toronto. Des aménagements sont prévus à Hamilton, Markham, Mississauga, Ottawa et Pickering, générateurs d'emplois bien rémunérés pour ces collectivités⁴.

ONTARIO CRÉATIF POUR LES PARTENARIATS

Ontario Créatif met à profit ses liens avec d'autres parties pour obtenir les meilleurs résultats en faveur de ses parties prenantes et utiliser au mieux les dollars dont il dispose pour investir. À ce titre, il s'emploie notamment à collaborer avec d'autres ministères, d'autres ordres de gouvernement, d'autres administrations et des organismes privés ou sans but lucratif dans le cadre d'initiatives telles que la présence en qualité d'invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort, les stands du Canada sur les marchés internationaux, le Festival international du film de Toronto et les activités de veille stratégique menées conjointement avec d'autres intervenants. En outre, Ontario Créatif travaillera activement avec d'autres organismes durant l'année à venir en vue d'optimiser l'impact combiné des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture, qui relèvent du portefeuille du ministère.

- Ontario Créatif s'associe à Screen Australia, à la New Zealand Film Commission, au British Film Institute, à l'Irish Film Board et à Creative Scotland pour mettre en œuvre CoCréation, une initiative de développement des activités de production au sein de l'industrie du long métrage.

² Ontario Créatif, *Résultats annuels*.

³ Association cinématographique – Canada, communiqué de presse « New Line Cinema/DC's Shazam! Supercharges Ontario's economy, spending over \$55M on production », 5 avril 2019.

⁴ Estimations du Bureau du cinéma de l'Ontario.

- Ontario Créatif offre le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN en tirant parti de l'expertise et du rayonnement des organismes partenaires Women in Film and Television-Toronto, Hand Eye Society et Interactive Ontario.
- En 2019-2020, Ontario Créatif s'est associé au groupe VICE Media pour réaliser une monographie portant 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.
- Les activités de **développement de l'industrie** appuyées par Ontario Créatif ont ouvert plus de **35 000 nouvelles pistes d'affaires** pour les sociétés ontariennes en 2018-2019. Ces contacts importants conduisent à des collaborations et partenariats nouveaux, et contribuent ainsi à la croissance commerciale des sociétés ontariennes.

ONTARIO CRÉATIF POUR UNE PROVINCE PLUS FORTE

Ces succès témoignent des contenus, des extérieurs et de la capacité de production exceptionnels de l'Ontario. La province offre une combinaison parfaite : talents, environnement propice aux affaires et incitations financières concurrentielles. Les programmes et services décrits dans le présent plan d'activités prennent appui sur ces atouts. Les industries de la création se situent au carrefour de la culture, du commerce et de la technologie. En conséquence, le positionnement stratégique des six secteurs soutenus par Ontario Créatif vise à dégager des avantages pour les Ontariennes et les Ontariens dans une grande variété de domaines économiques, culturels et sociaux.

Ontario Créatif est déterminé à améliorer constamment ses processus opérationnels, notamment en éliminant les pratiques inefficaces dans un souci de réaliser des économies. Que ce soit en favorisant l'accès électronique dans l'ensemble des secteurs opérationnels ou en réalisant des gains d'efficacité administrative, par exemple en proposant à ses clients des options de paiement électronique et de dépôt direct, l'organisme veille à optimiser ses ressources de manière proactive.

Ontario Créatif continuera de faire fond sur ces succès par le biais de ses programmes et activités dans les années à venir.

I. RÉSUMÉ

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

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

De plus, pour éclairer et enrichir ses programmes et ses activités, Ontario Créatif consulte régulièrement ses parties prenantes, ce qui contribue à renforcer son aptitude à remplir son mandat avec succès. Des consultations formelles ont lieu par l'intermédiaire des cinq comités consultatifs sectoriels de l'organisme, qui se réunissent tout au long de l'année (les secteurs du cinéma et de la télévision sont représentés par un comité consultatif mixte en matière de production de contenu pour écran), notamment dans le cadre d'une séance intersectorielle annuelle. Grâce à ces activités, Ontario Créatif noue de solides relations avec les industries de la création de l'Ontario, ce qui améliore grandement la capacité de l'organisme de surveiller et de comprendre le paysage très fluctuant au sein duquel évoluent les créateurs de contenu de la province.

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

TENDANCES ET DÉVELOPPEMENTS EXTERNES AU SECTEUR

- Les indicateurs économiques prévoient une croissance lente pour l'Ontario au cours des deux prochaines années, dans un contexte mondial d'incertitude.
- Le niveau concurrentiel du dollar canadien continue de stimuler les exportations et d'attirer en Ontario de nombreuses productions étrangères de contenu pour écran.
- La demande de nouveaux contenus créatifs en tous genres est croissante au sein du marché, aussi bien au Canada que dans le monde.
- Les résultats de plusieurs examens réglementaires d'ampleur auront un impact sur les industries de la création (examens de la *Loi sur le droit d'auteur*, de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*).
- La diversité et la représentativité restent des enjeux importants pour les industries de la création et les organismes qui les soutiennent, et le contenu reflétant la diversité est en forte demande de la part des consommateurs, en particulier ceux de la jeune génération, qui seront les futurs consommateurs de contenu en Ontario.
- Les administrations continuent de rivaliser pour inventer des programmes et des services utiles aux producteurs intérieurs et propices aux investissements étrangers. D'autres organismes de financement canadiens élargissent les critères d'admissibilité pour rendre les programmes plus inclusifs, ajoutant des volets accélérés, étendant le soutien à de nouveaux domaines et multipliant les partenariats.

SITUATION INTERNE

- Le Fonds ontarien de promotion de la musique et le processus de traitement de l'ensemble des crédits d'impôt destinés aux médias culturels font actuellement l'objet d'un examen.
- Ontario Créatif prend part aux activités du Comité consultatif du ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture (MIPSTC) et du ministère des Finances (MFO) pour la production cinématographique et télévisuelle.
- Les capacités d'Ontario Créatif sont soumises à des pressions à mesure que la demande à l'égard de ses programmes et services continue de croître et de dépasser les ressources disponibles, entraînant la perte de possibilités pour l'économie de l'Ontario.
- L'organisme est ralenti par une série de réductions budgétaires et de stratégies de limitation des coûts antérieures. Cette situation tend à lui faire perdre la souplesse qui lui permettait de s'adapter de façon proactive aux changements environnementaux ou de tirer parti de nouvelles possibilités d'investissement et de création d'emplois.

- Ontario Créatif se focalise de plus en plus sur la promotion d'industries de la création reflétant la diversité en Ontario, reconnaissant que le fait d'accroître la diversité aussi bien dans les contenus 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.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Lancé en 2017, le plan stratégique d'Ontario Créatif offre aux industries de la création de la province une vision actualisée, ainsi qu'un énoncé de mission qui annonce clairement comment l'organisme contribuera à concrétiser cette vision. Désormais dans la quatrième année d'un plan quinquennal, Ontario Créatif a accompli des progrès considérables à l'égard de nombre des initiatives décrites dans le document.

Dans le droit fil des orientations stratégiques fixées, Ontario Créatif peut stimuler au mieux la croissance et l'emploi au sein des industries de la création en redoublant d'efforts pour promouvoir la diversité, le développement de la main-d'œuvre, les partenariats, la découvrabilité, le marketing et l'exportation. Ces domaines feront office de priorités stratégiques pour l'organisme en 2020-2021 et ultérieurement.

VALEURS

- Flexibilité
- Prise de risques responsables
- Collaboration
- Responsabilisation
- Inclusion

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

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

CATALYSEURS FONDAMENTAUX

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

PROGRAMMES ET ACTIVITÉS

Ontario Créatif continuera d'examiner, d'évaluer et d'adapter ses programmes et ses services afin qu'ils soient pertinents, pointus et à même de générer d'importantes retombées au fur et à mesure de l'évolution des réalités du marché et de l'environnement commercial des industries de la création. Ontario Créatif continuera d'exploiter les possibilités avec ses partenaires des secteurs public et privé, et ce, afin de mettre au point et de mener des initiatives innovantes qui permettront d'offrir de nouvelles possibilités aux sociétés des médias de la création de l'Ontario et de mieux cibler les priorités du gouvernement. En outre, Ontario Créatif travaillera en étroite collaboration avec le MIPSTC, le MFO et d'autres partenaires en vue de moderniser les crédits d'impôt destinés aux sociétés de la province et d'en améliorer l'efficacité.

En 2020-2021, Ontario Créatif continuera d'offrir ses programmes de base qui favorisent la création de contenu, l'innovation promotionnelle et opérationnelle, la mise en valeur et le développement du secteur.

Voici les initiatives clés qui seront menées en 2020-2021, outre les programmes de base :

- Initiative de promotion de la diversité
- Initiatives de développement de la main-d'œuvre
- Initiatives de production durable
- Lignes directrices des crédits d'impôt en langage clair
- Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens (Fonds pour les TAO)

- Foire du livre de Francfort 2020 : pleins feux sur l'invité d'honneur, le Canada
- Initiative de développement des activités à l'étranger dans l'industrie de l'édition de revues
- Initiative pour la distribution et le marketing des longs métrages produits en Ontario
- Achèvement des améliorations du système de gestion des relations avec la clientèle (GRC)

RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

- Les programmes et services décrits dans le présent plan d'activités partent du principe que le financement provincial d'Ontario Créatif s'élèvera à 35,7 millions de dollars pour 2020-2021 et que les 78 postes en équivalents temps plein (ETP) de l'organisme seront maintenus.
- Pour parvenir à ses objectifs, Ontario Créatif doit pouvoir compter sur une collaboration et un partenariat pérennes avec ses partenaires gouvernementaux, dont le MIPSTC et le MFO. En 2020-2021, Ontario Créatif souhaite notamment explorer de nouvelles possibilités interministérielles, par exemple en s'efforçant de collaborer plus activement avec le ministère de l'Éducation (EDU), le ministère du Travail, de la Formation et du Développement des compétences (MTFDC), et le ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce (MDECEC).

ATTÉNUATION DES RISQUES

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

Voici les risques significatifs auxquels l'organisme et les industries de la création seront confrontés au cours des trois prochaines années :

- Les pénuries de main-d'œuvre au sein de l'industrie cinématographique et télévisuelle
- La possibilité de perte de la position de chef de file et les entraves à la croissance de l'industrie musicale ontarienne
- La limitation des ressources discrétionnaires
- Le volume des demandes de crédit d'impôt
- Les défis et restrictions en matière d'effectifs
- L'accès limité aux marchés d'exportation
- L'insuffisance des ressources pour répondre à la demande croissante

MESURES DU RENDEMENT

Les mesures du rendement de l'organisme sont conçues pour indiquer de manière régulière si les fonds, programmes et autres activités atteignent leurs objectifs. Les mesures du rendement fondées sur les résultats de l'organisme ont été mises à jour en 2017-2018 afin de favoriser la mise en œuvre du plan stratégique, et plusieurs nouvelles mesures ont alors été ajoutées. De plus, plusieurs mesures ont été introduites ou modifiées en 2018-2019 pour pouvoir suivre de nouveaux programmes ou répondre à des changements d'ordre méthodologique concernant les mesures existantes.

Ontario Créatif a conscience que la diversité des secteurs de la création de l'Ontario est essentielle à leur réussite économique future. En 2020-2021, Ontario Créatif concevra des mesures supplémentaires liées au suivi de cette priorité.

Ontario Créatif a atteint ou dépassé la plupart des objectifs de rendement en 2018-2019, tout en notant ce qui suit :

- La valeur estimée des crédits d'impôt a été supérieure aux prévisions en 2018-2019, du fait de l'amélioration des temps de traitement, ce qui a permis de certifier davantage de produits au cours de

l'exercice, notamment dans le cadre du crédit d'impôt pour les services de production (CIOSP) et du crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN).

- Les empreintes médiatiques liées au Prix littéraire Trillium fluctuent chaque année pour différentes raisons (par exemple la présence d'un auteur connu ou d'une auteure connue parmi les finalistes). Les résultats de cet exercice sont inférieurs à l'objectif, en particulier si on les compare aux résultats élevés obtenus en 2017-2018 en raison des activités et des dépenses publicitaires additionnelles associées au 30^e anniversaire du Prix Trillium. Dans l'ensemble, le nombre total des empreintes médiatiques d'Ontario Créatif a été bien supérieur à l'objectif, avec 184,6 millions.
- Ontario Créatif a atteint plus du double de l'objectif en semaines de travail créées et/ou préservées grâce au Fonds pour la production cinématographique et au Fonds pour les produits MIN, et a dépassé les chiffres de l'exercice précédent de plus de 10 000 semaines de travail.
- Le poste de représentant ou représentante de l'organisme au Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario) a été vacant pendant plusieurs mois, ce qui a eu un impact négatif sur le nombre de pistes de production généré par le Bureau. Un nouveau représentant est désormais en poste à la suite d'un recrutement concurrentiel et le nombre de pistes de production devrait commencer à revenir aux niveaux habituels.
- En raison des restrictions en matière de déplacement, le nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a établi une présence stratégique est tombé à cinq, contre 17 en 2017-2018. De la même façon, les initiatives collaboratives menées par l'organisme ont été affectées par les directives visant à limiter les dépenses discrétionnaires.
- Ontario Créatif a atteint tous les objectifs fixés à l'égard des indicateurs de rendement concernant la veille stratégique, à l'exception du nombre de profils sectoriels mis à jour. La mise à jour du contenu des profils a été quelque peu retardée, tandis que le style de ces publications a été actualisé pour correspondre à la nouvelle image de marque de l'organisme.

BUDGET

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

- Il est prévu que les dépenses d'Ontario Créatif pour l'exercice 2019-2020 s'élèvent à 42,5 millions de dollars aux fins de la comptabilité, avant amortissement et prise en compte des acquisitions d'immobilisations. Ces dépenses comprennent 832 000 dollars pour les initiatives limitées dans le temps planifiées et 235 000 dollars au titre d'allocations temporaires d'ETP, qui seront financées par les réserves de trésorerie.
- Les recettes annuelles d'Ontario Créatif pour l'exercice 2020-2021 devraient s'élever à 39,5 millions de dollars, dont 7 millions spécifiquement affectés au Fonds ontarien pour la promotion de la musique. Le total de 35,7 millions de dollars de recettes provenant du ministère comprend 0,2 million de dollars de recettes différées liées au financement affecté par le ministère.
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2020-2021 s'élèveront à 3 millions de dollars. Les pratiques fiduciaires d'Ontario Créatif visent à garantir le maintien de réserves financières suffisantes pour satisfaire les obligations inhérentes aux locations à bail, aux cessations d'emploi et aux dispositions légales, avant d'envisager des affectations à l'appui des programmes et des services.
- Ontario Créatif affectera 235 000 dollars de ses réserves de trésorerie en 2020-2021 au maintien du financement des membres du personnel récemment recrutés à titre temporaire pour renforcer le service des crédits d'impôt.

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION (TI)

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 des crédits d'impôt de l'organisme. L'organisme a mis en place de puissants protocoles de sécurité et affiche un solide bilan pour ce qui est d'adopter promptement les recommandations formulées à la suite des vérifications de sécurité annuelles.

Au cours des trois derniers exercices, un certain nombre de projets de TI et d'améliorations des systèmes de grande envergure ont été réalisés, dont la refonte du site Web, l'amélioration des systèmes de gestion des relations avec la clientèle, du Portail de demande en ligne (PDL), de la Photothèque numérique des extérieurs (PNE) et de la Bibliothèque de recherche en ligne (BRL), et la mise en place d'options de paiement électronique. Voici les principales activités figurant dans le plan 2020-2021 relatif à la technologie de l'information de l'organisme :

- Achèvement des améliorations des systèmes de gestion des relations avec la clientèle.
- Phases de mise à l'essai et de mise en œuvre d'options de passation électronique de contrats.
- Étape de la planification/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.
- Poursuite de l'exploration du logiciel de veille stratégique et des outils d'automatisation des résultats.
- Transition de SharePoint vers le nuage (Office 365) dans le cadre d'efforts généralisés de modernisation du système de TI.
- Soutien des plans de l'équipe des crédits d'impôt pour internaliser la fonction d'évaluation des risques et étudier les options de certification électronique sécurisée.
- Soutien des 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.

EXPLOITATION DE PARTENARIATS

Ontario Créatif collabore avec des partenaires publics et privés tiers pour proposer des activités et des services particuliers qui appuient les industries des médias de la création. Ces liens permettent à l'organisme de grandement accroître son impact, souvent sans qu'il soit nécessaire d'exploiter des ressources supplémentaires. Voici des exemples de tels partenariats :

- La Ville de Toronto dans le cadre de l'exploitation du Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique à Toronto (Ontario).
- Toronto International Film Festival Inc. à l'égard de la gestion et de l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library.
- Des partenaires fédéraux, provinciaux et sectoriels aux fins de la promotion des industries des médias de la création de l'Ontario à l'occasion de manifestations et de marchés internationaux clés (par exemple, Téléfilm Canada ou la Canadian Independent Music Association), ou à la faveur d'un programme pilote avec Téléfilm Canada visant à offrir un soutien accru dans le cadre du volet Développement du Fonds pour la production cinématographique.
- Women in Film and Television-Toronto, Hand Eye Society et Interactive Ontario concernant la prestation du Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN.
- Le ministère du Patrimoine canadien pour la mise en œuvre de la Stratégie en matière de statistiques culturelles, qui donne accès à des données opportunes sur les secteurs de l'industrie de la création de l'Ontario.

En 2020-2021, Ontario Créatif projette d'explorer de nouvelles possibilités interministérielles, en s'efforçant notamment de collaborer plus activement avec l'EDU, le MTFDC et le MDECEC. En plus de faire du parrainage lorsque cela sera indiqué, l'organisme restera à l'affût des possibilités d'optimiser l'investissement de la province en approfondissant les relations et en évaluant les possibilités d'établir de nouveaux partenariats.

PLAN DE MISE EN ŒUVRE

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

- Révision des lignes directrices de tous les programmes de financement sélectifs pour inclure une bonification liée à la diversité.
- Occasions de faire de la promotion à impact élevé.
- Officialisation d'une réunion intersectorielle des comités consultatifs de l'industrie.
- Affectation d'une chef d'équipe du service des crédits d'impôt à l'amélioration des processus.
- Mise en place de paiements électroniques par dépôt direct pour les bénéficiaires de subvention, les fournisseurs, le personnel et le conseil d'administration, et d'une option de paiement électronique des frais d'administration pour les auteurs de demande de crédit d'impôt.

Voici les activités qui seront menées en 2020-2021 :

- Appuyer l'examen par le MIPSTC des crédits d'impôt destinés aux médias culturels.
- Formuler des options à l'égard de la modernisation des crédits d'impôt.
- Lancer la nouvelle version du Fonds ontarien de promotion de la musique.
- 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 durable.
- Évaluer constamment les programmes, en mettant l'accent sur le Fonds pour les produits MIN en 2020-2021.
- Étudier les options pour Ontario Créatif de faciliter l'accès des sociétés ontariennes aux capitaux.

PLAN DE COMMUNICATION

Le plan et les activités de communication d'Ontario Créatif visent à mettre en valeur les contenus, les créateurs et les artistes de classe mondiale de la province auprès des publics locaux, nationaux et internationaux, tout en montrant aux consommateurs, aux parties prenantes et aux décideurs comment les investissements stratégiques du gouvernement par l'entremise de l'organisme alimentent les industries de la création de la province, stimulent la croissance économique et la création d'emplois, et génèrent un solide rendement du capital investi (RCI).

L'organisme a pour but premier d'accroître la sensibilisation, l'engagement et l'investissement à l'égard des industries ontariennes de la musique, du livre, des revues, du cinéma, de la télévision et des produits multimédias interactifs numériques.

L'objectif d'Ontario Créatif est de démontrer que l'Ontario constitue un environnement propice aux affaires où les sociétés peuvent prospérer, où fleurissent les bons emplois et où l'on produit du contenu de qualité. En communiquant des nouvelles et des renseignements sur les succès ontariens – création d'emplois, exportation à l'international, partenariats florissants, prospérité et croissance de l'industrie – l'organisme favorisera la diffusion du message gouvernemental selon lequel l'Ontario est ouvert aux affaires et démontrera que ses investissements génèrent de la valeur.

À ce titre, nos objectifs stratégiques consistent à :

- communiquer sur le succès et la prospérité émanant des six industries de la création d'Ontario Créatif
- susciter l'enthousiasme des jeunes et du public au sens large pour la création d'emplois et les possibilités économiques générées par les industries de la production de contenu pour écran, de l'édition et de la musique de l'Ontario

- faire état des retombées économiques des investissements, programmes et activités d'Ontario Créatif, notamment la création d'emplois de grande valeur dans tous les secteurs
- positionner Ontario Créatif comme un investisseur, un partenaire et un catalyseur de l'innovation et de la croissance
- rehausser la perception locale, nationale et internationale des industries de la création de l'Ontario, de leurs sociétés et de leurs contenus
- positionner l'Ontario comme lieu de prédilection pour la réalisation de films, doté d'une immense capacité, de talents et de carrefours urbains et ruraux
- montrer l'Ontario sous le jour d'un chef de file sectoriel pour ce qui est d'adopter des pratiques de production durable, fort d'une stratégie solide et viable concernant les industries de la production de contenu pour écran
- renforcer la diffusion de messages au sujet du rendement du capital investi dans les industries de la création
- faire progresser le discours sur l'importance et les avantages économiques de la diversité et de l'inclusion au sein des industries de la création
- sensibiliser la population ontarienne et susciter sa fierté à l'égard d'un contenu créatif réalisé en Ontario représentatif de la diversité culturelle et ethnique de la province
- rassurer les investisseurs et producteurs potentiels quant au fait que l'Ontario dispose de la capacité de satisfaire les besoins croissants de l'industrie; mettre en avant les nouveaux aménagements infrastructurels et une stratégie connexe de développement de la main-d'œuvre
- mettre en valeur les artistes et les contenus ontariens, en insistant sur les succès intersectoriels et sur le réservoir de talents reflétant la diversité de la province
- appuyer les initiatives de communication du ministère portant sur les retombées collectives des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture

CONCLUSION

Le présent plan contient un éventail de programmes et de services qui représente un budget de fonctionnement total de 41,7 millions de dollars pour l'exercice financier 2020-2021. Il représente un budget sans augmentation des ressources, financières ou humaines. L'investissement constant en faveur d'Ontario Créatif permet à l'organisme de créer des emplois dans toute la province pour la population ontarienne, non seulement au sein des industries de la création, mais aussi indirectement dans plusieurs autres secteurs connexes. Plus précisément, cet investissement permet à Ontario Créatif :

- de soutenir la création et la diffusion de contenu
- d'accroître l'activité d'exportation
- de veiller à ce que les sociétés et les produits de l'Ontario occupent une place de choix sur les marchés internationaux
- d'établir de nouveaux programmes pour encourager les partenariats, la collaboration et l'innovation par-delà les secteurs et les frontières

En apportant son soutien à des sociétés établies et à de jeunes entreprises à fort potentiel qui élaborent de nouveaux modèles opérationnels, Ontario Créatif leur permet d'atténuer leurs risques, de renforcer leurs capacités et de connaître un succès qui ne serait pas possible sans le soutien de l'organisme. Ces investissements favoriseront l'ancrage et la croissance des industries de la création de l'Ontario, composées essentiellement de petites et moyennes entreprises, tout en créant des emplois décents et de bonnes possibilités pour les Ontariennes et les Ontariens. Enfin, le renouvellement du soutien accordé à Ontario Créatif donnera à la province les moyens de conserver son avantage concurrentiel, de rester ouverte aux affaires et de jouer un rôle de chef de

file à l'échelle internationale, en offrant une aide novatrice et efficace à un secteur du divertissement et de la création d'envergure mondiale, actuellement en plein essor, ce qui permettra d'inscrire dans la durée la future croissance de l'économie et de l'emploi en Ontario.

II. MANDAT

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (fonctionnant sous le nom d'Ontario Créatif) est un organisme de services opérationnels du gouvernement de l'Ontario. 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, la Société a pour mandat de stimuler l'emploi et l'investissement en Ontario en :

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

EXAMEN DU MANDAT

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

Le Groupe de travail pour l'examen des organismes a commencé à se pencher sur l'ensemble des organismes provinciaux en 2018 et a achevé sa mission en septembre 2019. La lettre de mandat de l'organisme, reçue en décembre 2019, mentionne que le ministère a reçu les recommandations du Groupe de travail et fera part de ses directives à Ontario Créatif.

VISION ET MISSION

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

Vision : Un Ontario où les industries de la création 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.

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.

GOUVERNANCE 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 des contenus multimédias compétitifs sur la scène internationale, qui génèrent 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 de favoriser l'expansion des industries de la création de l'Ontario pour stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation.

Ontario Créatif entretient également des relations de travail avec le MFO et le 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

La Société est régie par son conseil d'administration, lequel compte au maximum 17 membres nommés par le lieutenant-gouverneur ou la lieutenant-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 11 membres. Remarque : La vice-présidence n'a pas encore été désignée :

Diana Arajs	Nyla Innuksuk
John Barrack	Lisa Lyons Johnston
Aaron Campbell (président)	Iain Klugman
Adam Caplan	Edith Myers
Michael Ceci	Kiu Rezvanifar
Ron Hay	

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

LETTRE DE MANDAT DE L'ORGANISME

La réponse de l'organisme à sa lettre de mandat 2020-2021 de la part du ministère est détaillée à la section XV du présent plan d'activités. Ontario Créatif appuiera les priorités du gouvernement en continuant de promouvoir le développement économique, l'investissement et l'emploi au sein de la dynamique industrie des médias culturels de l'Ontario, et travaillera avec le ministère à favoriser, selon les directives du budget de l'Ontario 2019, les initiatives visant à moderniser le Fonds ontarien de promotion de la musique et à améliorer le processus de certification des crédits d'impôt. L'organisme maintiendra le plus haut niveau de responsabilité et de transparence.

III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

LES INDUSTRIES DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO

Le secteur culturel de l'Ontario génère 25 milliards de dollars chaque année, représentant environ 3,3 % du produit intérieur brut (PIB) de la province. Que ce soit globalement ou par habitant, il s'agit du niveau de PIB culturel le plus élevé parmi toutes les administrations canadiennes. 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 286 000 emplois, soit 3,9 % du total des emplois ontariens⁵.

Le secteur du divertissement et de la création est composé de personnes et d'entreprises pour qui la principale occupation consiste à créer, produire et monétiser des produits créatifs⁶. Les données tirées de la dernière analyse du MFO montrent que ce secteur est un important moteur de la croissance économique en Ontario, laquelle dépasse même celle de la province dans son ensemble pour la période de 2005 à 2011⁷. À court terme, PwC prévoit que les industries du divertissement et des médias du Canada connaîtront une croissance stable à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 3,7 %, pour passer, de 2019 à 2023, de 50 à 58 milliards de dollars américains, soit un TCAC équivalant à celui de toute l'Amérique du Nord⁸.

L'Ontario abrite les secteurs de l'industrie de la création les plus importants du Canada, notamment ceux de l'édition 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 près de 65 000 emplois canadiens et de plus de 6 milliards de dollars au PIB de l'Ontario en 2017⁹. Pour donner un peu de contexte, ils sont plus importants que l'industrie du transport aérien, ou que les secteurs de la foresterie et de l'exploitation forestière.

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

ÉDITION DU LIVRE

- D'après Statistique Canada, l'industrie ontarienne de l'édition du livre a déclaré 1,1 milliard de dollars de recettes d'exploitation en 2016, pour une marge bénéficiaire d'exploitation de 11 %. Avec 67 %, les éditeurs de livres ontariens se sont taillé la part du lion des recettes nationales¹⁰. Le secteur ontarien de l'édition du livre a contribué pour 523 millions de dollars au PIB de l'Ontario et employé plus de 6 000 personnes en 2017¹¹.
- En 2017, les exportations canadiennes de livres à l'international ont été estimées à 395,3 millions de dollars, dont 333,6 millions de dollars à destination des États-Unis¹². Avec 218,5 millions de dollars d'exportations en 2017, l'Ontario a généré plus de la moitié du montant national. Selon les dernières données enregistrées en

⁵ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture*, 2017, 25 avril 2019.

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

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

⁸ PwC, *Global Entertainment & Media Outlook, 2019-2023*, juin 2019.

⁹ 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 1 000)*, publié le 25 avril 2019 (consulté le 31 juillet 2019).

¹⁰ Statistique Canada, *Tableau 361-0088, Éditeurs de livres, statistiques sommaires, aux 2 ans*, CANSIM (base de données) (consulté le 16 octobre 2018).

¹¹ Statistique Canada, *Tableau 12-10-0117-01, Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000)* (consulté le 27 septembre 2019).

¹² Statistique Canada, *Tableau 12-10-0117-01, Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000)* (consulté le 27 septembre 2019).

2015, l'Ontario a exporté pour 247,7 millions de dollars supplémentaires de livres vers d'autres provinces. La Colombie-Britannique, l'Alberta et le Québec sont les premiers importateurs de livres ontariens¹³.

- Les éditeurs appartenant à des intérêts canadiens sont à l'origine de 80 % des nouveaux livres écrits chaque année par les auteurs canadiens, selon l'Association of Canadian Publishers. Une étude publiée par BookNet Canada montre que la vaste majorité des acheteurs de livres canadiens veulent lire des livres d'auteurs canadiens (84 %) – une hausse de 75 % par rapport à 2012¹⁴.
- L'écoute de livres audio a fortement progressé ces dernières années. En 2018, 35 % des acheteurs de livres ont déclaré écouter des livres audio, un chiffre en augmentation par rapport aux 11 % d'acheteurs de livres comptés à peine deux années plus tôt¹⁵.

CINÉMA ET TÉLÉVISION

- 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 1,9 milliard de dollars en 2018¹⁶.
- Selon le rapport économique le plus récent de l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) sur l'industrie des médias sur écran au Canada, l'industrie de la production a généré 179 000 emplois équivalents temps plein en 2017-2018, y compris les retombées directes (c'est-à-dire la distribution et l'équipe technique) et indirectes, une hausse de 3,9 % par rapport à 2016-2017. Dans sa globalité, la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran (notamment la production, la distribution, les festivals du film et la radiodiffusion) a généré 24,2 milliards de dollars de PIB pour l'économie canadienne, y compris 11,1 milliards de dollars directement au sein de la chaîne de valeur, et 13,1 milliards de dollars supplémentaires dans d'autres industries appartenant à l'économie canadienne¹⁷. En 2018, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle soutenue par la province de l'Ontario a généré environ 37 000 emplois directs et indirects à temps plein¹⁸.
- En 2018, la production cinématographique et télévisuelle en Ontario a augmenté de 18,6 % (par rapport à 2017), pour une contribution de 1,9 milliard de dollars à l'économie de la province; le nombre d'emplois a progressé de 4 300 par rapport à l'année précédente. Les chiffres de production en 2018 témoignent d'un sain équilibre entre la production ontarienne et étrangère, avec 847,2 et 1 043,2 millions de dollars respectivement¹⁹.
- Les taux d'abonnement à des bouquets de télévision par câble traditionnels ont baissé entre 2013 et 2017 pour passer de 81,5 % à 72 % des Canadiens, tandis que les taux d'accès à Internet à domicile ont progressé de 83,9 % à 89 %²⁰. Au deuxième trimestre 2019, les Canadiens ont regardé en moyenne 2 heures et 23 minutes quotidiennes de télévision linéaire, ce qui les place en 10^e position parmi les marchés de télévision linéaire les plus importants au monde sur la base de la consommation quotidienne, à égalité avec les Pays-Bas. La moyenne varie considérablement selon le groupe d'âge, entre un minimum de 1,6 heure pour les Canadiens francophones de 16 à 24 ans et un maximum de 3,14 heures pour les anglophones de 55 à 64 ans²¹.

¹³ Statistique Canada, *Tableau 12-10-0116-01, Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000)* (consulté le 27 septembre 2019).

¹⁴ BookNet Canada, *Canadians Reading Canadians 2017*, juillet 2017.

¹⁵ BookNet Canada, « Meet the Canadian book buyer », *Booknetcanada.ca*, 12 juin 2019.

¹⁶ Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2018, 2019*. 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.

¹⁷ ACPM, *Profil 2018*, p. 11 et 16.

¹⁸ Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2018*.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications 2019*, p. 11.

²¹ Fonds des médias du Canada, « Télévision linéaire au Canada: état des lieux », *FMC Veille*, 5 avril 2019.

- Le Canada arrive en 13^e position parmi les principaux marchés des services de télévision par contournement selon la consommation quotidienne moyenne, avec 1,18 heure au deuxième trimestre 2019. La moyenne varie entre un minimum de 0,36 heure pour les francophones de 55 à 64 ans et un maximum de 1,86 heure pour les anglophones de 16 à 24 ans²².
- En 2017, l'Ontario a représenté 32,9 % des 8,3 milliards de dollars de recettes de production cinématographique, télévisuelle et vidéo du Canada; 31,2 % des 1,4 milliard de dollars de recettes de postproduction; et 90 % des 2,3 milliards de recettes de distribution²³.

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

- Au Canada, les produits MIN constituent une industrie à fort potentiel de croissance, qui évolue rapidement sous l'effet des changements technologiques et dans les habitudes des consommateurs. Le secteur élargi des produits MIN comprend les sociétés qui produisent du contenu interactif, ainsi que les entreprises qui proposent différents types de produits et de services pour permettre la production de contenu numérique. Les principaux contenus MIN incluent, sans s'y limiter, les jeux vidéo, les produits de divertissement multiplateforme, le contenu de réalité virtuelle et augmentée, les séries Web et les produits d'apprentissage et de formation en ligne. En 2017, l'industrie des produits MIN de l'Ontario a contribué pour près de 3 milliards de dollars au PIB de la province et employé plus de 22 000 personnes²⁴.
- L'industrie ontarienne des produits MIN a généré 1,66 milliard de dollars de recettes en 2017 avec une marge bénéficiaire de 15,7 %. La majorité (plus de 90 %) de ces recettes proviennent de l'exportation. Les plus grands marchés sont les États-Unis et l'Europe continentale, avec 37 % et 34 % respectivement²⁵.
- Un rapport de 2017 de l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD) estime que l'industrie du jeu vidéo du Canada emploie directement 21 700 ETP, en plus de générer 19 000 ETP supplémentaires au sein de l'économie globale. L'industrie nationale du jeu vidéo a dépensé 2,6 milliards de dollars en 2017, une hausse de 8 % par rapport à 2015. En 2017, le salaire annuel moyen d'une personne travaillant dans le secteur canadien du jeu vidéo était de 77 300 dollars, un chiffre en augmentation de 8 % par rapport à 2015. À l'aune du nombre d'employés, l'industrie du jeu vidéo de l'Ontario est la troisième du pays, après celles du Québec et de la Colombie-Britannique, avec 171 entreprises employant directement 3 800 personnes²⁶. Les dépenses de l'industrie ontarienne du jeu vidéo ont presque doublé, passant de 265 millions en 2015 à 522 millions de dollars en 2017²⁷.
- Le sport électronique est un segment émergent de l'économie des produits MIN, et les milléniaux sont tout aussi susceptibles d'exprimer une « préférence significative » pour le sport électronique que pour le sport traditionnel²⁸. Selon le Solutions Research Group, 16 % des Canadiennes et des Canadiens en ligne âgés de 12 ans et plus s'adonnent à des activités sportives électroniques, ce qui en fait des joueuses et joueurs enthousiastes²⁹. En Ontario, des ligues de sport électronique répondent à cet essor rapide en organisant des manifestations et des tournois sociaux et compétitifs de sport électronique.

ÉDITION DE REVUES

- L'industrie de l'édition de revues de l'Ontario a généré 801,1 millions de dollars de recettes d'exploitation en 2017, ce qui représentait 61,3 % des recettes d'exploitation nationales. Les recettes ont décliné au taux de 14,6 % depuis 2015, un taux inférieur à la moyenne nationale de 17,8 %. Les dépenses d'exploitation ont été

²² FMC, « Coup d'œil sur la télévision par contournement au Canada », *FMC Veille*, 1^{er} mai 2019.

²³ Statistique Canada, *Le Quotidien – Distribution de productions cinématographiques et de vidéos, 2017*, 26 avril 2019; Statistique Canada, *Le Quotidien – Distribution de productions cinématographiques et de vidéos, 2017*, 26 avril 2019; Statistique Canada, *Le Quotidien – Production cinématographique, télévisuelle et vidéo, 2017*, 26 avril 2019.

²⁴ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

²⁵ Interactive Ontario, *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario – 2^e édition*, mai 2019, p. 4.

²⁶ Association canadienne du logiciel de divertissement, *Canada's Video game Industry in 2017*, septembre 2017, p. 11.

²⁷ *Ibid.*, p. 27.

²⁸ Données citées par Mary Meeker dans *Internet Trends 2018*, tirées du *L.E.K. Sports Survey*, p. 140.

²⁹ Solutions Research Group Consultants Inc., « Millennials Driving eSports Popularity », 13 juin 2017.

évaluées à 705,4 millions de dollars, portant la marge bénéficiaire d'exploitation à 12 %, c'est-à-dire une marge supérieure à la moyenne nationale, mais inférieure à celle de 15,7 % en 2015³⁰. Les éditeurs de périodiques ontariens versent 264 millions de dollars de salaires et d'avantages sociaux par an³¹. Le secteur de l'édition de périodiques de l'Ontario a contribué pour près de 473 millions de dollars au PIB de la province et employé près de 5 500 personnes en 2017³².

- En 2017, les exportations de périodiques canadiens à l'international ont été évaluées à 80,8 millions de dollars, avec les États-Unis pour principal marché (56,9 millions de dollars). L'Union européenne constituait également un marché important, avec des exportations évaluées à 6,6 millions de dollars en 2017. L'Ontario était à l'origine de 35,8 millions de dollars d'exportations internationales. En 2015, 101,1 millions de dollars de périodiques ont été exportés entre provinces, plus de la moitié au Québec³³.
- Les milléniaux sont des lecteurs de revues à 60 % : 16 % d'entre eux consomment exclusivement des versions numériques, 37 % d'entre eux se fient exclusivement aux versions papier, tandis que près de la moitié de l'ensemble des lecteurs utilise les deux supports³⁴.
- Lorsqu'on décompose les ventes totales par activité, le plus grand pourcentage des ventes canadiennes peut être attribué à la publicité, suivie par la diffusion. Cependant, les ventes publicitaires ont diminué au fil du temps, passant de 61,8 % des ventes totales en 2013 à 52,9 % en 2017. Comparativement, les recettes de diffusion ont augmenté, passant de 27,9 % en 2013 à 34 % en 2017³⁵.

MUSIQUE

- L'industrie musicale ontarienne constitue le plus grand marché du Canada. En 2017, l'Ontario a généré 432 millions de dollars de recettes de production d'enregistrements ainsi que de production et de distribution intégrées d'enregistrements, ce qui représente 75 % des recettes nationales totales de l'industrie. Les studios d'enregistrement sonore sont responsables de 64,9 millions de dollars de recettes d'exploitation, pour une marge bénéficiaire d'exploitation de 14,4 %. Les données concernant les recettes de l'édition de musique ne sont pas disponibles à l'échelle provinciale³⁶.
- Le secteur ontarien de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique a généré près de 4 000 emplois en 2017, soit près de la moitié des 9 800 emplois créés à l'échelle nationale³⁷. Ces chiffres n'incluent pas le secteur des concerts³⁸.
- Une étude de Music Canada a conclu que les sociétés du secteur des concerts en Ontario avaient généré 628 millions de dollars grâce aux activités liées aux concerts en 2013, près de 40 % de ces recettes provenant de la vente de billets. Les plus de 550 festivals de musique sur scène de l'Ontario ont vendu près de 16 millions de billets en 2013. L'impact de l'industrie des concerts de l'Ontario en matière d'emploi a été évalué à

³⁰ Statistique Canada, *Tableau 361-0032, Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires, aux 2 ans (dollars sauf indication contraire)*, CANSIM (base de données) (consulté le 27 septembre 2019). Statistique Canada inclut l'activité des périodiques publicitaires, l'édition de bulletins d'information et d'autres types de périodiques.

³¹ 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 juillet 2019).

³² 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 1 000)*, publié le 25 avril 2019 (consulté le 31 juillet 2019).

³³ Statistique Canada, *Tableau 12-10-0117-01, Commerce international de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, et partenaire commercial (x 1 000 000)* (consulté le 27 septembre 2019); Statistique Canada, *Tableau 12-10-0116-01, Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000)* (consulté le 27 septembre 2019).

³⁴ Vividata, « Vividata publie sa première étude sur une année complète », 14 avril 2016.

³⁵ Statistique Canada, *Tableau 21-10-0053-01, Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires* (consulté le 2 août 2019).

³⁶ 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 1^{er} avril 2019).

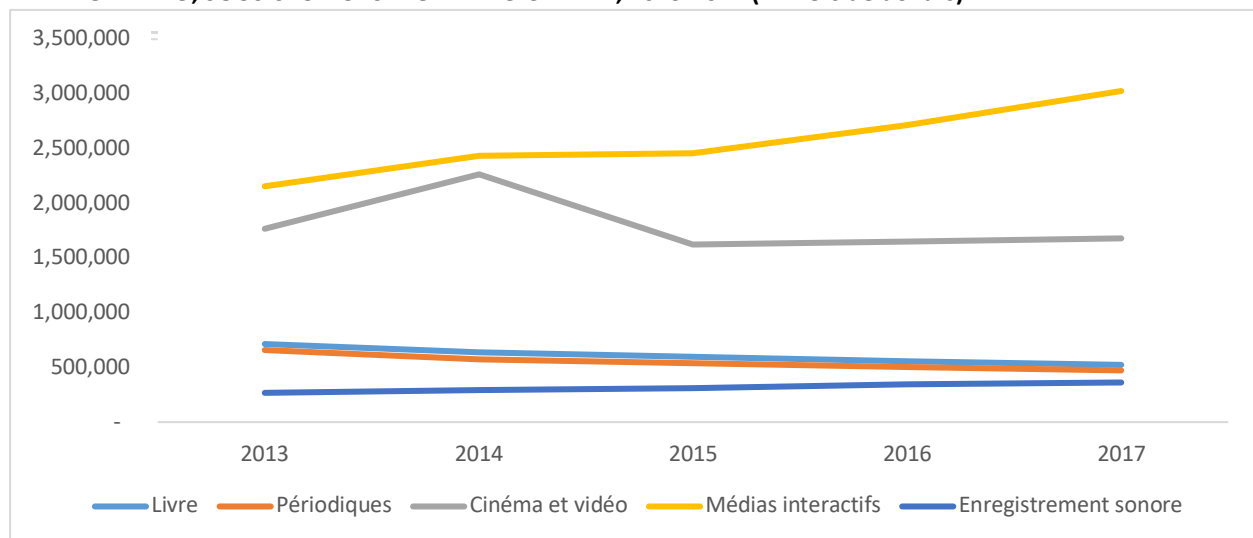
³⁷ Statistique Canada, *Tableau 36-10-0452-01, Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1 000)*, publié le 25 avril 2019 (consulté le 31 juillet 2019).

³⁸ Statistique Canada, *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2016*, 27 février 2018.

7 300 ETP directs et 152,4 millions de dollars de revenus directs du travail en 2013. En tenant compte des retombées directes, indirectes et induites, les estimations bondissent à un total de 10 500 ETP, générant 305,5 millions de dollars de revenus du travail³⁹.

- En 2018, 91 % des Canadiennes et des Canadiens ont écouté de la musique enregistrée. Une vaste majorité d'adolescents (93 %) et de milléniaux (91 %) écoutent de la musique en continu en ligne, de même que 71 % de tous les Canadiens et Canadiennes qui écoutent de la musique. L'écoute de la radio (aussi bien par satellite que par ondes hertziennes) reste importante, jouant un rôle clé dans la découverte musicale, et plus de la moitié de la population canadienne (58 %) fréquente des manifestations sur scène (dans de petites et grandes salles, lors de festivals)⁴⁰.
- En 2018 au Canada, plus de 59 milliards de chansons audio ont été diffusées en continu, soit une augmentation de 47 % par rapport à 2017. Le volume de la diffusion de musique en continu à la demande, y compris les vidéos, a également bondi de 45 %. La consommation numérique a augmenté de 22 %, celle de vinyles de 25 %. La consommation audio totale en équivalents albums (comprenant les albums, les pistes en équivalents albums, et les diffusions audio à la demande en équivalents albums) a progressé de 21 %⁴¹.

PIB EN ONTARIO, SOUS-SECTEURS D'ONTARIO CRÉATIF, 2013-2017 (milliers de dollars)⁴²



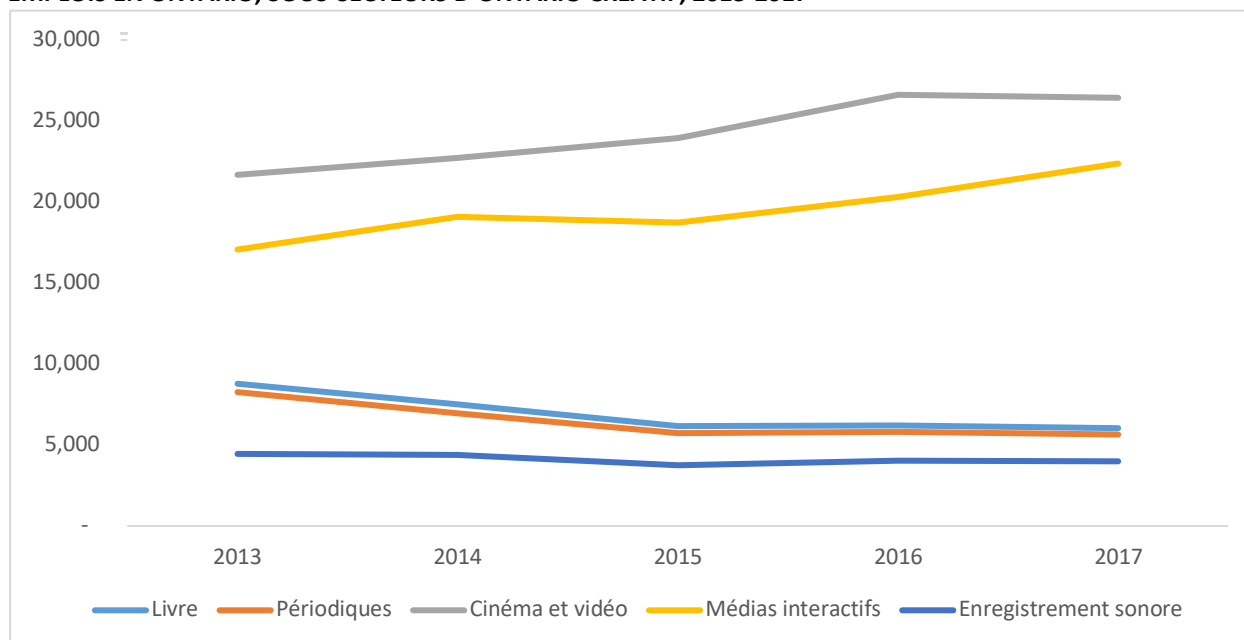
³⁹ Music Canada, *Live Music Measures Up: An Economic Impact Analysis of Live Music in Ontario*, décembre 2015, p. 27.

⁴⁰ Nielsen Canada, *Music Canada 360 2018 - Report Highlights*, 2019.

⁴¹ Nielsen Canada, « Total Album Equivalent Audio Consumption in Canada Increase 21% in 2018 », 8 janvier 2019.

⁴² 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 1 000)* (consulté le 8 octobre 2019).

EMPLOIS EN ONTARIO, SOUS-SECTEURS D'ONTARIO CRÉATIF, 2013-2017⁴³



ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

Les indicateurs économiques prévoient une croissance lente pour l'Ontario au cours des deux prochaines années, dans un contexte d'incertitude mondiale :

- Le PIB réel progresse lentement mais sûrement (de 0,1 % au premier trimestre 2019). La croissance provient des dépenses de consommation et de l'investissement des entreprises dans les machines et le matériel, tandis que les autres indicateurs comme le commerce international net et l'investissement dans la construction résidentielle ont affiché une tendance à la baisse. La croissance a égalé la moyenne nationale, tout en étant derrière celles du Québec et des États-Unis⁴⁴.
- Les exportations ont modestement augmenté de 0,4 %, tandis que les exportations internationales (+0,5 %) et interprovinciales (+0,1 %) ont quelque peu progressé. Les importations ont augmenté de 1,2 %, après une hausse de 0,3 % au quatrième trimestre⁴⁵. La demande, notamment intérieure, continue de susciter l'optimisme des entreprises, qui anticipent pour la plupart une augmentation du volume des ventes, y compris un modeste regain de croissance des ventes à l'exportation dans les 12 prochains mois⁴⁶.
- Le dollar canadien devrait se maintenir dans une fourchette allant de 0,74 à 0,77 dollar américain tout au long de l'année prochaine, ce qui est propice aux investissements étrangers⁴⁷.
- En juillet 2019, les prévisionnistes du secteur privé ont révisé à la baisse leurs projections de croissance du PIB réel de l'Ontario pour 2019, avec 1,5 % par rapport à 1,8 % en mars 2019. La perspective pour 2020 demeure

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ministère des Finances de l'Ontario, *Comptes économiques de l'Ontario : Premier trimestre de 2019*, p. 1 et 6.

⁴⁵ Ibid., p. 2.

⁴⁶ Banque du Canada, *Enquête sur les perspectives des entreprises — Été 2019*. <https://www.banqueducanada.ca/2019/06/enquete-sur-les-perspectives-des-entreprises-ete-2019/> (consulté le 9 octobre 2019).

⁴⁷ Banque nationale du Canada, *Devises, Économie et Stratégie*, octobre 2019. <https://www.bnc.ca/content/dam/bnc/en/rates-and-analysis/economic-analysis/forex.pdf> (consulté le 9 octobre 2019).

inchangée à 1,7 %⁴⁸. TD prévoit une croissance du PIB réel de 1,7 % et une croissance du PIB nominal de 3,7 % en 2021⁴⁹.

- Entre août 2018 et août 2019, l'Ontario a fait un gain de 249 700 emplois. Entre le deuxième trimestre 2018 et le deuxième trimestre 2019, l'emploi à temps plein a progressé de 2,1 % et l'emploi à temps partiel de 5,9 %⁵⁰.
- Le taux de chômage de l'Ontario est tombé à 5,2 % en mai 2019, le taux le plus bas enregistré depuis mars 1990⁵¹.
- Certains risques pourraient saper la croissance; une incertitude accrue règne en ce qui concerne le commerce mondial, avec des répercussions négatives sur les exportations, la confiance et l'investissement des entreprises. L'incertitude du commerce et les tensions géopolitiques ont entraîné une plus grande volatilité au sein des marchés financiers. Les taux d'endettement élevés des ménages risquent d'avoir un impact sur le marché du logement et les dépenses des consommateurs⁵².
- Un nouvel accord commercial a été négocié en novembre 2018 entre le Canada, les États-Unis et le Mexique (baptisé ACEUM), mais est en attente de ratification. Dans sa forme actuelle, l'accord préserve largement l'accès au marché en franchise de droits de douane et maintient les exceptions culturelles intégrées dans l'ALENA original⁵³.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : BULLETIN DE CROISSANCE

- Entre 2019 et 2023, PwC prévoit une croissance des dépenses dans le secteur du divertissement et des médias du Canada au taux annuel composé moyen de 3,7 %, la population canadienne dépensant environ 54 milliards de dollars américains chaque année pour se procurer des produits médiatiques et de divertissement. Le taux de croissance au Canada équivaut au TCAC de 3,7 % prévu en Amérique du Nord, le marché nord-américain étant censé atteindre une valeur de 883 milliards de dollars américains d'ici 2023, selon les prévisions⁵⁴.
- Au rang des dépenses mondiales, les segments connaissant la croissance la plus rapide sont ceux de la réalité virtuelle (TCAC de 2 %), bien qu'elle ait ralenti considérablement depuis l'année dernière, et de la vidéo par contournement (TCAC de 13 %). En tant que segment des jeux vidéo, le sport électronique progresse à un TCAC de 18 %, mais reste un tout petit marché en comparaison⁵⁵.
- PwC prévoit qu'au Canada, les segments qui connaîtront la croissance la plus rapide seront ceux de la vidéo par contournement (TCAC de 10,7 %), et des jeux vidéo et du sport électronique (TCAC de 5,5 %). Il n'y a pas de données disponibles concernant la réalité virtuelle au Canada⁵⁶.
- Les segments affichant la dépense annuelle globale la plus élevée sont la télévision traditionnelle et la vidéo domestique (244 milliards de dollars américains), les jeux vidéo et le sport électronique (162 milliards de dollars américains), et le livre (130 milliards de dollars américains)⁵⁷.

⁴⁸ Ministère des Finances de l'Ontario, *Finances du premier trimestre de 2019-2020*, août 2019, p. 7.

⁴⁹ « Perspectives économiques provinciales : Prévisions pour 2020 : le contexte extérieur impose la prudence », *Economics.Td.Com*, 19 septembre 2019. <https://economics.td.com/provincial-economics-forecast-fr>.

⁵⁰ Communiqué de presse, « Le plan du gouvernement pour un « Ontario ouvert à l'emploi » donne des résultats », 6 septembre 2019.

⁵¹ Ministère des Finances de l'Ontario, *Finances du premier trimestre de 2019-2020*, août 2019, p. 2.

⁵² Ministère des Finances de l'Ontario, *Comptes économiques de l'Ontario : Premier trimestre de 2019*, p. 1.

⁵³ Affaires mondiales Canada, « Note d'information sommaire : L'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM) ». <https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/cusma-aceum/summary-sommaire.aspx?lang=fra> (consulté le 9 octobre 2019).

⁵⁴ PwC, *Global Entertainment and Media Outlook 2019-2023*, juin 2019.

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

- Au Canada, les segments comptabilisant la dépense la plus importante sont la télévision traditionnelle et la vidéo domestique (avec près de 7,5 milliards de dollars américains d'ici 2023, bien que la croissance du segment soit en léger déclin depuis 2012, les téléspectateurs le délaissant pour les plateformes en ligne, et que PwC prévoit un TCAC de -1,1 % d'ici 2023); les jeux vidéo et le sport électronique (2,8 milliards de dollars américains); la vidéo par contournement (2,7 milliards de dollars américains); et le livre (2 milliards de dollars américains)⁵⁸.
- La dépense des Canadiens et des Canadiennes pour l'accès Internet dépasse nettement la dépense associée à toutes les autres productions médiatiques et de divertissement. PwC estime que la population canadienne dépensera 21,8 milliards de dollars américains par an pour l'accès Internet d'ici 2023, tandis que la dépense mondiale atteindra les 871 milliards de dollars américains⁵⁹.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : DÉFIS ET POSSIBILITÉS

- Facteurs de croissance : Les intervenants sollicités par Ontario Créatif ont mentionné les occasions de développement commercial et l'accès au capital comme les principaux facteurs de croissance pour leurs entreprises. La transition vers les chaînes de valeur non linéaires était le moins important. De nombreuses sociétés ont souligné l'importance de l'accès au financement, mais ont également pointé le besoin de crédits d'impôt, de collaboration internationale et de réseautage⁶⁰.
- Facteurs de réussite : Les nouvelles sources de revenu, les nouvelles plateformes numériques et les occasions de marketing sur les réseaux sociaux sont perçues comme les facteurs de réussite les plus importants. Les commentaires ont aussi souligné l'importance de développer et de cultiver le talent, de promouvoir le contenu canadien et d'améliorer l'accès à l'information⁶¹.
- Alors que les technologies et les modèles d'affaires évoluent toujours plus rapidement, on constate un besoin aigu de travailleurs compétents, aptes à porter l'innovation et à tirer efficacement profit des technologies numériques nouvelles et émergentes⁶².
- La découvrabilité du contenu canadien reste une source d'inquiétude pour les parties prenantes. Alors que les recettes publicitaires tombent de plus en plus dans l'escarcelle de nouveaux acteurs comme les plateformes et les fournisseurs de services numériques, l'intérêt pour les plateformes étrangères contribuant au réseau du contenu canadien est croissant, et le désir d'une transparence accrue quant aux données recueillies par les plateformes se fait sentir⁶³.
- De récents investissements privés dans l'infrastructure de studios de l'Ontario vont contribuer à pallier la pénurie de studios à laquelle la province est actuellement confrontée. Parmi ces studios figurent Markham Movieland, un studio de 400 000 pieds carrés aménagé par First Studio City⁶⁴ et un studio de production de 260 000 pieds carrés construit à Mississauga pour CBS Television Studios⁶⁵. Par ailleurs, Pinewood Toronto Studios a annoncé son projet d'ajouter 96 000 pieds carrés d'espace supplémentaire d'ici la fin 2019⁶⁶. Ces aménagements renforceront la capacité de l'Ontario d'accueillir la production locale et internationale tout en

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Sondage sur la satisfaction de la clientèle de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario*, 2018.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² « The Great Canadian Skills Mismatch », Miner Management Consultants, 2014.

⁶³ Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *Rapport sur ce que nous avons entendu*, juin 2019.

⁶⁴ « Markham To Be Home To \$100M Film Studio - Constructconnect.Com - Daily Commercial News », *Daily Commercial News*, 2018.

<https://canada.constructconnect.com/dcn/news/projects/2018/09/markham-home-100m-film-studio>.

⁶⁵ Tony Wong, « Why CBS Set Its Sights On Toronto Area For New TV Production Hub », *Toronto Star*, 2018.

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

⁶⁶ Etan Vlessing, « Pinewood Toronto to Double Production Space as Hollywood Takes City to Full Capacity », *The Hollywood Reporter*, 2018.

<https://www.hollywoodreporter.com/news/pinewood-toronto-double-production-space-as-hollywood-takes-city-full-capacity-1066693>.

consolidant la position concurrentielle de la province en tant que marché mondial de tout premier plan pour la production cinématographique et télévisuelle.

- L'aménagement de nouveaux studios dans toute la région du grand Toronto (RGT) provoque des pénuries de main-d'œuvre qui se font particulièrement ressentir chez les sociétés ontariennes. Le grand nombre de séries télévisées tournées en Ontario a un effet de « rétention des talents », qui ne sont pas disponibles pour les projets de long métrage en raison d'engagements à long terme dans le cadre de ces productions télévisées épisodiques. Ontario Créatif fait partie d'un groupe pour la formation professionnelle de la main-d'œuvre, composé de représentants de syndicats et d'associations industrielles, en quête de moyens d'améliorer la situation.
- L'examen fédéral de la *Loi sur le droit d'auteur* est achevé et est en attente d'une réponse de la part du gouvernement. L'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications devrait s'achever en janvier 2020. C'est une période d'incertitude pour les parties prenantes, qui attendent de voir comment les politiques culturelles pourraient changer à la suite de ces examens.

DIVERSITÉ ET INCLUSIVITÉ

- La diversité et la représentativité restent des enjeux importants pour les industries de la création et les organismes qui assurent leur soutien. Un corpus de plus en plus fourni de publications économiques fait état d'un lien entre la rentabilité d'une entreprise et la diversité de son leadership.
- Les jeunes consommateurs ont une forte appétence pour les contenus originaux reflétant la diversité. Une étude à paraître réalisée par VICE en partenariat avec Ontario Créatif a constaté que la génération Z (personnes présentement âgées de 14 à 22 ans) apprécie d'être exposée à des points de vue différents, et qu'une personne de cette génération sur deux pense que l'industrie de la production de contenu n'est pas encore à l'image du public pour ce qui est de la diversité des représentations⁶⁷.
- Une étude de McKinsey and Company a révélé que les sociétés dont l'équipe de direction affiche la plus grande diversité de genre ont 21 % plus de chances de jouir d'une rentabilité supérieure à la moyenne que les sociétés où elle est la plus faible⁶⁸.
- Un rapport récent de Women In Music fait la synthèse des façons dont la diversité aide les sociétés à améliorer la rentabilité : la diversité améliore la qualité de la prise de décisions en limitant les préjugés et la pensée de groupe; elle stimule l'innovation en apportant des expériences, des points de vue et des approches différents en matière de résolution de problèmes complexes. Par ailleurs, les organismes caractérisés par une plus grande diversité attirent les meilleurs talents⁶⁹.
- Une étude de Women in View révèle que la représentation féminine parmi les rôles d'écriture, de réalisation et de cinématographie a progressé de 11 à 28 % au sein des projets financés dans le secteur télévisuel entre 2014 et 2017. Dans le secteur cinématographique, le nombre de femmes ayant des contrats concernant des rôles créatifs clés dans la production de films a augmenté de 20,6 % en 2015 à 24,9 % en 2017⁷⁰.
- Un récent rapport d'Interactive Ontario montre que la main-d'œuvre du secteur des produits multimédias interactifs numériques pêche en matière d'équilibre entre les genres, en étant constituée à plus de 70 % par des employés masculins⁷¹.

⁶⁷ VICE et Ontario Créatif, *Gen Z : La culture de la consommation de contenu*, novembre 2019.

⁶⁸ Vivian Hunt, Sara Prince, Sundiatu Dixon-Fyle, Lareina Yee (McKinsey&Co.), « Delivering Through Diversity », janvier 2018.

⁶⁹ PwC pour le compte de Women in Music Canada, *Empowering Diversity: A Study Connecting Women in Leadership to Company Performance in the Canadian Music Industry*, octobre 2018, p. 5.

⁷⁰ Women in View, *Women in View On Screen 2019*, 2019.

⁷¹ Interactive Ontario, *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario*, 2^e édition, mai 2019, p. 21.

- Un rapport de l’Institute for Competitiveness and Prosperity recommande de promouvoir l’égalité des genres et la pleine participation des femmes dans les sociétés, d’encourager les entreprises à prendre part à un programme de certification de l’équité des genres et de sensibiliser aux enjeux autochtones en obtenant une certification CCCA auprès du Conseil canadien pour le commerce autochtone. Ce rapport recommande également de se doter d’une solide mesure de la responsabilisation afin de garantir la diversité de genre et l’inclusion, et de créer des conseils consultatifs chargés de favoriser la diversification et l’inclusivité de l’organisme⁷².
- Soutenir le contenu réalisé par la population de cette province à son image relève du bon sens économique. À cette fin, Ontario Créatif continuera d’encourager les demandes présentant des équipes et du contenu reflétant la diversité.

ANALYSE DES DIFFÉRENTES ADMINISTRATIONS

L’Ontario œuvre au maintien d’un éventail concurrentiel de crédits d’impôt et de programmes de financement afin d’encourager la hausse des recettes et des emplois au sein des industries de la création. Les industries de la création sont très mobiles et les autres administrations au Canada et dans le monde font preuve d’innovation quant aux soutiens qu’elles accordent pour attirer la production et créer des emplois au sein de l’actuelle économie du savoir.

DÉVELOPPEMENTS DANS LES AUTRES PROVINCES ET ADMINISTRATIONS CONCURRENTES

De nombreuses administrations reconnaissent l’importance que revêtent les investissements en vue de stimuler l’activité économique au sein des industries de la création, et soutiennent les programmes novateurs pour ce qui est d’attirer les affaires et d’encourager la création d’emplois dans ces secteurs, notamment en ayant récemment mis en place un certain nombre de changements modernisateurs :

- En octobre 2019, Creative Saskatchewan a lancé un fonds d’action pour les jeux numériques et l’apprentissage électronique sous forme de jeu (Digital Game & Gamified E-Learning Equity Fund), qui donne accès à un investissement pouvant atteindre la moitié des coûts de développement et de production des projets, jusqu’à concurrence de 100 000 dollars⁷³. Les programmes de subvention au cinéma et à la télévision de la Saskatchewan incluent un volet de développement multiple (Slate Development Stream) accessible aux producteurs expérimentés, qui appuie le développement de deux à cinq projets cinématographiques ou télévisuels, et aide à lever du financement auprès d’autres bailleurs de fonds et investisseurs du secteur privé⁷⁴.
- En 2018, le **Québec** a annoncé un changement de politique concernant le crédit d’impôt pour la production cinématographique ou télévisuelle québécoise, visant à admettre les productions destinées exclusivement à la diffusion en ligne, de même que plusieurs modifications de ses programmes d’aide au cinéma, y compris des mesures visant à accroître la parité entre les genres. L’offre en crédits d’impôt spécialisés comprend un crédit d’impôt pour le doublage de films, un crédit d’impôt pour la transformation numérique des entreprises de la presse écrite, et un programme de garantie de prêt pour le développement des entreprises culturelles, dont le plafond d’emprunt a récemment été élevé⁷⁵. Une subvention de 3 millions de dollars pour la presse écrite, destinée à compenser les contributions au programme de recyclage provincial, a été adoptée dans le budget 2019⁷⁶.
- La Colombie-Britannique a élargi son crédit d’impôt de la C.-B. d’incitation à la production cinématographique (Film Incentive BC Tax Credit), rendant les dépenses liées à l’écriture de scénario engagées préalablement à

⁷² The Institute for Competitiveness & Prosperity, *Gender Equality, Diversity and Inclusion in Innovation: Roundtable Summary Report*, mars 2019, p. 11 à 14.

⁷³ Creative Saskatchewan, communiqué de presse « Digital Game Equity Fund Now Open », 8 octobre 2019.

⁷⁴ Creative Saskatchewan, *FY 2018/19 Guidelines, Effective April 1 2018*. Consulté sur www.creativesask.ca.

⁷⁵ Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), communiqué « La SODEC salue la nouvelle politique culturelle du Québec », 12 juin 2018; SODEC, communiqué « Nouveautés dans les programmes d’aide en cinéma de la SODEC », 17 avril 2018; *Le plan économique du Québec : Renseignements additionnels*, mars 2018, p. A85-A94; *Le Plan économique du Québec : Culture : Un engagement soutenu pour la culture québécoise*, mars 2018, p. D67.

⁷⁶ Steve Faguy, « Quebec 2019-20 Budget Highlights », *Montreal Gazette*, 21 mars 2019.

l'étape de production de la version finale du scénario admissibles à un crédit d'impôt de 35 %⁷⁷. La même année, la province a renouvelé son fonds de la C.-B. pour la musique (BC Music Fund), augmentant son financement et adoptant Amplify BC comme nouvelle image de marque⁷⁸.

- À compter d'avril 2017, le Yukon a rendu les productions multimédias numériques, y compris les applications, les jeux, les livres électroniques, les sites Web interactifs et les webisodes, admissibles aux incitations précédemment réservées aux films⁷⁹.
- En 2018, l'Île-du-Prince-Édouard a créé deux nouvelles incitations destinées au secteur du cinéma et de la télévision : le fonds pour les films et les médias, pour appuyer les producteurs prince-édouardiens et les coproductions par le biais d'une remise de 25 % des coûts prince-édouardiens admissibles, et le programme Film4Ward, un programme de formation et de mentorat⁸⁰.
- En janvier 2019, le Manitoba a pérennisé son programme de crédit d'impôt pour la production de films, originellement doté d'une date d'expiration⁸¹.
- Le Bureau du cinéma des Territoires du Nord-Ouest a indiqué la possibilité d'accroître l'accès au financement provisoire des producteurs admissibles à des remises comme moyen d'améliorer leur flux de trésorerie⁸².
- Plusieurs administrations aux **États-Unis** continuent d'offrir des incitations fiscales concurrentielles, notamment la Californie, le New Jersey, la Géorgie, New York et la Louisiane. Les taux de crédit d'impôt sont variables, mais se situent généralement entre 20 et 35 %. Nombre de ces programmes fonctionnent avec des plafonds, contrairement à ceux de l'Ontario, ce qui donne à ce dernier un avantage concurrentiel sur de nombreuses autres administrations. Voici les récentes innovations des crédits d'impôt américains :
 - À partir de 2020, le programme de crédits d'impôt de la Californie exigera que les projets cinématographiques et télévisuels fournissent des statistiques sur la diversité. Des fonds seront affectés à un programme de formation pour les personnes issues de communautés sous-représentées au sein des équipes présentes sur les plateaux de tournage⁸³.
 - La Californie va également de l'avant avec une incitation à la composition de musique visant à encourager les producteurs à mettre en musique en Californie. Le programme devrait avoir des retombées positives sur d'autres secteurs connexes, tels que l'ingénierie du son et d'autres professions de l'écosystème musical⁸⁴.
- Conscient des défis que représente la création d'émissions de télévision pour enfants de qualité dans un écosystème fluctuant, le **Royaume-Uni** a lancé un crédit d'impôt pour la télévision pour enfants (Children's TV Tax Credit) en 2015⁸⁵.

D'autres administrations ont récemment modifié leurs incitations à destination du secteur, avec des conséquences sur leur attractivité et leur compétitivité pour les industries de la création :

- Dans son budget 2019, l'Alberta a annoncé la suppression de son crédit d'impôt pour les produits multimédias interactifs numériques (Interactive Digital Media Tax Credit), qui offrait une prestation de 25 % sur les coûts de main-d'œuvre admissibles, ainsi qu'une composante novatrice qui permettait aux sociétés ayant des employés issus de la diversité de bénéficier d'une prime de 5 %. Cette décision suscite une grande inquiétude, des

⁷⁷ Creative BC, « Tax Credits » et « Film Incentive BC », www.creativebc.com (consulté le 16 octobre 2018).

⁷⁸ Tyler Orton, « B.C. Re-Tunes Music Industry Support With One-Year, \$7.5M Fund », *Business In Vancouver*, 2018.

<https://biv.com/article/2018/03/bc-re-tunes-music-industry-support-one-year-75m-fund>.

⁷⁹ Gouvernement du Yukon, communiqué « Digital media projects eligible for Government of Yukon film funding initiatives », 24 avril 2017.

⁸⁰ Gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard, communiqué « Gros plan sur l'industrie du cinéma : le gouvernement passe à l'action », 27 juin 2018.

⁸¹ Cameron MacLean, « Doubling film tax credit 'sign of confidence' in growth, industry association says », *CBC.ca*, 8 mars 2019.

⁸² Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest, *Silence, on tourne! Stratégie et plan d'action des Territoires du Nord-Ouest (TNO) sur l'industrie du cinéma*, p. 21.

⁸³ Sophia Bollag, « California lawmakers push diversity through film tax credit », *The Associated Press*, 18 juin 2018.

⁸⁴ Jon Burlingame, « California Tax Credits to Benefit Scoring, Recording Musicians », *Variety*, 5 juillet 2018.

⁸⁵ British Film Institute, *Screen Business: How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK--Summary Report*, octobre 2018.

sociétés déclarant qu'elles vont devoir reconsidérer leurs projets d'expansion, envisager d'autres emplacements et stopper les initiatives de recrutement⁸⁶.

- En outre, l'Alberta a proposé de remplacer sa subvention à la production de contenu pour écran (Screen-based Production Grant) par un nouveau système de crédit d'impôt à partir du printemps 2020. Le crédit d'impôt rembourserait 22 % des dépenses de production cinématographique et télévisuelle admissibles, avec un plafond de 10 millions de dollars par projet. Par rapport au modèle précédent, le programme plafonné injecterait une somme bien inférieure dans le système. L'annonce a suscité une vive inquiétude parmi les représentants de l'industrie, qui préparent une réponse formelle au budget, jugeant que la décision compromet les engagements de production existants et des milliers d'emplois⁸⁷.
- Dans son budget 2015, la **Nouvelle-Écosse** a restructuré son financement à l'égard de l'industrie du cinéma et de la télévision en mettant fin à son programme de crédit d'impôt et en lançant un fonds. Revenant sur les changements trois ans plus tard, des spécialistes de l'industrie ont signalé des pertes d'emplois et des dommages considérables dans le secteur. Depuis, le gouvernement a augmenté l'ampleur du fonds pour dépasser le niveau de l'investissement précédent au moyen du mécanisme de crédit d'impôt et a admis la nécessité de « réparer les relations »⁸⁸.

PRATIQUES EXEMPLAIRES D'AUTRES ADMINISTRATIONS ET D'AUTRES ORGANISMES DE FINANCEMENT CANADIENS

Ontario Créatif évolue aussi dans un environnement comptant des organismes similaires au Canada et des organismes parallèles à l'international. Il est utile de connaître les tendances au sein de ces organismes pour déceler les pratiques exemplaires susceptibles d'être émulées, dans le but de conserver une position de leadership. Plusieurs organismes ont récemment mis à jour leurs programmes pour en élargir l'admissibilité et les déclencheurs, soutenir les créateurs issus de la diversité et les professionnels émergents de l'industrie, et entreprendre des initiatives favorisant la durabilité :

- En 2018-2019, Téléfilm Canada a lancé un programme d'aide à la diffusion pour inciter les salles de cinéma canadiennes à programmer des films canadiens, a élargi les critères d'admissibilité du programme Talents en vue, a ajouté un volet accéléré pour financer les premiers longs métrages de cinéastes ayant déjà été distingués par un prix du court métrage, et étudie la possibilité de lancer de nouveaux volets de financement à long terme. Téléfilm Canada continue d'accorder la priorité aux initiatives de soutien visant la parité entre les genres et les Autochtones⁸⁹.
- Le Fonds des médias du Canada (FMC) a élargi les déclencheurs de financement pour son Volet convergent, de sorte que tous les services qui répondent à sa définition de « télédiffuseur canadien » peuvent désormais déclencher le financement, et non plus uniquement les télédiffuseurs ou services vidéo à la demande titulaires d'une licence du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), comme auparavant. L'organisme a également lancé un Programme de soutien aux premières étapes de développement, avec un point d'accès pour les scénaristes et un point d'accès pour les producteurs⁹⁰. Le FMC continue d'appuyer la collecte de renseignements de veille stratégique sectorielle par le biais de partenariats en matière de données, de balados et de fréquents articles thématiques publiés sur trends.cmf-fmc.ca/fr/. Le Programme de partenariats avec des accélérateurs de l'organisme offre aux producteurs de projets multimédias numériques un accès à du mentorat, aux marchés et à des capitaux.
- FACTOR a ajouté un nouveau volet de financement pour les éditeurs de musique visant à soutenir les initiatives de composition de chansons, telles que la participation à des présentations promotionnelles, les

⁸⁶ KPMG, p. 6; www.alberta.ca/digital-media-tax-credit.aspx; « 'I felt betrayed': Gaming companies unsure of future in Alberta after tax credit axed », *CBC News*, 25 octobre 2019; « B.C. gaming studio says Alberta budget throws wrench in Calgary expansion plans », *CBC News*, 28 octobre 2019.

⁸⁷ Kelly Townsend, « Updated: Alberta industry scrambles to assess impact of 2019 budget », *Playback Online*, 25 octobre 2019.

⁸⁸ Jean Larocque, « N.S. film tax credit gone but not forgotten », *CBC.ca*, 14 août 2018; Jean Larocque, « N.S. film fund now richer than tax credit Liberals killed », *CBC.ca*, 7 novembre 2018.

⁸⁹ Téléfilm Canada, « Programme talents en vue », 5 décembre 2018.

⁹⁰ FMC, Mise à jour des principes directeurs 2019-2020, mars 2019.

projets de co-écriture, et les camps et ateliers de composition. Le volet offre une subvention maximale par exercice financier de 20 000 dollars pour soutenir les initiatives de composition⁹¹.

- Creative BC :
 - À compter du mois de septembre 2019, l'organisme se dote d'un nouveau processus d'inscription et de précertification du PSTC (crédit d'impôt pour services de production) afin de fournir des renseignements anticipés sur l'activité de production à venir, et ce, en vue d'améliorer les prévisions et de mieux planifier les services⁹².
 - La Colombie-Britannique est un chef de file canadien pour ce qui est de soutenir la production écologique, Creative BC ayant élaboré un plan stratégique de 2016-2017 à 2021-2022 pour rendre les tournages durables (Reel Green Strategic Plan 2016/2017–2021/2022).
- Plusieurs organismes canadiens d'autres provinces s'associent aux télédiffuseurs traditionnels et aux organismes de diffusion en continu pour lancer des fonds pour la production et des programmes de mentorat ciblés :
 - CBC et la Newfoundland and Labrador Film Development Corporation ont lancé un fond de production à micro-budget (le Digital Production Program) visant à appuyer la création de contenu numérique par des créateurs en provenance de Terre-Neuve-et-Labrador. Chaque organisme apporte une contribution de 50 000 dollars.
 - Netflix a annoncé un partenariat avec trois organismes autochtones : le Bureau de l'écran autochtone, imagineNATIVE et Wapikoni Mobile, concernant des laboratoires pour producteurs et réalisateurs et des activités pour scénaristes, ainsi que le soutien de stages d'apprentissage et de mentorat pour réalisateurs, producteurs, scénaristes et auteurs-producteurs. Les jeunes de communautés autochtones des quatre coins du Canada se verront proposer un mentorat et un accompagnement⁹³.
 - Netflix s'est également associé à Screen Nova Scotia dans le cadre de son programme de stages en écriture de scénarios⁹⁴.
 - Creative BC jouit de partenariats avec CBC, Bell Média, Rogers et Netflix visant à favoriser la création de contenu et l'écriture de scénarios, notamment par des créateurs issus de la diversité⁹⁵.
- **Creative Scotland** a annoncé un programme pilote pour offrir un soutien sous forme de mentorat et un financement d'appoint aux projets disposés à lever des fonds grâce à des initiatives de financement participatif⁹⁶. Creative Scotland possède un réseau de financement régulier (Regular Funding) de 121 organismes qui touchent un financement stable sur trois ans.
- En partenariat avec l'initiative Skip Ahead de Google Australia, Screen Australia offre un financement aux projets de récit scénarisé ou de documentaire développés par des créateurs de contenu individuels ayant une base d'abonnés avérée ou une audience significative (chaînes YouTube), par des équipes de chaînes YouTube ou par des partenariats entre des créateurs de contenu individuels et des sociétés de production bien établies⁹⁷.

ONTARIO CRÉATIF

- En 2019-2020, Ontario Créatif a subi une réduction de 8 millions de dollars du Fonds ontarien de promotion de la musique. Le budget global de l'organisme avait en outre précédemment essuyé deux réductions successives

⁹¹ « Songwriter Support for Music Publishers », *factor.ca*, 1^{er} août 2019.

⁹² Creativebc.com, « About the Pre-Certification Process » (consulté le 15 novembre 2019).

⁹³ Victoria Ahearn, « Netflix announces partnerships with 3 Indigenous cultural organizations in Canada », *The Canadian Press*, 11 juin 2019.

⁹⁴ Kelly Townsend, « Screen Nova Scotia partners with Netflix on screenwriting program », *Playback*, 2 octobre 2019.

⁹⁵ « The Creative BC + CBC Digital Production Fund is now officially open! », www.creativebc.com, 5 juillet 2019; Creative BC, « Bell Media's the Harold Greenberg Fund and Creative BC Announce Selections for BC Shorts Program », 2 août 2018; Creative BC, « BC Production Sector, Netflix unveil new initiative for local screenwriters », 3 août 2018.

⁹⁶ Creative Scotland, communiqué « Crowdfunding Creativity: Pilot scheme launches creative projects », 19 septembre 2018.

⁹⁷ Communiqué, « Screen Australia and Google Australia announce Skip Ahead Five », 8 octobre 2018.

en 2016 et 2017, qui l'avaient amputé de 8,5 millions de dollars. Afin d'atténuer l'impact direct des réductions sur l'industrie, l'organisme a limité les coûts opérationnels du mieux possible. Par conséquent, les activités de l'organisme sont rationalisées et efficaces, mais la souplesse lui permettant de tirer parti des possibilités émergentes en matière de création d'emploi et de croissance économique ou de répondre aux problèmes environnementaux critiques s'en est trouvée réduite.

- Le Fonds ontarien de promotion de la musique est en cours de reconception à la suite d'un vaste processus de consultation sous forme de tables rondes et d'une enquête, qui s'est achevé en septembre 2019.
- Les examens du processus de traitement de l'ensemble des crédits d'impôt visant les médias culturels, ainsi que des activités du Comité consultatif pour la production cinématographique et télévisuelle, annoncés dans le budget 2019, se poursuivront en 2020-2021.
- Deux programmes de financement triennaux devaient s'achever en 2019-2020 : le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario et l'initiative de promotion de la diversité. En 2020-2021, le solde du Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario sera réaffecté aux programmes existants de soutien de l'industrie de l'édition, en mettant l'accent sur la création de matériel pédagogique et promotionnel à destination des écoles. L'initiative de promotion de la diversité sera maintenue pour une année en tant qu'initiative stratégique, en puisant au besoin dans les réserves de trésorerie.
- L'économie de la création de l'Ontario ne cessant de prendre de l'ampleur, la demande des programmes continue de dépasser les ressources, en dépit d'une certaine accalmie du nombre des demandes de crédit d'impôt :
 - Le nombre de demandes de crédit d'impôt reçues en 2018-2019 indique que les volumes commencent à se stabiliser après le pic engendré par les modifications des dispositions législatives et réglementaires (maintien, subventions transitoires, date limite pour le CIOPMIN, etc.). Avec 1 403 demandes, leur nombre a quelque peu augmenté par rapport à l'exercice précédent (de 10 %), mais reste bien en deçà du niveau de 2016-2017. Le nombre total de produits présentés pour examen a décliné de 4 % (2 268 contre 2 361).
 - En 2018-2019, Ontario Créatif n'a pu répondre qu'à 62 % des demandes présentées aux programmes de financement sélectifs de l'organisme (665 sur 1 072), contre 66 % de demandes soutenues en 2017-2018 (672 sur 1 015). L'organisme n'a accordé que 38 % du financement total demandé (environ 35 millions de dollars sur 96).
- Les réserves de trésorerie non engagées d'Ontario Créatif se sont amoindries. Elles ont été utilisées pour contribuer à contrebalancer les réductions budgétaires et financer une série d'initiatives stratégiques limitées dans le temps (sectorielles et opérationnelles).
- Ontario Créatif se focalise de plus en plus sur la promotion d'industries de la création reflétant la diversité en Ontario, car le fait d'accroître la diversité aussi bien dans les contenus 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.
- Le gel de l'embauche et la restriction des dépenses discrétionnaires à l'échelle gouvernementale restent en vigueur, entravant la capacité de l'organisme de se montrer souple et novateur pour répondre aux défis et aux possibilités émergeant au sein de l'industrie.

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.

Abordant la quatrième année d'un plan quinquennal, Ontario Créatif a examiné le plan stratégique et confirmé qu'il reste hautement pertinent pour accomplir les tâches qui attendent l'organisme.

Dans le droit fil de ce cadre stratégique, Ontario Créatif a énoncé un certain nombre de priorités visant à stimuler la croissance et l'emploi au sein des industries de la création de l'Ontario : la diversité, le développement de la main-d'œuvre, les partenariats, la découvrabilité, le marketing et l'exportation. Ces domaines feront office de priorités stratégiques pour l'organisme en 2020-2021 et au-delà, en complément du cadre général.

Les réalisations au cours des trois premiers exercices du plan stratégique sont résumées à la section XIII. Plan de mise en œuvre du plan d'activités, accompagnées d'une liste des principales priorités et tactiques pour 2020-2021.

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 possible.
- **Responsabilisation** : Remplir nos engagements, être ouverts et transparents quant à nos progrès et nous tenir responsables de nos actions.
- **Inclusion** : Valoriser, célébrer et soutenir la diversité.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET CATALYSEURS

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

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

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

Pour Ontario Créatif, cela signifie :

- Investir dans les entreprises au potentiel élevé pour leur permettre de croître et d'être concurrentielles à l'échelle nationale et internationale
- Offrir des programmes et des services ciblés qui apportent une valeur ajoutée et qui ont un impact
- Saisir de nouvelles occasions et de nouveaux outils pour 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 de l'organisme 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. Son personnel a démontré sa capacité de proposer des initiatives constructives et axées sur les résultats à sa clientèle issue de tous les secteurs susmentionnés. Les programmes et services d’Ontario Créatif appuient une variété d’objectifs différents qui peuvent, pour la plupart, être classés dans les catégories suivantes : création de contenu, expansion commerciale, développement des marchés internationaux, développement de l’industrie au sens large, et 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 (financement de l’investissement, soutien international et initiatives stratégiques), le Bureau ontarien de promotion de la musique (financement de l’investissement au sein de l’écosystème musical et initiatives stratégiques) et le Bureau du cinéma (services de marketing, de promotion et d’investissement de l’étranger). Collectivement, elles encouragent et favorisent la collaboration entre secteurs et au sein des secteurs, contribuant à la croissance économique des entreprises du secteur de la création de l’Ontario.
2. **Le Groupe des programmes de crédits d’impôt et de financement** : co-administre six crédits d’impôt⁹⁸ 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** : fournit la planification stratégique et les soutiens opérationnels dont l’organisme a besoin pour atteindre ses objectifs, notamment dans les domaines de la planification stratégique et opérationnelle, de la veille stratégique et des statistiques, des services financiers, des technologies de l’information, de la production de rapports sur les résultats en matière de rendement, et des opérations administratives. Le Groupe appuie le ministère et l’industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles, et suit l’évolution des politiques fédérales (par exemple, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Fonds des médias du Canada). Un soutien en matière de ressources humaines est apporté à l’organisme par le ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs (MSGSC) par l’entremise de son service centralisé, RH Ontario.
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 le personnel du service des communications, à qui il incombe d’appuyer l’ensemble des activités de communication de l’organisme, conformément au plan de communication figurant à la section XIV.

⁹⁸ 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^{er} mai 2016.

PROGRAMMES ET ACTIVITÉS

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

QUE FINANÇONS-NOUS? PRINCIPES CLÉS

Les programmes d'Ontario Créatif se répartissent en deux catégories principales de financement : les programmes d'investissement sélectifs et les crédits d'impôt. Les 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 membres des jurys de programme reflètent la diversité, n'aient aucun conflit d'intérêts et soient régulièrement renouvelés.

Ontario Créatif investit dans des activités nouvelles, pas dans les activités principales. L'organisme 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 visée 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

En 2018-2019, favoriser la diversité au sein des sociétés et des contenus soutenus par Ontario Créatif a été défini comme une priorité. À cette fin, un système de bonification a été intégré dans tous les programmes d'investissement pour encourager les projets qui incluaient des éléments de diversité et, en fin de compte, faire en sorte que les contenus et sociétés soient plus représentatifs de la population de l'Ontario, une approche qui relève en outre du bon sens économique.

Dans les pages qui suivent, le lecteur ou la lectrice pourra constater que durant l'exercice à venir, en plus des critères de sélection susmentionnés, nos programmes, services et initiatives stratégiques mettront particulièrement l'accent sur les priorités émergentes et actuelles de l'industrie en ce qui concerne : 1) le développement de la main-d'œuvre, 2) la diversité, 3) le marketing, la découvrabilité et l'exportation, et 4) les pratiques de production durable. Ces domaines ont été jugés hautement prioritaires en 2020-2021 et pour les trois prochains exercices, et des mesures ont été précisées relativement à chaque volet de programme et de services pour répondre à ces besoins sectoriels pressants.

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

GROUPE DU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE

FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

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

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

LE FONDS COMPORTE DEUX VOLETS :

- **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 DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DU FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE :

- Lancée en 2017-2018 dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique, l'initiative de promotion de la diversité a accordé 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers (fin en 2019-2020)⁹⁹ 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. Les partenaires et administrations de coproduction non traditionnels sont également pris en considération. Ontario Créatif a conscience de la valeur et de l'impact significatifs du fait de bénéficier d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité. Ainsi, au cas où le financement ne serait pas renouvelé par le ministère, l'organisme donnera la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées.

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Comme lors des exercices précédents, chaque dollar investi grâce au Fonds pour la production cinématographique devrait lever 20 dollars supplémentaires de dépenses de production et créer plus de 10 000 semaines de travail. Le soutien stratégique accru en faveur du marketing et de la distribution aidera encore davantage les longs métrages ontariens à trouver un public au pays et à l'étranger. Le soutien offert par l'initiative de promotion de la diversité continuera de donner de nouvelles possibilités aux films dont le contenu et les créateurs reflètent la diversité.

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 2020-2021 :

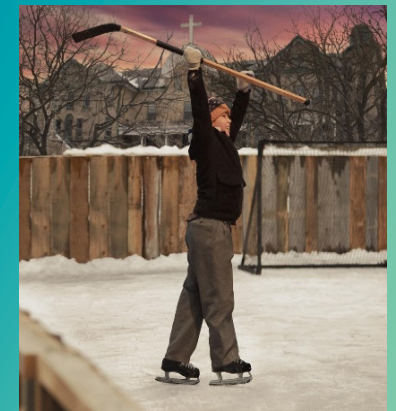
- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour la production cinématographique et, au cas où l'initiative de promotion de la diversité ne serait pas renouvelée par le ministère, complètera pour une année supplémentaire le programme de base à l'aide de fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.

⁹⁹ En 2018-2019 et 2019-2020, 250 000 dollars de l'initiative de promotion de la diversité ont été alloués au Programme de développement de l'industrie (PDI) à l'égard d'initiatives dans les secteurs de l'édition du livre, du cinéma, de la télévision et des revues.

- Afin de mieux faire connaître les films tout au long de leur cycle de lancement et d'attirer de plus larges publics, Ontario Créatif maintiendra l'Initiative pour le marketing et la distribution pour une durée limitée. Elle apporte un soutien ciblé aux stratégies de distribution et de marketing novatrices.
- Ontario Créatif lance un projet pilote pour le développement avec Téléfilm Canada en 2019-2020. Une fois qu'il aura été évalué, la décision de le conserver ou non en 2020-2021 sera prise.

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 :

- Un nombre record de dix films financés par Ontario Créatif étaient à l'affiche du TIFF en 2019 : *American Woman* (*Femme américaine*, First Generation Films, Elevation Pictures), *Castle in the Ground* (*Combat des ombres*, Woods Entertainment), *Disappearance at Clifton Hill* (*Disparition à Clifton Hill*, Rhombus Media Inc.), *Guest of Honour* (*L'invité d'honneur*, Ego Film Arts, The Film Farm), *Sweetness in the Belly* (Sienna Films, Parallel Films), *Tammy's Always Dying* (JA Productions Inc.), *The Rest of Us* (*Celles qui restent*, Babe Nation Films), *The Song of Names* (*Le chant des noms*, Serendipity Films, Lyla Films) et *This is Not a Movie* (TINAM Inc., Sutor Kolonko, ONF). Pour la première fois dans l'histoire du TIFF, un documentaire ontarien a été sélectionné pour être projeté durant le gala d'ouverture : *Once Were Brothers: Robbie Robertson and the Band* (White Pine Pictures, Bell Média Studios, Universal Music Canada/Shed Creative, APTN).
- La production canadienne de longs métrages a des retombées économiques considérables dans toute la province. Le film *Indian Horse* (*Cheval indien*), soutenu par le Fonds pour la production cinématographique, a comptabilisé des dépenses de production en Ontario d'environ 4,9 millions de dollars, lesquelles ont généré dans cette seule province des sorties économiques totales de 9,1 millions de dollars, soit une contribution de 6 millions de dollars au PIB et 77 emplois à temps plein créés. Plus de 325 entreprises principalement situées à proximité de Sudbury et de Peterborough ont tiré profit de la production, laquelle a généré le montant estimatif de 475 444 dollars de recettes fiscales provinciales¹⁰⁰.
- Succès commercial récompensé aux prix Écrans canadiens, *The Grizzlies* a bénéficié du soutien des volets Production et Développement du Fonds pour la production cinématographique. La réalisatrice Miranda de Pencier a remporté le prix de la contribution exceptionnelle à la réalisation d'un long métrage de la Guilde canadienne des réalisateurs.
- Parmi les films distingués aux prix Écrans canadiens 2019 soutenus par le Fonds pour la production cinématographique, figuraient *Stockholm*, *Anthropocene* (*Anthropocène : L'époque humaine*) et *The Grizzlies*. *Anthropocene* a également décroché le prix Rogers du meilleur film canadien de la Toronto Film Critics Association, doté de 100 000 dollars.
- *The Kindness of Strangers*, coproduction avec Strada Films et la Creative Alliance danoise, a été retenu comme film d'ouverture de la Berlinale 2019. Le film a été tourné à Toronto, Hamilton, Copenhague et New York.



INDIAN HORSE :
CE LONG MÉTRAGE
CANADIEN SOUTENU PAR LE
FONDS POUR LA
PRODUCTION
CINÉMATOGRAPHIQUE A
DÉPENSÉ **4,9 MILLIONS DE
DOLLARS,**
CRÉÉ 77 EMPLOIS ET

¹⁰⁰ Association canadienne des producteurs médiatiques, « Étude de cas – Retombées économiques du film *Indian Horse* », *Telefilm.ca*, 2019. <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/acpm-etude-de-cas-retombees-economiques-du-film-indian-horse.pdf>.

- **Diversité et inclusion** : En 2018-2019, 26 films ont bénéficié de l'initiative de promotion de la diversité, volets Production et Développement du Fonds pour la production cinématographique confondus, notamment cinq projets autochtones et 14 projets produits par des femmes. Quatre des dix films soutenus par le Fonds pour la production cinématographique projetés au TIFF 2019 ont reçu des fonds de l'initiative de promotion de la diversité.

FONDS POUR LES PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

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

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Appuyer la création et l'exploitation de contenu original par les sociétés ontariennes
- Donner aux 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 PLUSIEURS VOLETS :

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

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien offert par le Fonds pour les produits MIN (Production) en 2020-2021 devrait générer plus de 10 000 semaines de travail et près du double du montant investi par Ontario Créatif, comme lors des exercices précédents. Le soutien accordé grâce au Fonds pour les produits MIN fournira en outre aux entreprises le financement crucial nécessaire pour produire et commercialiser de nouveaux jeux vidéo et d'autres contenus multimédias numériques à destination des publics en Ontario et à l'étranger. Le programme facilitera la croissance des sociétés et des créateurs émergents en les aidant à devenir des petites ou moyennes entreprises prêtes à produire et à exploiter leurs projets MIN.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour les produits MIN.

- L'organisme commandera un examen du Fonds pour les produits MIN.
- Ontario Créatif fournira le financement d'amorçage d'une initiative visant à créer un nouveau marché sous chapiteau qui devrait regrouper les acheteurs internationaux de produits multimédias interactifs numériques à Toronto.
- Afin d'appuyer les sociétés émergentes du secteur des produits MIN, Ontario Créatif renouvellera le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN, une initiative conçue pour permettre aux créateurs de contenu multimédia numérique prometteurs ou en transition depuis le secteur de la production de contenu pour écran traditionnel d'acquérir des compétences en affaires, en marketing et en présentation. Tirant parti de l'expertise des organismes partenaires WIFT-T, Hand Eye Society et Interactive Ontario, qui assurent la prestation du programme, les sociétés empruntent une voie express les menant tout droit à l'admissibilité au Fonds pour les produits MIN.

SUCÈS 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 :

- Le jeu de réflexion *Quench*, d'Axon Interactive, a remporté un prix Best in Play à la Game Developers Conference (GDC) 2019.
- Huit titres de Tiny Titan Studios ont été cités par Apple parmi les meilleurs nouveaux jeux à leur sortie.
- Gloam Collective a décroché le Grand prix de 50 000 dollars de la Série indie Ubisoft pour son jeu *Bravery Network Online*.
- Drinkbox Studios a publié *Guacamelee 2* avec le soutien des volets Production et Aide à la promotion. Le jeu est sorti sur la Switch de Nintendo et avait engrangé 320 000 dollars quatre semaines après son lancement.
- Bénéficiant du soutien d'Ontario Créatif, Dino Dana de Sinking Ship Entertainment a remporté le prix du meilleur projet multiplateforme (enfants et jeunes) aux prix Écrans canadiens 2019. *Contravision* (Contraverse), soutenu par le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN, a été sélectionné dans le cadre du prix de la meilleure expérience immersive (catégorie Fiction).
- La série *Cottage Quickies*, de Cottage Life/Blue Ant Media, créée pour donner des recettes rapides de plats, boissons et idées de décoration aux propriétaires de chalet, a rapporté plus de 500 000 dollars de recettes publicitaires d'avant-programme et engendré une marque de vidéos produites en continu.
- Trois jeux soutenus par le Fonds pour les produits MIN ont figuré parmi les huit titres récompensés par des prix Best in Play à la GDC 2018 : *Light Fingers*, de Numismatic Games, *A Fold Apart*, de Lightning Rod Games, et le titre de réalité virtuelle de Future Immersive, *Furious Seas*.
- Diversité et inclusion : Ontario Créatif a soutenu la production et la promotion de The Vale (Falling Squirrel Inc.), une expérience audio et haptique immersive, novatrice et primée, conçue pour les joueurs ayant une déficience visuelle. Le développement et le test du jeu se sont faits en partenariat avec l'Institut national canadien pour les aveugles (INCA).



LES JEUX DE TINY TITAN
ONT ÉTÉ TÉLÉCHARGÉS
13 MILLIONS DE FOIS.
LE SOUTIEN DU FONDS POUR LES
PRODUITS MIN A AIDÉ CETTE
SOCIÉTÉ DOMICILIÉE À LONDON À
SE DÉVELOPPER
POUR PASSER DE 1 À 17 EMPLOYÉS
EN À PEINE CINQ ANS

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

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. Les bénéficiaires du Fonds du livre déclarent gagner en moyenne 3 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

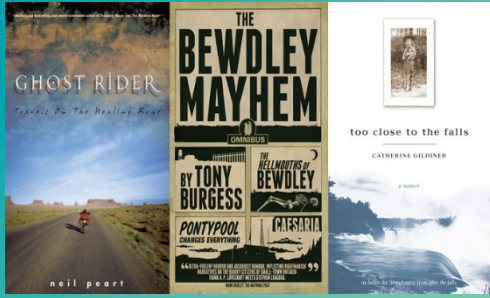
PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds du livre.
- L'organisme maintiendra en outre, pour une durée limitée, le Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens. L'initiative vise à accorder un soutien ciblé aux auteurs canadiens publiés par un éditeur indépendant en vue de faire la tournée des marchés et festivals pour promouvoir leurs ouvrages et accroître, en fin de compte, les ventes de livres.
- Durant les trois derniers exercices, Ontario Créatif a mis en œuvre le Fonds indépendant des livres canadiens pour les écoles en Ontario, dont la fin est programmée en 2019-2020. Comme il reste des fonds non dépensés, Ontario Créatif projette de les utiliser pour continuer à soutenir des projets faisant le lien entre les livres ontariens et le marché éducatif, par l'intermédiaire du Fonds du livre et du Programme de développement de l'industrie (PDI).

SUCCÈS DU FONDS DU LIVRE : En 2018-2019, les bénéficiaires du Fonds du livre ont indiqué avoir gagné chaque année en moyenne 5 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 :

- Titre publié par l'éditeur indépendant domicilié à Windsor, Biblioasis, *Ducks, Newburyport (Les Lionnes)* de Lucy Ellmann a figuré en sélection finale du prix international Booker. La société attribue sa croissance à Ontario Créatif. Le soutien de l'organisme a donné à Biblioasis la souplesse nécessaire pour tester de nombreuses approches différentes afin d'exporter ses titres aux États-Unis. Cette stratégie a fait que les ventes à l'exportation constituent désormais 40 % des ventes de la société. Les acheteurs sont sensibles à la grande variété des titres de l'éditeur, qui incluent aussi bien des livres sur l'identité canadienne que des ouvrages sur le sport ou l'histoire régionale.

- Publié par la maison d'édition ontarienne indépendante Coach House Books, *Days by Moonlight* d'André Alexis a décroché les 50 000 dollars du prix Rogers de fiction de la Société d'encouragement aux écrivains du Canada. La liste des finalistes de l'édition 2019 du prestigieux Prix Banque Scotia Giller 2019 compte deux livres publiés par l'éditeur bénéficiant du soutien d'Ontario Créatif, House of Anansi Press : *Small Game Hunting at the Local Coward Gun Club*, de Megan Gail Coles, et *Dual Citizens*, d'Alix Ohlin.
- Les maisons d'édition et auteurs ontariens ont aussi été récompensés aux Prix littéraires du Gouverneur général 2019, notamment *Holy Wild* de Gwen Benaway (Book*hug Press) (Poésie), *Small in the City (Perdu dans la ville)* de Sydney Smith (Groundwood Books) (Littérature jeunesse – livres illustrés), et deux livres de Playwrights Canada Press : *Birds of a Kind (Tous des oiseaux)* de Wajdi Mouawad, traduit par Linda Gaboriau (Traduction) et *Other Side of the Game* d'Amanda Parris (Théâtre).
- Le Prix TD de littérature canadienne pour l'enfance et la jeunesse en langue anglaise 2019, doté de 50 000 dollars, a été attribué à *Ebb&Flow* de Heather Smith, publié par l'éditeur ontarien Kids Can Press. La qualité du secteur ontarien de l'édition jeunesse est reconnue dans le monde entier. L'illustrateur torontois Sydney Smith a été cité dans la liste des meilleurs livres illustrés pour enfants de 2017 du *New York Times*, à l'égard de son livre d'images *Town Is by the Sea*, écrit par Joanne Schwartz et publié chez Groundwood Books. Kids Can Press a été nommé éditeur de l'année en Amérique du Nord à la Foire du livre de jeunesse de Bologne 2017, Groundwood Books ayant obtenu ce titre en 2016 et Owlkids Books ayant été sélectionné en 2018.
- Annick Press publie des livres d'images et des ouvrages romanesques et non romanesques depuis une trentaine d'années, notamment les ouvrages des auteurs Robert Munsch, Kathy Stinson et Ruth Ohi. L'objectif premier était de produire une littérature pour enfants reflétant la sensibilité canadienne et son influence sur leur vie. Au fil du temps, la notoriété acquise par certains auteurs canadiens grâce à Annick Press et à d'autres éditeurs a contribué à la croissance de l'industrie. Très tôt, les fondateurs ont établi un plan de distribution et de publicité tirant profit des aides au financement et à la capitalisation. Le soutien d'Ontario Créatif a permis à la maison d'édition d'élaborer et de financer des vidéos d'auteurs, des tableaux blancs interactifs pour les salles de classe et d'autres stratégies de communication multimédias qui font mouche auprès du public. Parmi les récents titres distingués, citons *Fire Song* d'Adam Garnet Jones et *The House of One Thousand Eyes* de Michelle Barker.
- Grâce à un projet présenté au Fonds du livre pour améliorer les relations avec le lectorat par l'intermédiaire de nouveaux services en ligne et de campagnes payantes dans les médias sociaux, ECW Press a augmenté les ventes en ligne de ses livres imprimés de 37 %, ce qui représente près de 700 000 dollars de ventes.
- **Diversité et inclusion :** Avec le soutien du Fonds du livre, Groundwood Books a créé un nouveau catalogue de titres autochtones contenant des notes afférentes au curriculum à l'intention du personnel enseignant. Ainsi, 5 600 exemplaires ont été distribués, les ventes de titres d'auteurs autochtones ont grimpé de 23 % et la page affichant les renseignements connexes sur le site Web de l'éditeur a reçu plus de 10 000 visites.



ECW PRESS

LE SOUTIEN DU FONDS DU LIVRE A PERMIS À CETTE SOCIÉTÉ D'ACCROÎTRE SES VENTES EN LIGNE DE LIVRES IMPRIMÉS DE **37 %**, CE QUI S'EST TRADUIT PAR PRÈS DE **70 000 DOLLARS DE**

FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES

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

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien 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.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

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

SUCCÈS DU FONDS D'AIDE AUX ÉDITEURS DE REVUES : 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 :

- *Precedent Magazine*, une revue sur l'orientation professionnelle et la vie moderne destinée aux avocats, a progressé jusqu'à dépasser les 15 000 exemplaires distribués chaque trimestre par la poste, grâce au soutien accordé par le Fonds d'aide aux éditeurs de revues pour financer un sondage du lectorat, élaborer du matériel promotionnel et créer un site Web ciblant les étudiants en droit. La publication a obtenu des distinctions aux Prix du magazine canadien, aux Canadian Business Media Awards et aux prix de la Canadian Society of Magazine Editors, décrochant trois années de suite le prix du magazine professionnel de l'année.
- Afin d'augmenter la fréquentation du site et d'optimiser les recettes des publicités numériques, *King Snow Magazine* a pu promouvoir son contenu sur une variété de plateformes de médias sociaux, générant une hausse des ventes de plus de 200 000 dollars par rapport à l'exercice précédent et permettant à la revue de trouver de nouveaux partenaires publicitaires pour les années à venir.
- Le soutien d'Ontario Créatif a permis à Outpost Travel Media de se consacrer à la recherche et à l'édition de contenus de qualité mettant l'accent sur des récits inédits et authentiques dans le secteur du voyage d'aventures, narrés avec une perspective canadienne. Même si le succès de la revue papier, éditée à six numéros par an, ne se dément pas, le soutien d'Ontario Créatif a permis à la société de tirer parti de ces nouvelles technologies et approches créatives en matière de contenu, et de développer ses activités en monétisant ce contenu au travers de différentes plateformes.

- Grâce au soutien du Fonds d'aide aux éditeurs de revues, *Inuit Art* a pu mener sa première campagne de publicité ciblée en ligne et mettre en place un système de GRC, avec à la clé une augmentation des abonnements de 11 % et une hausse de 68 % des dons des lecteurs à la revue.
- Plusieurs revues ontariennes ont été distinguées lors de la 42^e édition des Prix du magazine canadien, qui s'est tenue à Toronto en mai 2019. Les grands gagnants de la soirée soutenus par Ontario Créatif incluaient *Toronto Life* (Grand prix de l'éditeur, Portraits, Journalisme d'enquête), *Cottage Life* (Meilleur magazine : service et art de vivre, Photojournalisme et essais photographiques) et *The Walrus* (Illustrations, Meilleur article de fond – long format).
- Les gagnants des Canadian Online Publishing Awards ont été annoncés, la revue ottavienne en ligne *Affaires universitaires* ayant remporté le prix de la meilleure publication dans la catégorie Affaires, et *Kayak: Navigue dans l'histoire du Canada* (une branche de la revue *Histoire Canada*) ayant décroché celui de la meilleure publication dans la catégorie Intérêt général.
- **Diversité et inclusion** : Le Fonds d'aide aux éditeurs de revues soutient de nombreuses revues multimédias visant une grande variété de lectorats, comme *Culture Magazine*, reflétant la diversité et le dynamisme des cultures canadienne et vietnamienne, ByBlacks.com, au service de la communauté canadienne noire, et *Abilities Magazine*, la revue canadienne consacrée à l'art de vivre des personnes handicapées, publiée par la Canadian Abilities Foundation.



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

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

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

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien accordé par le Fonds pour l'exportation 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. Comme en 2018-2019, les bénéficiaires de financement devraient déclarer engranger des ventes à l'international de plus de 300 millions de dollars (175 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)¹⁰¹.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du rendement du capital investi, 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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour l'exportation et le programme de développement des activités à l'étranger.
- Ontario Créatif donnera aux éditeurs l'occasion de participer aux activités à impact élevé organisées durant la dernière année du Canada comme invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort 2020.
- Ontario Créatif continuera d'étudier les possibilités pour encourager ses parties prenantes à tirer profit du financement fédéral à l'exportation. En 2019-2020, le personnel d'Ontario Créatif a pris part au Groupe de travail fédéral-provincial-territorial sur la promotion et la diversité culturelles à l'ère numérique, chargé d'élaborer un inventaire des stratégies et initiatives (par exemple, les programmes et services) qui favorisent la promotion et l'exportation de la culture canadienne.
- 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.

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

- En 2018-2019, le Fonds pour l'exportation a permis à 132 sociétés des secteurs de l'édition du livre, du cinéma et de la télévision de faire 603 voyages d'affaires, notamment pour fréquenter 179 marchés internationaux.
- En 2018-2019, le programme de développement des activités à l'étranger a orchestré une présence stratégique sur cinq marchés, dont le Festival de Cannes, le marché du film documentaire israélien CoPro 2018 et la Foire du livre de Londres. Au Festival de Cannes (14-25 mai 2019), Ontario Créatif a tenu, en collaboration avec le TIFF, une réception pour plus de 600 personnes déléguées. L'initiative CoCréation Cannes a organisé des entretiens particuliers pour des producteurs venus d'Ontario, d'Australie, d'Irlande, de Nouvelle-Zélande et du Royaume-Uni.
- Ontario Créatif a envoyé une équipe d'écriture/de production de la société Hungry Eyes Media à l'atelier international pour scénaristes eQuinox Europe, en Allemagne, et le producteur Aeschylus Poulos, de la société Hawkeye Entertainment, au Production Finance Market à Londres, au Royaume-Uni.
- Lors du Kidscreen Summit 2019 à Miami (11-14 février), Ontario Créatif a soutenu la participation de producteurs ontariens et a mis un espace de réunion à leur disposition.

¹⁰¹ L'exercice le plus récent pour lequel des résultats sont disponibles.

- Le soutien du Fonds pour l'exportation en 2018-2019 a permis à Guru Studio de signer des accords ambitieux avec des télédiffuseurs internationaux, pour un montant confirmé de plus de 8 millions de dollars. Depuis sa participation au MIPCOM et au Kidscreen Summit, le studio a pu signer une convention de droits de diffusion au Canada de sa propriété *Pikwik*, d'une valeur de 3 millions de dollars canadiens, une convention d'octroi de licence à Master Toy, d'une valeur de 3,7 millions de dollars américains, et plusieurs accords concernant la télédiffusion linéaire des deux premières saisons de sa propriété télévisuelle *True and the Rainbow Kingdom (Talia et le royaume Arc-en-ciel)*.
- En 2018-2019, grâce à un soutien à l'exportation pour fréquenter des marchés comme Berlin et Cannes, le long métrage *Mersea* de Six Island Productions Inc., développé en partenariat avec une autre société soutenue par le Fonds pour l'exportation, Devonshire Productions, a été sélectionné pour être présenté à Cannes dans le cadre de Frontières Proof of Concept, avant de décrocher le premier prix doté d'une récompense de 15 000 euros en argent. La société Six Island Productions s'est également rendue au Festival du film de Galway pour consolider ses liens internationaux et a rencontré des producteurs des États-Unis, de Belgique, d'Allemagne, d'Angleterre, d'Irlande du Nord et d'Écosse pour discuter de futures coproductions internationales avec le Canada.
- À la suite de réunions stratégiques clés organisées en Corée, à Los Angeles et au Royaume-Uni, et forte de sa présence bien assise à l'European Film Market, la société Banger Media Inc. a pu signer des contrats de plus de 7 millions de dollars concernant les droits mondiaux de ses propriétés documentaires sur le monde de la musique, telles que *Pop Evolution* et *Triumph: Lay it on the Line*, avec les locomotives de la distribution numérique Netflix, Google et Live Nation.
- En 2018-2019, ECW Press a remporté de grands succès au sein des marchés américain et britannique. *Ice Diaries*, de Jean McNeil, a été cité parmi les meilleurs livres de 2018 de *The Guardian*, et *The Appraisal*, d'Anna Porter, a été sélectionné dans le cadre du prix Staunch. La présence constante de la société lors de conférences américaines s'est soldée par 22 critiques étoilées dans des journaux américains majeurs. ECW Press a ainsi engrangé 1,3 million de dollars de ventes confirmées avec le soutien du Fonds pour l'exportation.
- Biblioasis s'est lancé dans des voyages d'affaires stratégiques, renforçant ses liens avec des médias clés et en forgeant de nouveaux. En 2018-2019, deux des titres de la société ont fait l'objet d'une critique dans le *New York Times* après un entretien particulier avec le rédacteur en chef. Les éloges de la critique résultant d'interactions personnelles avec les médias ont donné lieu à 120 nouvelles relations d'affaires pour Biblioasis.
- **Diversité et inclusion** : Le Fonds pour l'exportation a appuyé la participation à une variété d'activités reflétant la diversité, notamment organisées par le festival Inside Out, le Female Eye Film Festival, le ReelAsian Film Festival, de Women in Film & Television, Caribbean Tales, l'APFC - Alliance des producteurs francophones du Canada et le Reelworld Film Festival.



BANGER
F I L M S

BANGER MEDIA INC. :
LE FONDS POUR
L'EXPORTATION A AIDÉ
CETTE SOCIÉTÉ DE
PRODUCTION DE FILMS
À TISSER DE PRÉCIEUX
LIENS À
L'INTERNATIONAL AYANT
RAPPORTÉ

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, 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 Développement de l'industrie de la musique du FOPM, 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 :

- À partir de 2018-2019, Ontario Créatif a alloué une portion de l'initiative de promotion de la diversité menée dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique au Programme de développement de l'industrie, à l'égard de projets 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. Ontario Créatif a conscience de la valeur et de l'impact significatifs du fait de bénéficier d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité. Ainsi, au cas où le financement ne serait pas renouvelé par le ministère, l'organisme donnera la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées.

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

L'année prochaine, environ 60 initiatives soutenues et/ou menées par Ontario Créatif contribueront à créer plus de 14 000 pistes d'affaires pour les entrepreneurs ontariens de l'industrie de la création. Ces pistes aideront à créer de nouveaux partenariats qui engendreront de nouveaux projets et une hausse des recettes pour les sociétés. Le programme permettra aussi aux participants 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 2020-2021 :

- Dans la droite ligne des priorités du gouvernement et des objectifs déterminés par l'organisme, le Programme de développement de l'industrie ciblera trois domaines prioritaires en 2020-2021. 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, au cas où l'initiative de promotion de la diversité ne serait pas renouvelée par le ministère, 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.

- Durant les trois derniers exercices, Ontario Créatif a mis en œuvre le Fonds indépendant des livres canadiens pour les écoles en Ontario, dont la fin est programmée en 2019-2020. Cependant, comme il reste des fonds non dépensés, Ontario Créatif projette de les utiliser pour continuer à soutenir des projets émanant d'associations professionnelles qui promeuvent des livres ontariens auprès du marché éducatif. Ontario Créatif administrera la deuxième année de financement fédéral pluriannuel en vertu de l'Entente Canada-Ontario sur les services en français, afin d'accroître les possibilités d'exportation à l'international pour les producteurs de contenu pour écran francophones.

SUCCÈS DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE :

- En 2018-2019, Ontario Créatif a soutenu 51 initiatives, créant plus de 32 000 nouvelles pistes d'affaires pour les entrepreneurs de l'industrie des médias de la création. Ces pistes mèneront à de futures possibilités de partenariat et de collaboration qui contribueront au développement de produits et à la croissance de sociétés.
- Voici des initiatives propices à l'expansion commerciale soutenues par le Programme de développement de l'industrie en 2018-2019 : Caribbean Tales, Industry Centre du TIFF, Open Book et Hot Docs. Le PDI a également soutenu des initiatives de marketing collectif telles que la School Library Marketing Initiative, menée par l'Association of Canadian Publishers, le projet de distribution et d'accès au marché de Magazines Canada et la Regional Marketing Initiative de l'Ontario Book Publishers Organization.
- En 2017-2018, Ontario Créatif a apporté des modifications d'ordre administratif au Programme de développement de l'industrie pour le simplifier, comme l'avait suggéré une évaluation du programme par un tiers.



- **Diversité et inclusion** : Soutien de l'Alliance des producteurs francophones du Canada en vue d'intensifier la présence des productions et films ontariens francophones sur les marchés internationaux.
- Soutien d'une initiative visant à accroître la participation des producteurs de films autochtones du Nord de l'Ontario aux programmes sectoriels et réunions de commerce interentreprises de l'imagineNATIVE Film & Media Arts Festival.
- Soutien accru de Reel Asian, Female Eye et d'autres programmes sectoriels axés sur la diversité.
- Soutien de la Diverse Intern Initiative de l'Ontario Book Publishers Organization, ayant jusqu'à présent conduit à l'embauche à titre permanent de quatre personnes.
- En 2019-2020, Ontario Créatif a soutenu le long métrage *Night Raiders*, coproduction internationale bénéficiaire de l'initiative de promotion de la diversité du Fonds pour la production cinématographique, afin de mettre en place sur son plateau des possibilités de mentorat pour cinéastes autochtones couvrant tous les aspects de la production.
- Le Festival of Literary Diversity (FOLD), soutenu par Ontario Créatif, et sa fondatrice Jael Richardson ont reçu le prix Freedom to Read 2019 de la Writers' Union of Canada.

FONDS ONTARIEN DE PROMOTION DE LA MUSIQUE

Le Fonds ontarien de promotion de la musique a été lancé en 2013-2014 et vise à renforcer et à stimuler la croissance des sociétés de l'ensemble de l'écosystème musical. En 2019-2020, le FOPM a subi une réduction de 8 millions de dollars en cours d'exercice et un examen du Fonds est en cours. L'examen débouchera sur le lancement d'un FOPM repensé d'ici au printemps 2020.

Des consultations des parties prenantes ont eu lieu en août et en septembre 2019. Un total de 55 intervenants individuels de l'industrie musicale ont pris part à des consultations sectorielles en personne sous la forme de trois tables rondes, d'une séance organisée à Ottawa ayant inclus des intervenants francophones et de réunions avec des associations professionnelles. De plus, une enquête a été envoyée à 975 personnes-ressources de l'industrie musicale et a généré 163 réponses.

À l'heure actuelle, les paramètres du programme doivent encore être finalisés. Toutefois, au sein d'une industrie à la complexité croissante et en constante évolution, le nouveau programme sera conçu dans l'optique d'orienter le soutien vers les secteurs où son impact sera le plus important, et de simplifier les exigences et les processus en vue de faire preuve d'une plus grande souplesse et d'une plus grande réactivité face aux changements survenant au sein du marché mondial de la musique et de l'écosystème musical local de l'Ontario.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

Jusqu'à présent, les objectifs du Fonds ontarien pour la promotion de la musique consistaient à :

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

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Alors que des mesures spécifiques sont en cours de conception pour 2020-2021 dans le cadre de la consultation et de l'examen en cours, les résultats sont généralement focalisés sur :

- 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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- Ontario Créatif mettra en œuvre le Fonds ontarien de promotion de la musique repensé.
- Le Bureau ontarien de promotion de la musique a été approuvé pour toucher un financement fédéral au titre de l'Entente Canada-Ontario sur les services en français, afin d'entreprendre en la matière un projet qui assurera la promotion d'entreprises musicales et d'artistes francophones émergents.
- Ces dernières années, des fonds pour la recherche dans le secteur musical ont été mis à disposition par l'intermédiaire du volet Développement de l'industrie de la musique du Fonds ontarien de promotion de la musique. Dans le but d'alléger la pression sur le budget du FOPM et d'assurer la continuité du soutien destiné à la veille stratégique dans le secteur musical, ce dernier sera admissible au Programme de veille

stratégique à compter de 2020-2021.

SUCCÈS DU FONDS ONTARIEN DE PROMOTION DE LA MUSIQUE :

L'industrie musicale de l'Ontario continue d'occuper la première marche du podium au Canada et d'être considérée comme un phénomène dans le monde entier. Désormais dans son huitième cycle, le Fonds ontarien de promotion de la musique continue de soutenir ce secteur dynamique.

- De 2013-2014 à 2017-2018, le Fonds ontarien de promotion de la musique a contribué à la vente mondiale de plus de 20 millions d'exemplaires d'enregistrements musicaux, généré 40 000 pistes d'affaires et contrats lors de missions d'exportation et de réunions de commerce interentreprises, directement soutenu 2 200 artistes et compté plus de 10 millions de personnes présentes lors de concerts qui bénéficiaient de son appui.
- Les prix JUNO 2019 ont eu lieu à London, en Ontario, le groupe local Loud Luxery ayant ouvert l'émission télédiffusée. L'Ontarienne Jessie Reyez a remporté le prix de l'enregistrement R&B/soul de l'année et Jeremy Dutcher a décroché celui de l'album de musique autochtone de l'année. Les artistes ontariens constituaient 60 % des 188 finalistes. Avant la Semaine des JUNO, Ontario Créatif a organisé une séance de réseautage au Lounge at Live Nation, à Toronto, en l'honneur des artistes ontariens sélectionnés aux prix JUNO.
- L'artiste soutenue par le FOPM Haviah Mighty a reçu le prestigieux Prix de musique Polaris 2019. Trois autres artistes ontariens figuraient sur la courte liste du Prix : PUP, Jessie Reyez et Shad.
- Daniel Caesar est reparti avec son premier prix Grammy à l'occasion de la 61^e édition annuelle des prix, celui de la meilleure prestation R&B pour sa collaboration avec H.E.R., « Best Part », parue sur son album *Freudian*.
- Le bénéficiaire du FOPM Kingsway Records s'est associé à la Regent Park School of Music pour composer un nouveau volume de la Kingsway Music Library, qui fait collaborer des artistes et auteurs-compositeurs de renom avec les jeunes inscrits à la RPSM. Taylor Swift a échantillonné l'une des pistes dans son titre sorti en août 2019, *Lover*, montrant comment un projet communautaire peut avoir de puissantes retombées économiques.
- **Diversité et inclusion** : Un tiers des bénéficiaires du volet Développement des talents du FOPM sont des artistes féminines ou des groupes menés par une femme et près de la moitié des auteurs de demande sont issus de la diversité culturelle.
- En 2019-2020, le Bureau ontarien de promotion de la musique a étoffé son programme de mentorat durant la Semaine de la musique canadienne (SMC), fournissant à des sociétés et des artistes émergents à fort potentiel dans des communautés et des genres sous-représentés des laissez-passer pour la conférence.



CINQ EXERCICES DU FOPM
PLUS DE 20 MILLIONS
D'EXEMPLAIRES VENDUS
PLUS DE 10 MILLIONS DE
PERSONNES À DES CONCERTS
2 200 ARTISTES SOUTENUS
40 000 PISTES D'AFFAIRES

BUREAU DU CINÉMA

Le Bureau du cinéma de l'Ontario propose un ensemble de services aux sociétés cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères, en vue d'attirer en Ontario les investissements liés à la production, à la postproduction, à l'animation et aux effets visuels. 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 2018, l'Ontario a connu une année record, avec 1,9 milliard de dollars d'activité de production et 324 projets ontariens et étrangers tournés dans la province. 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 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.

Le Bureau du cinéma a réuni le Comité consultatif de l'initiative Écran vert Ontario pour discuter de stratégies de production durable qui permettront aux productions d'économiser des coûts environnementaux et monétaires, et valoriseront le choix de l'Ontario comme lieu de tournage. La durabilité 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 aisées à mettre en œuvre à cette fin.

En 2020-2021, Ontario Créatif projette d'approfondir son rôle de chef de file en continuant d'organiser des réunions avec les partenaires sectoriels pour aborder des possibilités comme le développement de la main-d'œuvre et la production durable. 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 durable permettra d'enrichir encore la proposition de valeur de l'Ontario comme lieu de tournage.

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

En 2018, les productions cinématographiques et télévisuelles soutenues par la province ont contribué pour 1,9 milliard de dollars à l'économie et représenté environ 37 000 emplois directs et indirects à temps plein¹⁰². La demande mondiale en contenu cinématographique et télévisuel suggère que 2020-2021 et les exercices ultérieurs seront des exercices fastes en matière de production. L'organisme a enregistré le nombre record de 50 productions tournées simultanément en Ontario en juillet 2019, et nous sommes persuadés que cette vitalité restera de mise durant l'exercice à venir. Nous nous attendons à observer ces solides résultats aussi bien dans la région du grand Toronto qu'en dehors; en 2018, le montant estimatif de 300 millions de dollars a été dépensé hors de la RGT.

Cette année, Ontario Créatif a recruté un nouveau représentant pour le Bureau de L.A. et est ravi du succès de la transition, après les neuf années de service de la personne précédente.

¹⁰² Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2017*.

Les résultats du Bureau du cinéma sont évalués en fonction :

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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- 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.
- **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 MTFDC, l'EDU, et le ministère des Collèges et Universités (MCU).
 - Sous la forme d'une initiative stratégique, des activités tactiques de développement de la main-d'œuvre seront menées en 2020-2021. Elles pourront inclure la coorganisation de salons de l'emploi.
 - **Production durable** : Le Bureau du cinéma continuera de faciliter le développement de l'initiative Écran vert Ontario en travaillant avec les membres de l'industrie et les partenaires régionaux. Le groupe a tenu sa première réunion en juin 2019 et étudie les besoins et les possibilités, notamment un agent de prestation du programme à même d'offrir une formation en littératie carbone à la pointe de l'industrie en Ontario, qui valorisera les producteurs et studios envisageant de choisir la province.
 - Un projet de recherche sera entrepris en tant qu'initiative stratégique avec l'appui de l'équipe des activités opérationnelles et de la recherche, de la façon qui sera définie par le Groupe de travail sur la production durable, mandaté comme tierce partie.

SUCCÈS DU BUREAU DU CINÉMA :

- En 2018-2019, 152 projets ontariens et étrangers ont reçu une aide sous forme de services de repérage et de conseil à la production de la part du Bureau du cinéma, lequel est parvenu à convaincre des projets majeurs à tourner en Ontario, par exemple *Dare Me (Vilaines filles)*, *IT: Chapter 2 (Ça : Chapitre 2)*, *Scary Stories To Tell In the Dark (Histoires effrayantes à raconter dans le noir)*, *Shazam!*, *Umbrella Academy* et *The Boys*.
- 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 Bureau¹⁰³. Le

¹⁰³ Ontario Créatif, *Résultats annuels*, 2017-2018.

Bureau de L.A. continue d'apporter une précieuse contribution à l'activité de production étrangère en Ontario. En 2018-2019, le Bureau de L.A. a généré 120 pistes, parmi lesquelles 57 se sont concrétisées par des travaux de repérage et 17 ont fini par être tournées en Ontario, pour une valeur totale de 343 millions de dollars. Le poste de conseiller au Bureau de L.A. était vacant depuis plusieurs mois, avec pour conséquence un nombre et une valeur inférieurs de pistes de production générés par le Bureau par rapport au rendement moyen. Le recrutement d'un nouveau conseiller est à présent achevé et, alors que nous nous attendions à une certaine latence et à des résultats moindres durant la période d'intensification de l'activité, nous sommes ravis que la transition se soit faite en douceur et que le taux de concrétisation soit aussi bon pour le moment en 2019-2020.

- La collection d'images de la Photothèque numérique des extérieurs primée d'Ontario Créatif ne cesse de croître. À la fin de l'exercice 2018-2019, elle comptait environ 9 000 portefeuilles renfermant plus de 257 000 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. Le rafraîchissement de la base de données ainsi que l'amélioration de l'exactitude des données constituent des axes prioritaires pour l'année à venir.
- L'Ontario Production Guide (en anglais uniquement) entièrement rénové a été lancé en novembre 2018 avec une fonctionnalité accrue. Le service a été modernisé pour intégrer des fonctions de recherche plus intuitives, des champs permettant aux fournisseurs de proposer des biens et des services durables, et la possibilité pour les utilisateurs de soumettre et de mettre à jour des extérieurs directement sur la plateforme.
- 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. Au cours de la visite de familiarisation organisée en 2019, dix cadres du secteur de la production issus de sociétés comme Netflix, Disney, Paramount et Warner Brothers sont venus 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 1 630 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, provincial et fédéral à créer une expérience de production fluide en Ontario, et ce, dans toutes les régions. À l'appui de ces efforts, 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. Plus de 40 agents de liaison cinématographique locaux ont participé à la 10^e édition, organisée en janvier 2019.
- Le chef du Bureau du cinéma de l'Ontario a représenté Ontario Créatif au premier Canadian Film Commissioners Summit, à Ottawa, ayant réuni les chefs des bureaux du cinéma de tous les principaux centres de production provinciaux et municipaux du Canada. Les discussions ont porté sur les pratiques exemplaires pour les bureaux du cinéma et sur l'élaboration d'une stratégie nationale de promotion du Canada comme lieu de production de tout premier ordre.
- L'Ontario génère activement des pistes en tenant un stand au TIFF. En 2019, plus de 80 pistes et relations d'affaires ont été établies par ce moyen.

- Ontario Créatif a continué de renforcer ses liens régionaux en organisant des ateliers sur la gestion des extérieurs et les pratiques exemplaires pour London, la région de Durham et Kingston.

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 dramatique de Hulu, *The Handmaid's Tale* (*The Handmaid's Tale : La servante écarlate*), adaptée du roman de l'écrivaine torontoise Margaret Atwood, est tournée dans différentes villes de la province et a récolté des éloges généralisés. En trois saisons, elle a reçu 14 Primetime Emmy Awards, y compris dans la catégorie Meilleure série télévisée dramatique, ainsi que deux Golden Globes, dont celui de la meilleure série télévisée dramatique.
- Le bureau du cinéma de Cambridge, en Ontario, a été sélectionné aux Locations Managers Guild International Awards, dans la catégorie Bureau du cinéma d'exception, au titre de la qualité supérieure du soutien apporté à *The Handmaid's Tale*. Le bureau de Cambridge est le premier bureau du cinéma canadien à avoir été sélectionné dans le cadre de ce prix. Ontario Créatif a renseigné le bureau de Cambridge sur les pratiques exemplaires en matière de gestion des extérieurs à l'occasion du Forum cinématographique régional.
- *Schitt's Creek* (*Bienvenue à Schitt's Creek*) est la première série télévisée canadienne à avoir été sélectionnée dans la catégorie Meilleure comédie aux Critics Choice Television Awards. En cinq saisons, elle a récolté quatre sélections aux prix Emmy, de nombreux prix Écrans canadiens, dont celui de la meilleure série comique, et a été retenue par Netflix pour être distribuée à l'international.
- 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 l'une des productions originales d'Amazon les plus regardées, selon la société¹⁰⁴.
- *Umbrella Academy*, filmée à Toronto et Hamilton, a obtenu deux sélections aux prix Emmy, dont une à l'égard du studio d'effets visuels torontois Spinvfx. Après un mois de disponibilité à la diffusion en continu sur Netflix, le programme comptabilisait plus de 45 millions de vues dans le monde entier. Il a été renouvelé pour une deuxième saison¹⁰⁵.



¹⁰⁴ Paul Tassi, « The Boys' Is Amazon's Highest Rated Original Series Ever On IMDb », *The Hollywood Reporter*, 19 juillet 2019.

¹⁰⁵ Rick Porter, « 'Umbrella Academy' Draws 45 Million Global Viewers, Netflix Claims », *The Hollywood Reporter*, 16 avril 2019.

- 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 %) ¹⁰⁶.
- *IT: Chapter Two* (*Ça : Chapitre 2*), suite de la franchise horrifique, a été tournée dans plusieurs collectivités du Sud de l'Ontario, notamment à Port Hope. La production a rapporté plus de 56,4 millions de dollars à la province. En 86 jours de tournage, 1 800 acteurs et techniciens ontariens ont été recrutés, plus de 30 millions de dollars ayant été dépensés pour les seuls salaires et frais de main-d'œuvre. Il faut ajouter plus de 25,9 millions de dollars dépensés pour acquérir des biens et services locaux, notamment au chapitre de la construction et du bois d'œuvre, de la restauration, des frais d'hôtel et d'hébergement, des frais de location et des frais de permis ¹⁰⁷.
- Plus de 55 millions de dollars ont été dépensés en Ontario pour filmer *Shazam!* La production a créé 3 457 emplois pour la distribution et l'équipe technique, avec plus de 31,3 millions de dollars de dépenses de main-d'œuvre ontarienne et plus de 23,9 millions de dollars de dépenses en biens et services auprès de plus de 750 entreprises ontariennes, à l'égard de coûts tels que la restauration, le bois d'œuvre et la construction, les frais de location, les frais de permis et les costumes ¹⁰⁸.

UMBRELLA ACADEMY :
SÉLECTIONNÉE AUX PRIX
EMMY, L'ADAPTATION DE
BANDE DESSINÉE A ÉTÉ
TOURNÉE À TORONTO ET
HAMILTON. ELLE AVAIT ÉTÉ
DIFFUSÉE EN CONTINU
45 MILLIONS DE FOIS UN
MOIS APRÈS SA MISE À

INITIATIVES COLLABORATIVES

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

- De la page à l'écran est une initiative 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 71 contrats d'adaptation. En 2018-2019, plus de 65 sociétés ont participé à 350 entretiens ayant découlé sur six accords d'acquisition de droits d'adaptation ¹⁰⁹. 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.

¹⁰⁶ Association cinématographique – Canada, communiqué de presse « Star Trek: Discovery on an economic mission for Ontario, spending over \$257 million in just two seasons », 31 octobre 2019.

¹⁰⁷ Association cinématographique – Canada, communiqué de presse « Warner Bros. Entertainment's IT CHAPTER TWO scares up a hair-raising \$56.4 million for Ontario's economy », 5 septembre 2019.

¹⁰⁸ Association cinématographique – Canada, communiqué de presse « New Line Cinema/DC's Shazam! Supercharges Ontario's economy, spending over \$55M on production », 5 avril 2019.

¹⁰⁹ Ontario Créatif, *Résultats annuels*, 2018-2019.

- Jusqu'à présent, plus de 100 films ont été financés avec succès grâce au Forum sur le financement international d'Ontario Créatif, notamment *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 Oscars¹¹⁰.
- 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 2019-2020 : trois à Toronto, dont une réunion de spécialistes sur les protocoles culturels autochtones, et une à Ottawa sur les enjeux concernant la main-d'œuvre du secteur de la culture. Ontario Créatif met toutes les discussions entre spécialistes à disposition sous forme de balados.
- Ontario Créatif organisera sa deuxième journée Échange de création en janvier 2020. 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. Il a été lancé en 2017-2018, et a lieu tous les deux ans, le prochain rendez-vous étant programmé pour 2021-2022.
- En 2020-2021, Ontario Créatif entreprendra une nouvelle initiative stratégique intersectorielle de marketing pour mettre en relief des projets reflétant la diversité soutenus par Ontario 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. Cette initiative stratégique permettra en outre de mettre en exergue l'impact économique du contenu reflétant la diversité en Ontario.
- En 2020-2021, enfin, Ontario Créatif travaillera en collaboration avec d'autres organismes du MIPSTC à la définition d'une nouvelle façon 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.

Ontario Créatif continuera de concentrer ses efforts sur les initiatives collaboratives en 2020-2021, notamment De la page à l'écran, le Forum sur le financement international et la Série de discussions.

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. La date limite de candidature à la 33^e édition annuelle du Prix littéraire Trillium sera fixée dans le courant du quatrième trimestre 2019-2020 et le nom des lauréats ou lauréates sera annoncé au premier trimestre 2020-2021. Le 32^e Prix littéraire Trillium a généré plus de 126 millions d'empreintes médiatiques.

- La 32^e édition annuelle du Prix littéraire Trillium a reçu 439 candidatures. Le nom des lauréates a été annoncé à l'occasion d'une cérémonie sectorielle le 13 juin 2019, et les prix suivants ont été remis :
 - Prix littéraire Trillium (langue anglaise) : Dionne Brand, *The Blue Clerk* (McClelland & Stewart)
 - Prix littéraire Trillium (langue française) : Lisa L'Heureux, *Et si un soir* (Éditions Prise de parole)
 - Prix de poésie Trillium (langue anglaise) : Robin Richardson, *Sit How You Want* (Signal Editions/Véhicule Press)

¹¹⁰ Ibid.

- Prix du livre d'enfant Trillium (langue française) : Diya Lim, *La marchande, la sorcière, la lune et moi* (Les Éditions L'Interligne)

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. Les prix du livre d'enfant (langue française) et de poésie (langue française) sont décernés en alternance tous les deux ans.

- En 2020-2021, Ontario Créatif administrera la deuxième année de financement fédéral pluriannuel en vertu de l'Entente Canada-Ontario sur les services en français, incluant la promotion du titre qui remportera le Prix littéraire Trillium (langue française).

FINANCEMENT DE TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL INC.

En 2019-2020, Ontario Créatif a octroyé un soutien opérationnel de 300 000 dollars à Toronto International Film Festival Inc. (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 2019-2020, l'organisme a également accordé 150 000 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 2019 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. Le 14^e Forum annuel sur le financement international (FFI) a réuni des producteurs de films ontariens, canadiens et étrangers et des bailleurs de fonds internationaux. Vingt-et-une équipes de production canadiennes et quinze équipes internationales venues du Danemark, de Finlande, d'Allemagne, d'Islande, d'Irlande, d'Israël, des Pays-Bas, de Nouvelle-Zélande, d'Afrique du Sud, du Royaume-Uni et des États-Unis ont participé à plus de 500 entretiens particuliers qui ont ouvert des pistes d'affaires importantes pour les producteurs. Le groupe incluait 12 réalisatrices invitées à prendre part au programme concurrentiel organisé à cette occasion. Depuis 2006, plus de 100 projets lancés au FFI ont été financés, puis produits.

L'investissement provincial en faveur du TIFF est très précieux. Une étude de 2019 menée par OlsergSPI pour le compte du TIFF avec le soutien d'Ontario Créatif a conclu que le TIFF avait des retombées positives pour les secteurs cinématographiques canadien et ontarien, dans la mesure où il constitue un point de rendez-vous clé, un forum de coproduction et un lieu de lancement reconnu pour le contenu canadien. Le festival a joué un rôle prépondérant dans l'avènement de l'Ontario dans son ensemble, et de Toronto en particulier, comme hauts lieux de la production cinématographique. La fréquentation du TIFF par l'industrie augmente au taux d'environ 2 % par an depuis les cinq dernières années, plus de 5 500 professionnels de 87 pays différents y ayant assisté en 2019¹¹¹.

- En 2020-2021, Ontario Créatif travaillera en collaboration avec le TIFF pour faire en sorte qu'il soit tiré le meilleur parti du financement de l'organisme et que l'impact sur l'industrie soit optimal.

¹¹¹ TIFF, *Professional & Industrial Impacts of TIFF*, octobre 2019.

GROUPE DES PROGRAMMES DE CRÉDITS D'IMPÔT ET DE FINANCEMENT

Les crédits d'impôt pour les médias de la création de l'Ontario constituent des incitations majeures à faire des affaires dans la province. Les crédits d'impôt fournissent aux créateurs de contenu ontariens un soutien stable et prévisible qui leur permet de financer des produits innovants, d'explorer de nouveaux modèles d'affaires, de générer de nouvelles sources de revenus et de développer les ventes et la distribution sur les marchés à l'étranger.

Une étude pionnière examinant l'impact des crédits d'impôt sur les secteurs des médias sur écran au Royaume-Uni a conclu que ces secteurs bénéficiant d'allègements fiscaux avaient rapporté un total de 7,91 milliards de livres de valeur ajoutée brute à l'économie du Royaume-Uni. Combinées, les dépenses de production et la création d'emploi qu'elles suscitent ont conduit à des déclarations de revenus substantielles pour le gouvernement. D'après les estimations, les secteurs des médias sur écran ont généré 2,04 milliards de livres de recettes fiscales en 2016. Et ces recettes sont en augmentation. Les recettes fiscales ont progressé de 67 % durant la période de quatre ans allant de 2013 à 2016¹¹².

De nouveaux 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 six 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. En 2015, 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. Les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt relèvent du MFO. 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 de main-d'œuvre ontarienne admissibles engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles produites par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario. Un taux de crédit d'impôt bonifié de 45 % s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 % sur les premiers 240 000 dollars de dépenses de main-d'œuvre admissibles s'applique aux premières productions.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 21,5 % 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.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 18 % des dépenses de main-d'œuvre ontarienne admissibles engagées à l'égard d'animation et d'effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 40 % (35 % dans le cadre d'un achat de services) des dépenses

¹¹² 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>.

ontariennes admissibles engagées pour développer des produits MIN en Ontario par des sociétés domiciliées en Ontario sous contrôle canadien ou étranger.

- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (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.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 20 % des dépenses admissibles engagées pour produire et commercialiser les enregistrements sonores admissibles de nouveaux artistes ou groupes canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario. Le budget de l'Ontario 2015 a annoncé que le CIOES serait abandonné. Une société admissible peut présenter une demande de CIOES à l'égard d'enregistrements sonores admissibles ayant débuté avant le 23 avril 2015, mais peut uniquement appliquer le crédit d'impôt aux dépenses admissibles engagées avant le 1^{er} mai 2016. De plus, la société admissible ne peut recevoir aucun montant du Fonds ontarien de promotion de la musique au titre des dépenses faisant l'objet d'une demande de CIOES.

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

- Stimuler l'investissement et l'emploi en Ontario et inciter les sociétés des secteurs du cinéma, de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques et de l'édition 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 2018-2019, le soutien offert par l'intermédiaire des crédits d'impôt devrait générer des dépenses de production et de produit de plus de 18 milliards de dollars (soit presque 20 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 des mesures d'amélioration des processus prises en 2018-2019, 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 de ses crédits d'impôt pour les différentes industries, par rapport à l'exercice précédent :

- Le temps d'analyse global, tous crédits d'impôt confondus, a été réduit de 25 % par rapport à 2017-2018.
- Le temps de traitement des crédits d'impôt pour le cinéma et la télévision a été accéléré de 40 à 55 %.
- 3 183 produits ont été examinés, soit une hausse de 4 % par rapport à 2017-2018.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

AMÉLIORATIONS 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.

La focalisation sur les améliorations revêt une importance capitale, étant donné que les délais de traitement des demandes de crédit d'impôt, en demeurant 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. La réduction du temps de traitement permettra de mieux exploiter les investissements d'Ontario Créatif et d'accroître considérablement l'accès au capital des sociétés ontariennes de production de contenu.

Ontario Créatif est reconnaissant des trois postes en ETP temporaires accordés en 2019-2020. Ces ressources ont été employées pour mettre l'accent sur l'amélioration des processus avec le renfort d'une chef d'équipe dédiée ainsi que de deux nouveaux agents temporaires des questions financières. Grâce aux ressources supplémentaires et aux modifications apportées aux procédures administratives, Ontario Créatif prévoit d'être à même d'éliminer l'arriéré de dossiers au cours des deux prochains exercices (d'ici 2020-2022).

EN 2019-2020 :

- Dans le cadre de l'amélioration opérationnelle continue, Ontario Créatif a élaboré un nouveau processus de réception des demandes pour éliminer les demandes incomplètes avant qu'elles n'entrent dans la file d'attente et faire en sorte que les dossiers soient complets et prêts à être traités lorsqu'ils sont examinés.
- Ontario Créatif a amélioré son service à la clientèle et son efficacité en proposant de payer les frais d'administration des crédits d'impôt par transfert électronique de fonds (TEF).
- Ontario Créatif poursuivra ses efforts en vue d'améliorer l'expérience des auteurs de demande de crédit d'impôt. L'organisme accroîtra la fonctionnalité du Portail de demande en ligne, dotera la clientèle de nouveaux outils et apportera des révisions au matériel de communication afin d'en améliorer la clarté et la fonctionnalité. Nous publierons des lignes directrices en HTML afin d'homogénéiser le format et les sections de tous les crédits. De nouveaux outils feront leur apparition 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.

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

Ontario Créatif est fier des gains considérables réalisés sur les temps de traitement ces dernières années grâce aux améliorations apportées aux processus opérationnels et aux membres de personnel supplémentaires accordés. Au cours de l'exercice à venir, nous poursuivrons nos efforts visant à réduire les temps de traitement et à trouver des moyens pour simplifier les interactions avec la clientèle.

- Ontario Créatif fera appel aux services d'un rédacteur ou d'une rédactrice pour élaborer des versions en langage clair des lignes directrices de tous les crédits d'impôt dans le cadre de sa focalisation sur l'amélioration du service à la clientèle.
- Ontario Créatif définira des possibilités et des options pour moderniser les crédits d'impôt et prendra une part active aux processus de consultation et d'examen courants du gouvernement. L'organisme étudiera et élaborera des options qui seront modernes, réactives et plus simples pour les utilisateurs, tout en étant alignées sur les objectifs du Plan d'action du gouvernement pour un Ontario ouvert aux affaires.
- L'équipe des crédits d'impôt renforcera la liaison avec les parties prenantes en organisant davantage de séances d'information et/ou de réunions de spécialistes.
- L'organisme se penchera sur l'internalisation de la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO) ainsi que des services de TI connexes.

- Actuellement, les certificats de crédit d'impôt sont envoyés par courrier recommandé. L'organisme examinera les processus disponibles pour délivrer des certificats électroniques intégrant les fonctions de sécurité appropriées.
- Ontario Créatif se renseignera pour déterminer quelles seraient des normes de service appropriées en ce qui concerne les temps de traitement et les publiera d'ici 2020-2021.
- Ontario Créatif restera un membre actif du comité national des crédits d'impôt, au sein duquel il représente l'Ontario et fait valoir ses intérêts. En 2017-2018, un groupe de travail du comité a été créé et Ontario Créatif a commencé à travailler en collaboration avec le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et d'autres provinces pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation. Ce travail devrait se poursuivre en 2020-2021.
- L'organisme continue de présider des réunions mensuelles ainsi qu'une assemblée générale annuelle avec le MFO et l'Agence du revenu du Canada pour résoudre les problèmes liés à l'administration des crédits d'impôt. En 2017-2018, Ontario Créatif a entamé un dialogue avec l'ARC pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation dans le but de simplifier l'administration des crédits d'impôt. Ce travail se poursuivra en 2020-2021.
- À mesure que l'équipe des crédits d'impôt progressera dans l'examen de l'arriéré actuel de dossiers, 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.

GROUPE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES ET DE LA RECHERCHE

PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE

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

OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

RÉSULTATS DU PROGRAMME :

Le soutien accordé par l'intermédiaire du Programme de veille stratégique devrait appuyer cinq à dix nouvelles études qui fourniront des renseignements et des données afin d'aider les sociétés de l'industrie ontarienne de la création à rester compétitives face aux multinationales de plus grande envergure 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. Le soutien devrait permettre de lever près du double du montant investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

PRIORITÉS EN 2020-2021 :

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Programme de veille stratégique. En 2020-2021, le programme proposera trois dates limites de présentation des demandes et fonctionnera avec un budget de 200 000 dollars.
- Ces dernières années, des fonds destinés à la recherche dans le secteur musical ayant été mis à disposition par l'intermédiaire du volet Développement de l'industrie de la musique du Fonds ontarien de promotion de la musique, ce secteur n'était pas admissible au financement dans le cadre du Programme. En 2019-2020, le FOPM a fait l'objet d'une réduction de 8 millions de dollars et est en cours de reconception. Dans le but d'assurer la continuité du soutien destiné à la veille stratégique dans le secteur musical, ce dernier sera admissible au Programme de veille stratégique à compter de 2020-2021.
- L'organisme évaluera l'impact de l'approche en matière de veille stratégique sur l'efficacité de ses programmes et la connaissance de l'industrie.

ÉTUDES FINANÇÉES ET PUBLIÉES DANS CADRE DU PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE

En 2018-2019, neuf projets de veille stratégique ont été financés par le Programme de veille stratégique d'Ontario Créatif. À la fin du deuxième trimestre 2019-2020, quatre études ayant reçu le soutien du Programme (au cours d'exercices financiers précédents) avaient été publiées. Le public peut les consulter sur le site Web et dans la Bibliothèque de recherche en ligne d'Ontario Créatif :

- *Mesurer le succès : l'impact du secteur des médias numériques interactifs en Ontario (2^e édition)* (Interactive Ontario)
- *Women in View on Screen 2019* (Women in View)

- *Analysis of Canadian Content in Ontario Libraries: Ebook Acquisition, Lending Models & Discoverability* (eBOUND Canada)
- *Gameplanner* (Game Arts International Network)

RECHERCHE FINANCÉE PAR ONTARIO CRÉATIF

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

- Données sur le genre et cadre relatif aux rôles clés : En 2018-2019, Ontario Créatif a entrepris une étude pour générer des données de base sur la diversité de genre parmi les rôles commerciaux et créatifs clés au sein des sociétés et productions soutenues par l'organisme. Le cadre relatif aux rôles clés et un sommaire des données seront publiés sur le site Web d'Ontario Créatif. En 2020-2021, le service de recherche et de planification stratégique passera à la deuxième phase du projet, visant à améliorer la collecte de données pour favoriser à titre permanent le suivi de la diversité parmi les rôles commerciaux et créatifs clés au sein des clients et projets d'Ontario Créatif.
- Examen de la méthode de compilation des statistiques sur la production : En 2019-2020, Ontario Créatif mène une étude en partenariat avec d'autres membres de l'Association of Provincial Funding Agencies (APFA) afin de mieux comprendre comment chaque administration recueille les statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle et produit des rapports connexes.
- Recherche sur la main-d'œuvre des industries de la création : Ontario Créatif lancera une initiative de recherche intersectorielle pour explorer le réservoir de talents, les compétences requises et les exigences futures en matière de main-d'œuvre dans chaque secteur de la création du ressort de l'organisme. Ce travail de recherche permettra à Ontario Créatif de connaître les besoins en main-d'œuvre des industries de la création de l'Ontario, afin que l'organisme puisse faire de son mieux pour favoriser la croissance et la création d'emplois futures dans le secteur.
- Analyses des crédits d'impôt des différentes administrations : L'organisme réalisera des analyses des différentes administrations afin de voir comment les autres régimes de crédit d'impôt structurent leur prime régionale, comment d'autres organismes (y compris les provinces canadiennes, le gouvernement fédéral et les administrations internationales) traitent, soutiennent et financent les webisodes et les produits en ligne convergents. Ce travail de recherche fournira des données pertinentes qui faciliteront la formulation de recommandations quant à la modernisation des crédits d'impôt.
- Production durable : En 2020-2021, l'équipe des activités opérationnelles et de la recherche appuiera au besoin les efforts en matière de recherche et de planification du Bureau du cinéma et du Groupe de travail sur la production durable.

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 du Patrimoine canadien ainsi qu'une diversité de 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 2019-2020, Ontario Créatif s'est associé au groupe VICE Media pour réaliser une monographie portant 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

document de veille stratégique de grande valeur à la disposition de ses parties prenantes dans tous les secteurs.

- En 2020-2021, Ontario Créatif continuera d'envisager des partenariats pertinents lorsqu'il dénichera des occasions de fournir de précieux produits de recherche aux parties prenantes.

BIBLIOTHÈQUE DE RECHERCHE EN LIGNE

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

- La BRL contient plus de 700 monographies.
- En 2018-2019, la BRL a comptabilisé plus de 2 000 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 près de 16 000 visiteurs distincts en 2018-2019.
- En 2019-2020, la fonctionnalité et le style de la BRL étaient en cours d'amélioration. Nous nous attendons à ce que ces mises à jour accroissent grandement la convivialité du site, qui n'avait pas été refondu depuis son lancement en 2009.

BULLETIN DE VEILLE STRATÉGIQUE

Ontario Créatif a lancé un bulletin de veille stratégique trimestriel au deuxième trimestre 2018-2019 et enregistré plus de 1 200 consultations uniques au cours des neuf premiers mois. 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.

ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

Un plan stratégique quinquennal a été publié pour l'organisme en 2017-2018, incluant un engagement à procéder à plusieurs améliorations opérationnelles. Au deuxième trimestre 2019-2020, Ontario Créatif a achevé la mise en œuvre de son nouveau système de paiement électronique, afin que les versements aux bénéficiaires de financement et l'acquiescement des frais d'administration par les auteurs de demande de crédit d'impôt se fassent par voie électronique. Il s'agissait d'une amélioration de taille en matière de service à la clientèle et d'efficacité.

Voici les activités opérationnelles qui seront menées en 2020-2021 :

- **Modernisation des paiements de transfert** : Bien que cela ne soit pas une obligation pour les organismes, Ontario Créatif mettra tout particulièrement l'accent sur les politiques de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert favorisant la simplification et la transition vers des processus entièrement électroniques, en adéquation avec la *Loi favorisant un Ontario propice aux affaires*, et ce, par souci d'exemplarité. Dans le même ordre d'idées que le paiement électronique, nous nous attendons à ce que la mise en œuvre des contrats électroniques facilite et accélère la collaboration avec Ontario Créatif pour les bénéficiaires de financement.
- **Mesure des résultats** : Examen et mise en œuvre de nouvelles possibilités d'automatisation des résultats trimestriels et de la production de rapports, afin de rendre plus efficaces la gestion des résultats et la réponse aux demandes de données en vue de rédiger des notes de synthèse ou dans le cadre d'activités.
- **Données ouvertes** : Identification, préparation et conservation d'ensembles de données conformément à la Directive de l'Ontario sur les données ouvertes.

- Statistiques sur la production : Compilation des statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle.
- Planification stratégique : Supervision de la mise en œuvre du plan stratégique et du plan d'action, et coordination de la planification des activités annuelles de l'organisme.

ACTIVITÉS DE CONSULTATION DE L'INDUSTRIE

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

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

Les comités consultatifs remplissent trois fonctions :

1. Transmettre les suggestions des intervenants à échelon élevé quant à la planification, à la conception et à l'élaboration des programmes d'Ontario Créatif
2. Favoriser la communication bilatérale entre l'organisme et ses parties prenantes, en leur donnant notamment la possibilité de faire des présentations devant le conseil d'administration d'Ontario Créatif, 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 concernant des programmes ou documents spécifiques.

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

En 2019-2020, Ontario Créatif aborde les étapes de la planification en vue de créer un Comité sectoriel de la diversité. Il devrait se composer de membres des comités consultatifs sectoriels de l'industrie et d'autres représentants de l'industrie. Son rôle consisterait à conseiller l'organisme quant aux moyens de veiller à ce que les programmes et services d'Ontario Créatif soient inclusifs, et à suivre les développements survenant au sein de l'industrie dans son ensemble pour atteindre les objectifs en matière de diversité. La création du Comité sectoriel de la diversité appuiera en outre les objectifs de notre plan stratégique consistant à s'assurer que notre culture reflète la diversité de l'Ontario et contribue à notre vision, notre mission et nos valeurs.

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.

- En 2019-2020, puis en 2020-2021, Ontario Créatif prendra part au Comité consultatif pour la production cinématographique et télévisuelle du MIPSTC/MFO.
- En 2019-2020, Ontario Créatif a présenté un mémoire dans le cadre de la consultation sur la propriété intellectuelle dans le secteur de l'enseignement postsecondaire du gouvernement de l'Ontario.
- Ontario Créatif entend suivre les activités découlant de l'examen récemment terminé de la *Loi sur le droit d'auteur* et, suivant le cas, y prendre part. Il en va de même pour les examens en cours de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*, qui devraient s'achever d'ici au mois de janvier 2020.
- 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

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

En 2020-2021, Ontario Créatif est disposé à puiser 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** : Ontario Créatif a constaté que le soutien de projets reflétant la diversité présentait des avantages considérables, par exemple les éloges de la critique, le développement de la main-d'œuvre et le succès commercial. L'initiative de promotion de la diversité sera mise en œuvre par l'intermédiaire de trois activités principales en 2020-2021 : (1) l'initiative de promotion de la diversité du Fonds pour la production cinématographique, à l'égard de films dont les principaux créatifs, la voix et l'intrigue reflètent la diversité; (2) le Programme de développement de l'industrie, à l'égard d'initiatives qui favorisent le développement d'une main-d'œuvre issue de la diversité et l'inclusion dans les possibilités de mentorat et de perfectionnement professionnel de l'industrie; et (3) une nouvelle initiative de marketing intersectorielle, qui mettra en relief des contenus reflétant la diversité soutenus par Ontario Créatif dans toute la province.
- **Initiatives de développement de la main-d'œuvre** : Le Bureau du cinéma a réuni un comité de développement de la main-d'œuvre, constitué d'agents de liaison cinématographique régionaux et municipaux et de représentants de syndicats, dans le but de mieux comprendre les pénuries de main-d'œuvre potentielles dans le contexte de l'expansion des studios. Ce comité a déterminé des stratégies et tactiques qui donnent à Ontario Créatif la possibilité d'agir en chef de file pour ce qui est de stimuler la croissance de l'emploi dans le secteur. Les initiatives stratégiques limitées dans le temps de développement de la main-d'œuvre pourront inclure la coorganisation de salons de l'emploi.

- **Initiatives de production durable :** Dans un effort visant à répondre à l'intensification des mandats de l'organisme en matière de responsabilités sociales et des politiques environnementales, le Bureau du cinéma a réuni le Comité consultatif de l'initiative Écran vert Ontario pour discuter de stratégies de production durable qui permettront aux productions d'économiser des coûts environnementaux et monétaires, et valoriseront le choix de l'Ontario comme lieu de tournage. Ce comité a déterminé des tactiques à court et long terme afin d'adopter des pratiques de tournage durable qu'Ontario Créatif est bien placé pour mettre en place par l'entremise d'un agent de prestation du programme qui serait financé en partenariat avec les parties prenantes de l'industrie et les représentants du gouvernement. Un projet de recherche sur la production durable sera entrepris de la façon qui sera définie par le Groupe de travail sur la production durable. Il sera confié à une tierce partie.
- **Lignes directrices des crédits d'impôt en langage clair :** Dans le cadre d'un effort pour améliorer le service à la clientèle et la qualité des demandes arrivant sur la liste d'attente des crédits d'impôt, Ontario Créatif chargera un rédacteur ou une rédactrice d'élaborer des lignes directrices en langage clair pour tous les crédits d'impôt. Une fois mise en œuvre, cette initiative devrait contribuer à fournir une meilleure information à la clientèle, à réduire le nombre de demandes non admissibles et à accroître la qualité et la complétude des demandes, ce qui devrait en simplifier le traitement et en diminuer le temps d'examen.
- **Fonds pour les tournées d'auteurs ontariens :** Eu égard au marché fluctuant de l'édition du livre, le Fonds pour les TAO offre aux éditeurs un financement permettant d'assurer la présence de leurs auteurs publiés en Ontario à des festivals et rendez-vous littéraires majeurs, nationaux et internationaux, en vue de bénéficier d'une exposition médiatique et d'accroître les ventes de livres. En 2020-2021, le programme sera une nouvelle fois offert par l'intermédiaire du Fonds du livre afin d'en simplifier la prestation et de faciliter le cycle de planification des éditeurs.
- **Foire du livre de Francfort 2020 : pleins feux sur le Canada :** Le Canada a été retenu comme invité d'honneur à la Foire du livre de Francfort 2020 (14-18 octobre 2020). La Foire du livre de Francfort est la plaque tournante internationale du monde de l'édition. En être l'invité d'honneur offrira des possibilités extraordinaires de mise en valeur de la littérature, du cinéma, des produits multimédias interactifs numériques et de la musique ontariens dans toute l'Allemagne et auprès d'un public international. Le programme de l'organisme pour préparer le rendez-vous a commencé en 2018-2019 et, tout au long de cette année centrale, soutiendra des activités de commerce interentreprises incluant toutes les industries de la création, une présence accrue des éditeurs de livres ontariens à la foire, un programme mettant en avant les producteurs de films ontariens dans toute l'Allemagne, et une présence multimédia interactive numérique en vue de créer des débouchés et de susciter l'intérêt du public.
- **Développement des activités à l'étranger dans l'industrie de l'édition de revues :** Sur la base du succès qu'elle a rencontré depuis sa mise à l'essai pilote en 2017-2018, cette initiative sera prolongée pour une nouvelle année. Un financement sera offert pour donner aux sociétés d'édition de revues davantage de souplesse, dans le but de fréquenter les activités à l'étranger qui répondent le mieux aux besoins dans leur créneau et de tirer parti de l'exposition collective dont bénéficie jusqu'à présent l'Ontario à l'étranger. En 2020-2021, l'initiative sera à nouveau offerte par l'intermédiaire du Fonds d'aide aux éditeurs de revues afin de réaliser des économies d'ordre administratif et de faciliter la planification annuelle des sociétés d'édition de revues.
- **Distribution et marketing des longs métrages produits en Ontario :** Selon le succès de cette initiative durant l'exercice financier en cours, Ontario Créatif accordera des fonds à l'appui de stratégies innovantes de marketing et de distribution des films ontariens pour une année supplémentaire. Cette initiative rentabilisera davantage les investissements marketing des distributeurs, accroîtra la notoriété des productions auprès du public, augmentera les recettes des salles de cinéma et donnera aux producteurs les moyens de participer plus activement à la distribution de leurs films. En 2020-2021, l'initiative inclura

en outre une composante de perfectionnement professionnel afin d'optimiser les investissements de l'organisme et de veiller à ce que les plans de marketing soient solides.

- **Achèvement des améliorations du système de gestion des relations avec la clientèle :** Une petite portion des réserves de trésorerie sera utilisée pour achever les mises à jour du système de gestion des relations avec la clientèle de l'organisme, visant à améliorer l'expérience client et à réaliser des économies d'ordre administratif pour Ontario Créatif. Ce grand projet infrastructurel a débuté en 2018-2019 et devrait prendre fin en 2020-2021.

VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

RÉPONDRE À LA FORTE DEMANDE DES PROGRAMMES

La demande à l'égard des programmes d'Ontario Créatif continue de dépasser les ressources existantes. Cela témoigne de l'immense succès de l'Ontario. Le poids de l'économie de la création de l'Ontario continuant d'augmenter, Ontario Créatif constate toujours une nette hausse du volume des demandes dans le cadre des programmes, ce qui met à rude épreuve ses ressources humaines et financières. En 2018-2019, Ontario Créatif n'a pu répondre qu'à 62 % des demandes présentées au titre de ses programmes de financement sélectifs, et ces demandes ne reçoivent qu'une portion des fonds requis. Cela signifie que bon nombre de projets de qualité ne sont pas financés et que, dans de nombreux cas, ils ne sont pas mis en œuvre du tout ou sont transférés ailleurs, au détriment de l'économie de l'Ontario. Le maintien de la dotation budgétaire de l'organisme au niveau actuel (ou l'imposition de réductions supplémentaires) signifiera la perte d'emplois et de possibilités économiques pour l'Ontario.

PROMOUVOIR LES RÉCITS ET LES CRÉATEURS REFLÉTANT LA DIVERSITÉ

Les consommateurs, en particulier les jeunes, apprécient grandement d'être exposés à des points de vue différents, et ont le sentiment qu'en l'état actuel des choses, l'industrie de la production de contenu n'est pas encore à l'image du public en matière de diversité des représentations¹¹³. Pour continuer de générer des retombées économiques et d'alimenter des emplois en Ontario, les sociétés doivent s'adapter pour créer le contenu que les publics futurs auront envie d'acheter, c'est-à-dire que l'industrie et ses produits devront refléter l'étendue de la diversité de l'Ontario. Il est crucial d'investir en vue de diversifier encore les industries de la création et le contenu pour en favoriser la pertinence, l'intérêt et les retombées économiques à long terme, et ce, afin que la consommation de contenu reste vigoureuse pour les créateurs ontariens à l'avenir. Grâce au financement par l'initiative de promotion de la diversité, Ontario Créatif est en mesure de soutenir les sociétés de la création durant cette transition.

ENRICHIR LE RÉSERVOIR DE TALENTS

Tout particulièrement dans l'industrie cinématographique et télévisuelle, puisqu'il y a davantage de studios dédiés dans toute la région du grand Toronto et de Hamilton (RGTH), le risque de pénurie de techniciens qualifiés est apparu comme une préoccupation majeure. Ontario Créatif a pris des mesures proactives avec ses partenaires pour avoir une meilleure idée du niveau de besoin et établir des cheminements de carrière clairs pour entrer dans l'industrie, notamment en attirant les personnes changeant de carrière.

Plus généralement, les industries de la création de l'Ontario sont déterminées à faire en sorte que les générations futures envisagent ces secteurs comme des choix de carrière viables, et ont vivement apprécié les programmes de mentorat et de stage soutenus par Ontario Créatif, ayant conduit des talents nouveaux, et surtout issus de la diversité, vers ces secteurs. L'investissement constant dans le développement des compétences, les initiatives visant à attirer et à conserver les talents, la clarification des cheminements de carrière, les occasions de mentorat et les initiatives visant à aligner le curriculum sur les besoins de l'industrie, est essentiel à la vitalité future des industries de la création.

ÉCOLOGISER LES INDUSTRIES

La durabilité 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 aisées à mettre en œuvre à cette fin. Pour que l'Ontario reste un chef de file compétitif parmi les hauts lieux de la production, il est capital d'investir dans des formations et des ressources qui aideront les producteurs à réaliser des produits créatifs plus écologiques. Ontario Créatif a déjà ajouté à la Photothèque numérique des extérieurs du Bureau du cinéma des champs de recherche permettant aux utilisateurs de trouver facilement, s'ils le souhaitent, des fournisseurs écologiques dans le cadre de leurs productions. En 2020-2021, l'organisme établira des partenariats en vue d'offrir une formation en littératie

¹¹³ VICE et Ontario Créatif, *Gen Z : La culture de la consommation de contenu*, novembre 2019.

carbone et de mener une étude sur la durabilité écologique pour donner une perspective élargie à ses partenaires. À l'avenir, les investissements provinciaux pourraient cibler des incitations supplémentaires destinées à encourager les producteurs à réduire leur empreinte écologique, compte tenu du lien fort entre l'attractivité de notre province et le leadership en la matière.

STIMULER LES PARTENARIATS

Outre les parrainages, Ontario Créatif reste constamment à l'affût de partenariats appropriés 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 2020-2021, Ontario Créatif souhaite notamment explorer de nouvelles possibilités interministérielles, par exemple en s'efforçant de collaborer plus activement avec l'EDU afin de faire avancer les priorités d'intérêt mutuel, comme faire entrer davantage de livres et de contenus ontariens dans les écoles de la province.

METTRE L'ACCENT SUR L'EXPORTATION ET LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER

L'activité d'exportation est fondamentale pour la croissance des sociétés de la création de l'Ontario et, à ce titre, constitue un point clé du plan stratégique d'Ontario Créatif. En 2020-2021, Ontario Créatif continuera d'accorder la priorité au soutien d'activités d'exportation afin de stimuler la croissance des marchés et le RCI. Toutefois, pour que ces activités soient fructueuses, le personnel doit s'investir activement pour organiser des programmes au sein du marché visé et offrir le type de soutien spécialisé sur le terrain consistant notamment à présenter les sociétés ontariennes aux bailleurs de fonds et aux partenaires de production potentiels. Ces activités se sont avérées à même de tirer parti de la présence de l'Ontario sur des marchés internationaux pour améliorer les résultats des sociétés ontariennes et le RCI de la province. Au cas où les restrictions relatives au déplacement resteraient en vigueur, Ontario Créatif sera contraint de réduire le développement des activités à l'étranger, ce qui aura un impact négatif sur l'avantage concurrentiel de l'Ontario et les résultats, entraînant notamment pour la province la perte de son statut de destination privilégiée à mesure que les partenaires tisseront des relations avec d'autres administrations.

MAINTENIR ET METTRE À PROFIT LES PROGRAMMES DE BASE

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

La stratégie de l'organisme en cas de réduction budgétaire a toujours consisté à atténuer l'impact direct des coupes sur l'industrie en recourant à des ajustements de calendrier, des limitations des coûts, des modifications de programmes, des augmentations des recettes et des réductions de programmes, tout en assurant la viabilité financière et tactique à long terme de la planification stratégique et opérationnelle de l'organisme. Le budget des programmes et services de base a été équilibré, et les réserves de trésorerie n'ont été 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. Par conséquent, l'organisme est parvenu à limiter les coûts, et son fonctionnement est rationalisé et efficace, ses dépenses représentant à peine 7,2 % de son budget total en 2018-2019, les 92,8 % restants étant consacrés à la dépense directe liée aux programmes. Cependant, du fait des réductions successives du budget d'Ontario Créatif et des ponctions dans les réserves de trésorerie en 2016, 2017 et 2019, la souplesse lui permettant de répondre aux problèmes environnementaux ou de tirer parti des possibilités émergentes est compromise. L'accès aux réserves de trésorerie permet à Ontario Créatif de répondre aux occasions et besoins immédiats décelés au sein du secteur culturel grâce à des programmes adaptés, sans demander de fonds au ministère.

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

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

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

Les pénuries de main-d'œuvre au sein de l'industrie cinématographique et télévisuelle (élevé)

- Dans la mesure où il y a davantage de studios dédiés dans la RGTH et à Ottawa, le nombre de projets est en augmentation, de même que le risque que la capacité actuelle en techniciens qualifiés ne soit pas suffisante pour répondre aux besoins créés par toute cette activité.
- Ontario Créatif fait partie d'un groupe pour la formation professionnelle de la main-d'œuvre aux côtés de syndicats, de guildes, de représentants régionaux et municipaux, et d'autres acteurs de l'industrie qui concentrent leurs efforts pour trouver des moyens de renforcer la capacité de cette dernière.

La possibilité de perte de la position de chef de file et les entraves à la croissance de l'industrie musicale ontarienne (élevé)

- La réduction de 8 millions de dollars du Fonds ontarien de promotion de la musique en 2019-2020 a divisé par deux la somme mise à la disposition des parties prenantes du secteur musical. Cette réduction imprévue aura des répercussions sur les sociétés de l'industrie de la musique qui ont entrepris la planification stratégique à long terme d'initiatives spécifiques en 2019-2020; le fonds réduit affectera ces initiatives et les résultats associés. La consultation des parties prenantes ayant pris fin en septembre 2019, Ontario Créatif et le MIPSTC en sont désormais aux étapes de la reconception du programme pour un lancement du FOPM modernisé prévu au printemps 2020. L'équipe travaillera aussi efficacement que possible pour limiter au maximum les délais. Les retards et l'incertitude concernant la conception du nouveau fonds sont susceptibles de se solder par des occasions manquées pour les entreprises musicales ontariennes, par des mesures du programme amoindries et par la perte pour l'Ontario de sa réputation de destination commerciale de premier plan dans le secteur de la musique.
- Ontario Créatif travaillera en collaboration avec le MIPSTC dans le cadre de l'examen du FOPM pour veiller à ce que le financement disponible soit ciblé de sorte à tirer le meilleur RCI et à répondre aux priorités du gouvernement.

La limitation des ressources discrétionnaires (élevé)

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

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

- Même si le volume de produits présentant une demande de crédit d'impôt a commencé de décroître et que des améliorations des processus sont en cours de mise en œuvre, le débit élevé des demandes continue de

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

- Ontario Créatif atténue ce risque grâce à des processus d'évaluation des risques visant à faciliter le tri des dossiers en attente. En outre, Ontario Créatif a reçu la permission de recruter trois ETP temporaires et a chargé une nouvelle chef d'équipe d'améliorer les processus en vue d'aider à atténuer les risques liés à un volume élevé de demandes. Enfin, un nouveau processus de réception des demandes contribuera à veiller à ce que seules les demandes complètes accèdent à la file d'attente.

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

- Les restrictions actuelles à l'embauche font que les postes vacants de l'organisme ne peuvent être pourvus qu'en recrutant au sein de la fonction publique de l'Ontario (FPO). Cela rend difficile le recrutement à ces postes de personnes ayant les connaissances spécialisées sur les industries de la création dont Ontario Créatif a besoin. Les nouvelles recrues ne possédant pas cette connaissance et cette expérience de l'industrie nécessiteront beaucoup plus de ressources de formation, ce qui aura un impact négatif sur la capacité de l'organisme d'assurer la prestation de ses services en temps opportun. C'est un problème particulièrement critique dans la mesure où il sape les gains de productivité réalisés en réduisant l'arriéré des demandes de crédit d'impôt.
- Les membres du personnel se voient proposer des occasions de perfectionnement comme stratégie d'atténuation.

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

- L'activité d'exportation, y compris les ventes internationales, est fondamentale pour la croissance des entreprises ontariennes. Les restrictions imposées quant aux déplacements du personnel hors de la province signifient qu'Ontario Créatif n'est pas en mesure d'assurer le type de soutien spécialisé sur le terrain et le réseautage interentreprises au sein des marchés clés, qui permettent de tirer parti de la présence de l'Ontario pour améliorer les résultats des sociétés ontariennes. De plus, l'Ontario risque de perdre son avantage concurrentiel si la province n'a pas de membres du personnel présents sur le terrain au sein des marchés où d'autres provinces assurent la promotion de leurs administrations.
- Comme stratégie d'atténuation, Ontario Créatif continue d'appuyer la participation de sociétés à des marchés étrangers pour y mener des activités d'exportation, et établit des partenariats afin de tirer parti de ressources existantes. Ontario Créatif poursuit son travail de recherche de possibilités à exploiter en collaboration avec les autres ordres de gouvernement, notamment en prenant part au Groupe de travail fédéral-provincial-territorial sur la promotion et la diversité culturelles à l'ère numérique, chargé d'élaborer un inventaire des stratégies et initiatives (par exemple, les programmes et services) qui favorisent la promotion et l'exportation de la culture canadienne.

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

- La hausse de la demande à l'égard des services d'Ontario Créatif, sans nouvelles ressources pour y répondre, est susceptible de conduire à un service à la clientèle plus lent et d'entraîner l'insatisfaction des parties prenantes. Dans le pire des cas, cela pourrait les conduire à installer leurs productions et leurs sociétés dans d'autres contrées où leurs projets bénéficieraient d'un soutien.
- La mesure régulière des résultats en matière de rendement aide à déceler tout problème lié aux pics de la demande et aux déclin de la capacité d'y répondre ou de la cadence à laquelle il est possible d'y répondre. Le personnel de l'organisme œuvre à la mise en place constante de processus d'amélioration opérationnelle afin d'offrir un service plus efficace à la clientèle, comme l'introduction récente des paiements en ligne; cette mesure ne compensera toutefois pas le manque de financement des programmes.

VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

Les membres du personnel de l'organisme sont hautement qualifiés et compétents dans leurs domaines de service respectifs, et sont entièrement dévoués au service public et aux parties prenantes qu'ils servent. Ontario Créatif respecte ou surpasse toutes les exigences en matière de contrôle et de reddition de comptes en sa qualité d'organisme du secteur public et d'administrateur de fonds publics. Ontario Créatif prête une grande attention au respect de toutes ses obligations aux termes de la Directive sur l'obligation de rendre compte en matière de paiements de transfert, d'une part, et de ses protocoles d'entente avec le MIPSTC, d'autre part.

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

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

Dans le cadre d'un sondage de l'ensemble des employées et employés de la fonction publique de l'Ontario en 2018, le personnel d'Ontario Créatif a affiché un fort taux de participation de 73 % (par rapport à 61 % dans toute la FPO), de même qu'un indice d'engagement élevé de 77,5 (par rapport à 69,8 dans toute la FPO). Bien que les résultats aient été globalement positifs et fassent état de points forts dans les domaines de l'inclusion, de l'apprentissage et du perfectionnement, de la qualité du service, de la communication organisationnelle et de la gestion des obstacles au rendement, il reste 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. Un Comité de participation des employés a été créé en 2018, lequel a élaboré un plan d'action détaillé pour accroître encore la participation du personnel.

Les restrictions actuelles à l'embauche imposées à la FPO font que les postes vacants de l'organisme ne peuvent être pourvus qu'en recrutant au sein de la FPO. Cela rend difficile le recrutement à ces postes de personnes ayant les connaissances spécialisées sur les industries de la création servies par Ontario Créatif. Dans la mesure du possible, les membres du personnel se voient proposer des occasions de perfectionnement lorsqu'elles se manifestent.

Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'effectif par classe d'emploi de l'unité de négociation :

PLAFOND D'ETP

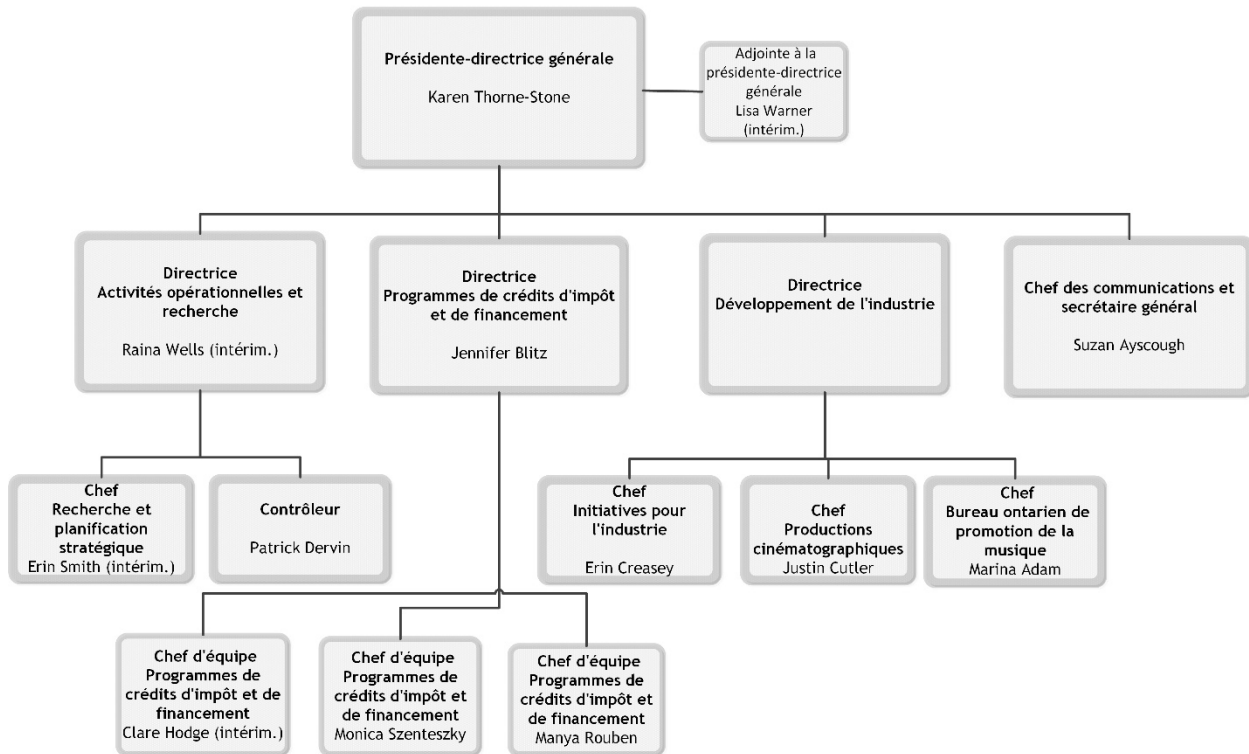
GCS/CTI	SRC	Exclus	SEFPO	AEEGAPCO	TOTAL
3	6	0	62	7	78

ORGANIGRAMME

Au 30 novembre 2019

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 ministère, à savoir promouvoir une économie créative prospère et durable; appuyer l'innovation, l'investissement et la création d'emplois; aider les sociétés ontariennes du secteur de la création à soutenir la concurrence sur les marchés intérieurs et internationaux; et aider l'Ontario à devenir un chef de file de l'économie du savoir¹¹⁴. En 2020-2021, 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'Ontario¹¹⁵.

Un certain nombre de nouvelles mesures du rendement ont été ajoutées en 2017-2018 et 2018-2019. Le tableau suivant présente les résultats périodiques au 30 septembre 2019 (deuxième trimestre) à l'égard des indicateurs de rendement clés pour l'exercice 2019-2020. Il présente également des tendances en soulignant, le cas échéant, les résultats définitifs comparables de 2018-2019, 2017-2018 et 2016-2017. Les objectifs des mesures du rendement du Fonds ontarien de promotion de la musique inclus dans le tableau ci-dessous reposent sur un fonds repensé à la suite de la réduction de 8 millions de dollars annoncée dans le budget de l'Ontario 2019.

Ontario Créatif a conscience que la diversité des secteurs de la création de l'Ontario est essentielle à leur réussite économique future. En 2020-2021, Ontario Créatif concevra des mesures supplémentaires liées au suivi de cette priorité.

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

¹¹⁴ 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.

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 7.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
Objectif stratégique n° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI							
1. Valeur estimée des crédits d'impôt (millions)	129 \$	136 \$	600 \$	840 \$	747 \$	509 \$	
2. Valeur de levier (montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)							
a) Investissement par le biais des six crédits d'impôt	12,19 \$	12,67 \$	15,00 \$	20,64 \$	17,80 \$	18,15 \$	
b) Investissement par le biais du Fonds du livre	0,60 \$	-	0,57 \$	0,57 \$	0,72 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018	
c) Investissement par le biais du Fonds pour la production cinématographique (Production)	16,84 \$	9,35 \$	20,00 \$	20,66 \$	17,82 \$	25,02 \$	
d) Investissement par le biais du Fonds pour les produits MIN (Production)	2,56 \$	Note 2	1,85 \$	1,96 \$	2,21 \$	1,79 \$	
e) Investissement par le biais du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	0,70 \$	-	0,75 \$	1,01 \$	0,72 \$	0,97 \$	
f) Investissement par le biais du Fonds ontarien de promotion de la musique	-	6,15 \$	Note 10	4,18 \$	4,83 \$	4,79 \$	
g) Investissement par le biais du Programme de veille stratégique	1,21 \$	-	1,50 \$	1,75 \$	1,73 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018	
3. Rendement du capital investi (recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)							
a) Fonds du livre	-	-	3,50 \$	Note 2	4,79 \$	2,85 \$	
b) Financement de l'exportation (Fonds pour l'exportation et Fonds pour les produits MIN : Développement des marchés internationaux)	-	-	175,00 \$	Note 2	177,86 \$	174,54 \$	
c) Fonds pour les produits MIN : Aide à la promotion	-	-	2,00 \$	Note 2	1,55 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018	
d) Fonds d'aide aux éditeurs de revues	-	-	1,20 \$	Note 2	1,19 \$	1,97 \$	
4. Indicateurs de croissance économique et d'emploi du Fonds ontarien de promotion de la musique							
a) Augmentation des recettes brutes des sociétés grâce au FOPM (millions)	Résultats annuels		Note 10	Note 2	97,77 \$	118,98 \$	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
b) Investissements et capitaux propres du secteur privé obtenus grâce au soutien du FOPM (millions)	Résultats annuels		Note 10	Note 2	12,00 \$	9,55 \$	
c) Nombre d'emplois créés et/ou préservés grâce aux projets du FOPM (ETP)	Résultats annuels		Note 10	Note 2	551	538	
5. Autres indicateurs de croissance économique et d'emploi							
a) Nombre de semaines de travail créées et/ou préservées grâce aux projets du Fonds pour les produits MIN et du Fonds pour la production cinématographique	9 739	223	22 000	35 280	22 962	20 623	
b) Indice de création d'emplois (nombre d'emplois par million de dollars d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		64	Note 3	Note 3	Note 3	
c) Nombre d'éducateurs touchés par le Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario	-	0	12 000	Note 2	Note 2	Note 2	
d) Indice de la qualité des emplois (salaire moyen par emploi)	Résultats annuels		52 928 \$	Note 3	Note 3	Note 3	
e) Indice du RCI économique (PIB par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		3,27 \$	Note 3	Note 3	Note 3	
f) Effet de levier des investissements (fonds du secteur privé par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		1,58 \$	Note 3	Note 3	Note 3	
Objectif stratégique n° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES							
1. Production cinématographique et télévisuelle							
a) Nombre de productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario	42	61	145	152	137	146	
Ontariennes	24	41	85	92	74	82	
Étrangères	18	20	60	60	63	64	
b) Valeur des productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario (millions)	370 \$	531 \$	1 320 \$	1 316 \$	1 480 \$	1 324 \$	
Ontariennes	176 \$	184 \$	520 \$	512 \$	525 \$	563 \$	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
Étrangères	195 \$	347 \$	800 \$	803 \$	955 \$	761 \$	
c) Nombre de productions ontariennes et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif	39	40	150	154	150	140	
2. Bureau de Los Angeles							
a) Nombre de pistes générées par le Bureau de Los Angeles	26	25	120	120	216	Nouvelle mesure en 2017-2018	Note 6
b) Proportion des projets soutenus par le Bureau de Los Angeles tournés en Ontario	14 %	64 %	30 %	32 %	34 %	28 %	Note 6
c) Valeur des projets soutenus par le Bureau de Los Angeles tournés en Ontario (millions)	110 \$	172 \$	500 \$	343 \$	953 \$	585 \$	Note 6
3. Influence des médias sociaux							
a) Score Sysmos	8/10	8/10	8/10	8/10	58,4	59,9	
b) Nombre de nouveaux abonnements aux chaînes d'Ontario Créatif dans les médias sociaux	607	602	1 500	3 996	1 443	Nouvelle mesure en 2017-2018	
4. Empreintes médiatiques							
a) Nombre d'empreintes médiatiques (millions)	9,8	22,6	50,0	184,6	31,7	33,3	
b) Nombre d'empreintes médiatiques du Prix littéraire Trillium (millions)	126,5	-	60,0	4,5	172,0	49,1	Note 5
Objectif stratégique n° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION							
1. Aide au développement de l'industrie (Programme de développement de l'industrie, aide à la promotion du secteur, autres aides d'Ontario Créatif au développement de l'industrie)							
a) Nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif	27	27	60	64	69	Nouvelle mesure en 2017-2018	
b) Nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants à des initiatives menées ou soutenues par Ontario Créatif	27	Note 2	20 000	35 359	24 436	Nouvelle mesure en 2017-2018	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
c) Nombre de relations/pistes d'affaires établies grâce au soutien du volet Développement de l'industrie de la musique du FOPM	Résultats annuels		Note 10	Note 2	12 111	9 308	
2. Développement des activités à l'étranger							
a) Nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique	1	1	9	6	17	16	
b) Nombre de marchés étrangers dans le cadre desquels des participants ontariens bénéficient d'un soutien des activités d'exportation	62	45	200	241	346	284	
3. Initiatives collaboratives							
a) Nombre d'activités collaboratives menées par Ontario Créatif	0	2	5	4	7	Nouvelle mesure en 2017-2018	
b) Nombre de relations d'affaires établies grâce à des rencontres lors d'activités collaboratives	0	Note 2	1 200	1 167	1 757	Nouvelle mesure en 2017-2018	
c) Nombre d'accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	1	2	6	6	6	Nouvelle mesure en 2017-2018	
d) Valeur (le cas échéant) des accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	2 500 \$	10 000 \$	20 000 \$	23 000 \$	29 100 \$	Nouvelle mesure en 2017-2018	Note 7
4. Veille stratégique							
a) Nombre de projets de veille stratégique publiés	3	1	8	10	9	13	
b) Nombre de profils sectoriels mis à jour	2	2	8	8	7	9	
c) Nombre de consultations uniques des profils sectoriels sur le site Web de l'organisme	4 613	1 171	15 000	14 816	15 128	Nouvelle mesure en 2017-2018	
d) Nombre de nouveaux documents ajoutés à la Bibliothèque de recherche en ligne	43	72	80	92	116	Nouvelle mesure en 2017-2018	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
e) Nombre de visiteurs uniques de la Bibliothèque de recherche en ligne	568	596	2 500	2 094	3 662	Nouvelle mesure en 2017-2018	
f) Nombre de consultations uniques du bulletin de veille stratégique	559	573	1 500	1 297	Nouvelle mesure en 2018-2019		
Catalyseur stratégique n° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS							
1. Prestation des programmes							
a) Nombre de demandes reçues (fonds et crédits d'impôt)	968	687	2 300	2 464	2 287	Nouvelle mesure en 2017-2018	Note 1
b) Temps de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus (semaines)	31,3	37,8	34,0	33,8	41,9	42,5	
c) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	3,9	6	4,0	3,9	5,3	7,2	
d) Nombre total de produits examinés pour crédit d'impôt	989	780	2 700	3 183	3 047	Nouvelle mesure en 2017-2018	
e) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (temps moyen de traitement des demandes, semaines)	Résultats annuels		28,29	Note 3	Note 3	Note 3	
f) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (coût moyen par demande)	Résultats annuels		869 \$	Note 3	Note 3	Note 3	
2. Service							
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 133	998	4 600	4 521	4 779	Nouvelle mesure en 2017-2018	
b) Nombre de demandes de renseignements ministérielles	28	43	60	97	136	Nouvelle mesure en 2017-2018	
c) Sondage sur la satisfaction de la clientèle (environ tous les 5 ans)	Résultats annuels			S.O.	Réalisé	Nouvelle mesure en 2017-2018	Note 4
Catalyseur stratégique n° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES							

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
1. Pourcentage de membres du personnel appartenant à l'organisme depuis 5 ans ou plus	Résultats annuels		55 %	62,9 %	62,5 %	Nouvelle mesure en 2017-2018	
2. Pourcentage de membres du personnel ayant des plans d'amélioration du rendement et d'apprentissage	Résultats annuels		95 %	94,3 %	94,4 %	Nouvelle mesure en 2017-2018	
3. Pourcentage de membres du personnel ayant pris part à une ou plusieurs activités de perfectionnement professionnel au cours de l'année	Résultats annuels		95 %	98,6 %	94,4 %	Nouvelle mesure en 2017-2018	
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)							
a) Indice de mobilisation	Résultats annuels		+4,0	+7,7	+4,4	Nouvelle mesure en 2017-2018	
b) Indice d'inclusion	Résultats annuels		+4,0	+5,3	+4,1	Nouvelle mesure en 2017-2018	Note 8
c) Obstacles au rendement	Résultats annuels		+12,0	+12,4	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
d) Indépendance et innovation	Résultats annuels		0,0	-2,5	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
e) Apprentissage et perfectionnement	Résultats annuels		+11,0	+11,6	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
f) Pratiques de leadership – direction/cadres supérieurs	Résultats annuels		+2,0	+2,3	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
g) Qualité du service	Résultats annuels		+10,0	+10,6	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
h) Communication organisationnelle	Résultats annuels		+14,0	+14,4	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9
i) Taux de réponse au sondage	Résultats annuels		+12,0	+12,0	Nouvelle mesure en 2018-2019		Note 9

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.

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2019-2020 T1	Résultats trimestriels 2019-2020 T2	Objectif pour 2020-2021	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Résultats réels en 2016-2017	Notes
-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------

(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^e anniversaire du Prix Trillium.

(6) Bureau de L.A. en mode réaménagement – nouveau conseiller en marketing en place depuis le quatrième trimestre 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) Le FOPM est en cours de reconception. Les objectifs seront fixés une fois que la conception du programme aura été confirmée.

X. BUDGET FINANCIER

AGENCY:

ONTARIO CREATES

(\$ Thousands)

	2020-21 <i>OC Business Plan Budget</i>	2021-22 <i>FORECAST</i>	2022-23
REVENUE			
MHSTCI Funding (Note 1)	35,744.3	35,512.3	35,512.3
Self-generated (Note 2)	3,709.3	3,805.5	3,805.5
TOTAL REVENUE	39,453.6	39,317.8	39,317.8
EXPENDITURES			
Salaries & Benefits (Note 3)	7,917.9	8,039.8	8,163.5
Operations (Note 4)	2,184.8	2,195.6	2,206.7
Grants	28,046.1	27,814.1	27,814.1
Program Delivery	1,304.9	1,292.9	1,280.7
TOTAL EXPENDITURES	39,453.6	39,342.4	39,465.0
Net Surplus/(Deficit) before Other Items	0.0	-24.6	-147.2
Other Items (funded from cash reserves):			
- Time-limited Strategic Initiatives	2,090.0	0.0	0.0
- Time-limited FTE Allocation	235.0	235.0	235.0
Net Deficit Before Cash Reserves Draw to Balance Budget	-2,325.0	-259.6	-382.2
- Cash Reserves Draw to Balance Budget	2,325.0	259.6	382.2
Effective Deficit	0.0	0.0	0.0
Closing Unrestricted Net Assets	2,978.2	2,718.6	2,336.3

Notes:

(1) Two three-year funding sources - Diversity Fund (\$1.5 million) and Canadian Books in Ontario Schools (\$0.3 million) - expired in 2019-20.

(2) Includes tax credit administration fees, interest, and other income

(3) Includes known bargaining unit increases

(4) Includes occupancy, administration, marketing and communications costs, and annual 2% inflation on operations and information services

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 des crédits d'impôt de l'organisme. Il lui incombe d'assumer les tâches liées à l'approvisionnement et à la sécurité de cette infrastructure.

Des membres du personnel sont chargés de la maintenance et du fonctionnement de l'infrastructure, ainsi que du service à la clientèle interne et externe. Ils ont également pour mission de surveiller l'état du système, d'y apporter des améliorations et de répondre à toutes les demandes d'assistance formulées par le personnel de l'organisme et par les utilisateurs externes de son Portail de demande en ligne. 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 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.

Deux bases de données accessibles depuis l'extérieur fournissent des services à la clientèle de l'organisme : la Bibliothèque de recherche en ligne et la Photothèque numérique des extérieurs. Le contenu de ces deux médiathèques est tenu à jour par le personnel. Ces bases de données font l'objet d'un contrat de maintenance 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 approuvées par la direction en fonction des besoins opérationnels de l'organisme et des fonds disponibles.

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 Portail de demande en ligne. 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 apportées au PDL suivent la procédure décrite ci-dessus.

La base de données interne de l'organisme permet au personnel d'interagir avec le PDL afin d'administrer les programmes et de gérer les contacts et la correspondance de l'organisme. Comme pour les autres systèmes,

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

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 :

- Une refonte visuelle complète et une expansion du site ultramoderne de la Photothèque numérique des extérieurs ont été réalisées en 2017. L'amélioration de l'expérience utilisateur et les nouvelles pages promotionnelles offrent une solution de repérage d'extérieurs sophistiquée qui accroît la compétitivité de la province. Le Production Guide du Bureau du cinéma a aussi été migré avec succès du site Web de l'organisme vers la PNE.
- SharePoint a été mis en place à l'échelle de l'organisme en 2017-2018.
- Un rafraîchissement du site Web a été réalisé en 2018-2019 pour coïncider avec le changement d'image de marque de l'organisme.
- L'organisme a accompli la première phase de la transition vers une version infonuagique d'Office 365 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.

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

- La vérification de sécurité annuelle de l'organisme a été réalisée au début de l'exercice 2019-2020 et s'est soldée par un bilan vierge.
- Des améliorations importantes du PDL et la première phase d'une amélioration majeure des systèmes de gestion des relations avec la clientèle de l'organisme seront réalisées en 2019-2020.
- Une refonte du site Web d'Ontario Créatif est en cours. Une version rhabillée utilisant la nouvelle image de marque de l'organisme a été réalisée en 2018-2019, mais le site Web recevra de nouvelles mises à jour pour veiller à ce qu'il satisfasse ou surpasse les exigences de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* qui entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2021.
- Dans le cadre de la refonte du site Web, de nouveaux outils améliorant l'expérience utilisateur seront élaborés, 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 RGT aux fins de la prime régionale.
- En 2019-2020, le projet concernant la mise en place des paiements électroniques s'est achevé. Après avoir procédé, dans un premier temps, à leur déploiement auprès des fournisseurs et des bénéficiaires de financement, l'organisme a à présent facilité le règlement des frais d'administration des crédits d'impôt et le remboursement de frais d'administration par paiement électronique.
- La modernisation des systèmes de TI de l'organisme se poursuivra, notamment par la colocalisation de ses serveurs dans un centre de données externe aux fins de la continuité des services.
- Des modifications sont actuellement apportées au PDL pour permettre l'amélioration du processus de réception des demandes de crédit d'impôt. Elles incluent la mise en commun de l'information avec le BCPAC grâce à des champs partagés dans les demandes afin d'en simplifier le remplissage.
- Un projet en cours en 2019-2020 améliorera grandement le style et la fonctionnalité de la Bibliothèque de recherche en ligne pour les utilisateurs.
- La définition des exigences est en cours en vue de moderniser les paiements de transfert, notamment la mise en œuvre des contrats électroniques avec les bénéficiaires de financement.

PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2020-2021

- La phase finale des améliorations des systèmes de gestion des relations avec la clientèle sera achevée.
- Les phases de mise à l'essai et de mise en œuvre des options de passation électronique de contrats auront lieu dans le cadre des plans de modernisation des paiements de transfert.
- L'organisme entamera l'étape de la planification/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.
- L'exploration du logiciel de veille stratégique et des outils d'automatisation des résultats se poursuivra.

- La prochaine étape de la mise en place de Sharepoint à l'échelle de l'organisme consistera à transférer l'outil vers le nuage (Office 365) dans le cadre d'efforts généralisés de modernisation du système de TI.
- L'équipe TI appuiera les plans de l'équipe des crédits d'impôt pour internaliser la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO) et étudier les processus disponibles pour délivrer des certificats électroniques intégrant les fonctions de sécurité appropriées.
- 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.

XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT

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 2020-2021, Ontario Créatif souhaite notamment explorer de nouvelles possibilités interministérielles, par exemple en s'efforçant de collaborer plus activement avec l'EDU.

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.

TORONTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL INC. (TIFF)

- Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MIPSTC pour financer annuellement (à hauteur de 815 000 dollars en 2019-2020) 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 2019-2020, l'organisme a également accordé 300 000 dollars de soutien opérationnel à Toronto International Film Festival Inc., 150 000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs pendant le festival, et 30 000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

COCRÉATION

- Ontario Créatif s'associe à Screen Australia, à la New Zealand Film Commission, au British Film Institute, à l'Irish Film Board et à Creative Scotland pour mettre en œuvre cette initiative de développement des activités de coproduction au sein de l'industrie du long métrage.
- Ontario Créatif a 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 au TIFF 2017, plus de 30 producteurs de longs métrages ayant eu plus de 200 réunions d'affaires entre pays et régions anglophones.
- En 2019-2020, CoCréation a eu lieu au Festival de Cannes et au TIFF.

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 Festival international du film de Toronto et la Berlinale. Ontario Créatif assure également la présence de partenaires sur des marchés internationaux tels que SXSW, le Reeperbahn Festival, Kidscreen et la Game Developers Conference.
- Enfin, Ontario Créatif s'associe 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 et Interactive Ontario, ce qui limite le fardeau administratif que représente la mise en œuvre du programme pour Ontario Créatif, tout en renforçant la capacité des partenaires.

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 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.

GROUPE VICE MEDIA

- En 2019-2020, Ontario Créatif s'est associé au groupe VICE Media pour réaliser une monographie portant 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 document de veille stratégique de grande valeur à la disposition de ses parties prenantes dans tous les secteurs.

TÉLÉFILM CANADA

- Ontario Créatif a lancé un projet pilote pour le développement avec Téléfilm Canada en 2019-2020. Une fois qu'il aura été évalué, la décision de le conserver ou non en 2020-2021 sera prise.

XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2020-2021

Le résumé des prévisions financières et les descriptions des programmes et services figurant dans le présent plan d'activités reposent sur un statu quo en matière de ressources financières et humaines. L'exercice 2020-2021 est le quatrième dans la mise en œuvre du plan stratégique quinquennal de l'organisme.

RÉALISATIONS : EXERCICES 1 à 3

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

- **Stimuler la croissance économique et l'emploi :**
 - Mise en œuvre des changements de processus liés aux modifications législatives apportées aux crédits d'impôt, relatives à l'admissibilité des sociétés de jeux et aux sites Web intégrés convergents.
 - Participation aux réunions sur la modernisation des crédits d'impôt avec l'industrie et le gouvernement.
 - Formulation de suggestions à l'égard du nouveau Comité consultatif du MIPSTC/MFO pour la production cinématographique et télévisuelle.
 - Révision des lignes directrices de tous les programmes de financement sélectifs pour inclure une bonification liée à la diversité (de la société et/ou du projet).
 - Soutien accru d'initiatives pour le marketing et la distribution par le Fonds pour la production cinématographique et le Fonds pour les produits MIN.
 - Lancement d'un nouveau Programme de veille stratégique et d'un nouveau bulletin de veille stratégique trimestriel.
- **Promouvoir les industries :**
 - Organisation d'occasions de faire de la promotion à impact élevé, y compris la visite de familiarisation pour les productions, reconception du Production Guide, création d'une nouvelle vidéo promotionnelle, utilisation d'une nouvelle technologie visant à générer des pistes de production en faisant de la sensibilisation ciblée auprès des producteurs.
 - Lancement de CoCréation, appariant des producteurs ontariens et des producteurs d'Australie, de Nouvelle-Zélande, d'Irlande et du Royaume-Uni.
 - Lancement d'une nouvelle image de marque pour Ontario Créatif.
- **Encourager la collaboration et l'innovation :**
 - Établissement de partenariats privés et publics pour cibler des initiatives spécifiques et tirer profit de ressources existantes.
 - Création et officialisation d'une réunion intersectorielle des comités consultatifs de l'industrie.
 - Admissibilité des partenaires non traditionnels à l'initiative de promotion de la diversité dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique (cycle 2).
 - Organisation du Forum cinématographique régional et de séminaires sur la gestion des extérieurs avec les municipalités.
- **Assurer l'excellence des services et des activités :**
 - Affectation d'une chef d'équipe au processus d'amélioration des crédits d'impôt; amélioration des processus mise en œuvre.
 - Achèvement du projet de mise en place des paiements électroniques, proposant le paiement par dépôt direct aux fournisseurs, au personnel et au conseil d'administration d'une part, et aux bénéficiaires de financement d'autre part, et le paiement électronique des frais d'administration et des remboursements de crédit d'impôt.
 - Progrès réalisés à l'égard des mises à jour majeures du système de GRC et du site Web pour améliorer l'expérience des utilisateurs et des auteurs de demande.
 - Achèvement de l'examen du Programme de développement de l'industrie et du Fonds pour la production cinématographique; mise en œuvre des mises à jour des programmes.
 - Organisation de tables rondes et d'une enquête de consultation des parties prenantes en vue de façonner le Fonds ontarien de promotion de la musique modernisé.
- **Autonomiser les personnes et les équipes :**
 - Création d'un Comité de participation des employés et élaboration d'un plan d'action.

- Proposition d'occasions de perfectionnement aux membres du personnel lors de recrutements.

PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2020-2021

Le tableau ci-dessous dresse la liste des activités spécifiques qui seront menées en 2020-2021 dans le cadre des trois objectifs et des deux catalyseurs stratégiques.

N°	OBJECTIF	TACTIQUE 2020-2021
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI		
1	Soutenir la modernisation des crédits d'impôt en Ontario	a. Appliquer constamment des lignes directrices révisées pour les crédits d'impôt b. Appuyer l'examen par le MIPSTC des crédits d'impôt destinés aux médias culturels c. Étudier l'internalisation de la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO) d. Formuler des options à l'égard de la modernisation 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	e. Évaluer et affiner les nouveaux critères des programmes et des lignes directrices de financement f. Lancer la nouvelle version du Fonds ontarien de promotion de la musique; mettre en œuvre la mise à jour d'ordre administratif du Fonds pour la production cinématographique et finaliser la conception du volet Développement du Fonds pour la production cinématographique g. Continuer d'offrir l'initiative de promotion de la diversité et le Programme d'aide à la promotion h. 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 durable i. Entreprendre l'examen du Fonds pour les produits MIN
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, facilité de prêt, capital providentiel/de risque)	j. Étudier les options pour Ontario Créatif de faciliter l'accès des sociétés ontariennes aux capitaux
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES		
4	Promouvoir l'Ontario en tant que lieu d'investissement étranger et de développement au sein des industries de la création	k. Continuer d'exploiter les occasions prioritaires de faire de la promotion l. Évaluer l'impact des programmes de promotion sur l'investissement et le développement de l'industrie en Ontario
5	Amplifier l'exposition nationale et internationale et les possibilités d'exportation pour les entreprises et le contenu en Ontario	m. 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	n. Évaluer l'impact de la nouvelle image de marque et de la stratégie de communication révisée d'Ontario Créatif pour ce qui est d'améliorer la perception et la connaissance de la marque au sein de la province et de l'industrie
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION		

7	Stimuler la collaboration intersectorielle novatrice au sein des industries de la création et avec les partenaires du secteur parapublic	o. Mettre en œuvre et évaluer constamment des initiatives de développement de l'industrie et de partenariat p. Explorer les possibilités interministérielles (par exemple avec l'EDU ou le MDECEC) q. Poursuivre les partenariats avec les autres ordres de gouvernement
8	Optimiser l'impact des programmes d'Ontario Créatif grâce à la veille stratégique et aux partenariats	r. Évaluer l'impact de l'approche en matière de veille stratégique sur l'efficacité des programmes et la connaissance de l'industrie
9	Faciliter les occasions de partenariat commercial national et international pour les entreprises de l'Ontario	s. Évaluer l'impact de l'engagement accru à l'égard des niveaux d'innovation et de collaboration
CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS		
10	Continuer de simplifier les processus et procédures à l'interne	t. 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	u. Examiner constamment les programmes en veillant à leur alignement sur les exigences et le cycle d'examen annuel de l'organisme v. 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	w. Évaluer l'impact sur l'efficacité opérationnelle des rapports personnalisés sur la gestion des résultats x. Élaborer des mesures du rendement supplémentaires pour permettre le suivi de résultats dans d'autres domaines que le domaine économique (par exemple la diversité)
CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES		
13	Continuer à privilégier l'évolution de la culture d'Ontario Créatif pour respecter ses valeurs et celles du gouvernement	y. Évaluer l'impact des initiatives culturelles sur la participation des employés et l'efficacité organisationnelle
14	Attirer et retenir les meilleures personnes, et les soutenir pour qu'elles puissent exceller	z. Évaluer l'impact des capacités accrues des ressources humaines sur le roulement et la participation du personnel

XIV. PLAN DE COMMUNICATION

Le plan et les activités de communication d'Ontario Créatif visent à mettre en valeur les contenus, les créateurs et les artistes de classe mondiale de la province auprès des publics locaux, nationaux et internationaux, tout en montrant aux consommateurs, aux parties prenantes et aux décideurs comment les investissements stratégiques du gouvernement par l'entremise de l'organisme alimentent les industries de la création de la province, stimulent la croissance économique et la création d'emplois, et génèrent un solide rendement du capital investi.

L'organisme a pour but premier d'accroître la sensibilisation, l'engagement et l'investissement à l'égard des industries ontariennes de la musique, du livre, des revues, du cinéma, de la télévision et des produits multimédias interactifs numériques.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

L'objectif d'Ontario Créatif est de démontrer que l'Ontario constitue un environnement propice aux affaires où les sociétés peuvent prospérer, où fleurissent les bons emplois et où l'on produit du contenu de qualité. En communiquant des nouvelles et des renseignements sur les succès ontariens – création d'emplois, exportation à l'international, partenariats florissants, prospérité et croissance de l'industrie – l'organisme favorisera la diffusion du message gouvernemental selon lequel l'Ontario est ouvert aux affaires et démontrera que ses investissements génèrent de la valeur.

À ce titre, nos objectifs stratégiques consistent à :

- communiquer sur le succès et la prospérité émanant des six industries de la création d'Ontario Créatif
- susciter l'enthousiasme des jeunes et du public au sens large pour la création d'emplois et les possibilités économiques générées par les industries de la production de contenu pour écran, de l'édition et de la musique de l'Ontario
- faire état des retombées économiques des investissements, programmes et activités d'Ontario Créatif, notamment la création d'emplois de grande valeur dans tous les secteurs
- positionner Ontario Créatif comme un investisseur, un partenaire et un catalyseur de l'innovation et de la croissance
- rehausser la perception locale, nationale et internationale des industries de la création de l'Ontario, de leurs sociétés et de leurs contenus
- positionner l'Ontario comme lieu de prédilection pour la réalisation de films, doté d'une immense capacité, de talents et de carrefours urbains et ruraux
- montrer l'Ontario sous le jour d'un chef de file sectoriel pour ce qui est d'adopter des pratiques de production durable, fort d'une stratégie solide et viable concernant les industries de la production de contenu pour écran
- renforcer la diffusion de messages au sujet du rendement du capital investi dans les industries de la création
- faire progresser le discours sur l'importance et les avantages économiques de la diversité et de l'inclusion au sein des industries de la création
- sensibiliser la population ontarienne et susciter sa fierté à l'égard d'un contenu créatif réalisé en Ontario représentatif de la diversité culturelle et ethnique de la province
- rassurer les investisseurs et producteurs potentiels quant au fait que l'Ontario dispose de la capacité de satisfaire les besoins croissants de l'industrie; mettre en avant les nouveaux aménagements infrastructurels et une stratégie connexe de développement de la main-d'œuvre
- mettre en valeur les artistes et les contenus ontariens, en insistant sur les succès intersectoriels et sur le réservoir de talents reflétant la diversité de la province
- appuyer les initiatives de communication du ministère portant sur les retombées collectives des industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture

PUBLIC

- **Externe** : les consommateurs et les parties prenantes en Ontario, au Canada et dans le monde entier, y compris les sociétés et entrepreneurs de l'industrie de la création, les associations professionnelles du secteur, et les producteurs et studios de cinéma et de télévision étrangers.
- **Interne** : 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, rédacteurs en chef, influenceurs et blogueurs spécialisés et généralistes.

APPROCHE

- Rédiger des messages clés concernant l'organisme et le secteur susceptibles d'être adaptés sur des plateformes variées à des fins diverses tout au long de l'année
- Diffuser les messages clés et les mesures exceptionnelles dans les médias sociaux, dans les médias traditionnels et lors de possibilités d'allocution et de présentations
- Accroître la liaison avec les communautés issues de la diversité par l'intermédiaire de médias ethniques et d'articles traduits de l'anglais vers plusieurs langues, dans la mesure du possible et s'il y a lieu
- Élaborer et appliquer des plans de marketing qui ciblent des publics régionaux, nationaux et internationaux, de même que des influenceurs sur les médias sociaux
- Préparer de nouvelles campagnes de marketing et de médias sociaux sur mesure pour susciter l'intérêt des partenaires, des parties prenantes et du public sur nos plateformes de médias sociaux : Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn et Instagram
- Utiliser le lancement du site Web mis à jour d'Ontario Créatif comme « hameçon » pour diffuser les messages clés auprès de tous les publics grâce au publipostage électronique et aux médias
- Cibler les publications sectorielles spécialisées avec des articles qui mettent en valeur des productions soutenues par Ontario Créatif et visent les décideurs du milieu de la production de contenu pour écran, afin qu'ils viennent tourner, faire de la postproduction et de l'animation en Ontario
- 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 ces occasions pour sensibiliser le public et les parties prenantes
- Tirer parti des possibilités offertes par les organismes partenaires pour accroître la portée de l'impact et des messages d'Ontario Créatif
- Appuyer les priorités du MIPSTC et positionner l'Ontario comme étant « ouvert aux affaires » grâce au mot-clé #MondeDansUneProvince

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 ministère, 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 en continuant de 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, favorisant et suscitant l'investissement, les emplois et la création de contenu dans les industries 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
- collaborant avec ses partenaires sectoriels pour stimuler l'économie, créer des emplois pour la population ontarienne, et montrer que l'Ontario est un endroit où les sociétés du monde entier peuvent prospérer

Ainsi, l'organisme contribuera à faire progresser les priorités du ministère, comme promouvoir les arts et alimenter l'économie de la création.

En outre, Ontario Créatif travaillera de concert avec le ministère à appuyer, selon les directives du budget de l'Ontario 2019, les initiatives visant à :

- moderniser le Fonds ontarien de promotion de la musique, pour qu'il soit axé sur les activités qui rapportent le plus à la province et sur les investissements dans les talents en émergence pour créer des occasions d'atteindre la réussite
- améliorer le processus de délivrance des certificats d'admissibilité aux crédits d'impôt en vue de rationaliser l'administration et de réduire les temps de traitement

Ontario Créatif maintiendra le plus haut niveau de responsabilité, faisant preuve d'une gouvernance exemplaire et d'une supervision efficace à l'appui de la priorité absolue du gouvernement, qui consiste à rétablir la confiance, la transparence et la responsabilité dans les finances de la province. Nous favoriserons la mise en œuvre des recommandations du Groupe de travail pour l'examen des organismes dès réception des directives du gouvernement. Nous collaborerons avec le ministère pour assurer une gouvernance, une gestion et une viabilité budgétaires, et des processus de responsabilisation rigoureux, reflétant les pratiques exemplaires et conformes aux directives du Conseil de gestion et du Conseil du Trésor du gouvernement.

Ontario Créatif s'efforce d'appuyer toutes les initiatives gouvernementales liées au mandat de l'organisme. Comme nous l'avons mentionné tout au long de ce plan d'activités, la focalisation de l'organisme sur le développement d'industries de la création reflétant la diversité culturelle converge avec la prise de conscience, de la part du ministère, de l'intérêt de valoriser la diversité des expériences offertes en Ontario et les communautés qui la rendent possible.

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 ministère, 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 d'être compétitives sur la scène mondiale.