

ONTARIO
CRÉATIF
ADDENDA AU
PLAN
D'ACTIVITÉS
2020-2021



ONTARIO
CRÉATIF

13 octobre 2020

RÉSUMÉ

La pandémie de COVID-19 a de graves conséquences sur les industries de la création de l'Ontario. Face à l'arrêt complet des concerts et des productions cinématographiques et télévisuelles, à la fermeture des entreprises de détail, à la perturbation des chaînes d'approvisionnement et à la mise en place de nouveaux protocoles de travail à la maison, les entreprises et les créateurs ontariens sont contraints de transformer totalement leur mode de fonctionnement. La COVID-19 bouleverse également la façon dont Ontario Créatif fournit des services et des programmes nécessaires pour aider les industries de la création de l'Ontario à demeurer en activité et à s'adapter aux nouvelles réalités commerciales.

L'objectif d'Ontario Créatif a toujours été d'aider les sociétés ontariennes de l'industrie de la création à accroître leur productivité, à prendre de l'ampleur, à atténuer les risques et à accéder à de nouveaux marchés afin de créer des emplois et de stimuler la croissance économique de la province. Ainsi, l'organisme s'est empressé d'apporter des changements à ses programmes et activités pour offrir un soutien rapide et une assistance immédiate aux sociétés des secteurs de la création de l'Ontario.

Le présent addenda à notre plan d'activités pour 2020-2021 décrit les conséquences de la COVID-19 sur les industries ontariennes de la création, ainsi que les changements que nous avons apportés à nos programmes, plans, budgets et opérations en réponse à la pandémie. Sont notamment incluses les mesures que nous avons prises pour apporter de l'aide, favoriser la relance et contribuer à la reconstruction des industries de la création de la province, afin que les sociétés ontariennes restent des figures de proue sur les marchés intérieurs et internationaux, et que les contenus ontariens demeurent concurrentiels au Canada et dans le monde entier.

L'addenda repose sur l'hypothèse que la COVID-19 persistera tout au long de l'exercice 2020-2021 et que l'Ontario sera capable de gérer le virus de manière à maintenir l'étape 2 ou 3 du déconfinement. Il aborde les changements qui ont été apportés aux plans initiaux de l'organisme du fait de la COVID-19 et doit être lu conjointement avec le plan d'activités pour 2020-2021. Ce projet d'addenda au plan d'activités, incluant des prévisions financières révisées, a été examiné et approuvé par le conseil d'administration d'Ontario Créatif.

Avant la COVID-19, le plan d'activités d'Ontario Créatif représentait un statu quo budgétaire et ne sollicitait aucune augmentation des ressources financières ou humaines à l'égard de programmes et de services. En conséquence directe de la COVID-19, l'organisme prévoit un manque à gagner en frais d'administration des crédits d'impôt et en revenus de placements d'un montant total de 1,7 million de dollars. Après avoir réaffecté certaines dépenses compte tenu des coûts imprévus et de la révision de la priorité des programmes dans le contexte de la COVID-19, Ontario Créatif a recensé des économies nettes de 274 000 dollars pour compenser en partie le manque à gagner. Toutefois, l'organisme prévoit toujours un déficit de 1,4 million de dollars en 2020-2021.

Cet addenda présente les programmes et les services qui ont été adaptés pour apporter une aide aux industries ontariennes de la création et favoriser leur relance dans les limites du budget et de la capacité actuels de l'organisme. Il fait aussi état des investissements recommandés par le secteur lors des tables rondes ministérielles. Ces investissements renforceraient les mesures de relance dans les six secteurs.

Enfin, cet addenda expose quelques initiatives générales qui, bien qu'elles ne relèvent pas du budget d'Ontario Créatif ou des paramètres de programme actuels, contribueraient grandement à la reconstruction et à la pérennité des industries provinciales de la création. Ontario Créatif serait ravi d'appuyer ou de piloter toute action gouvernementale destinée à mettre en œuvre des projets novateurs, comme des programmes de garantie de prêt, un soutien accru aux groupes sous-représentés ou encore un incitatif aux investissements de capital-risque à l'appui de la reconstruction des industries de la création.

ANALYSE ACTUALISÉE DE L'ENVIRONNEMENT

La présente analyse actualisée de l'environnement vise à passer en revue les répercussions de la pandémie sur les industries de la création, et à examiner les difficultés et possibilités nouvelles, les scénarios de relance, ainsi que les mesures d'aide mises en œuvre dans d'autres administrations.

LES INDUSTRIES DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO

- Dans un contexte économique normal, les produits des arts et de la culture représentent 25,0 milliards de dollars, soit 3,3 % du produit intérieur brut (PIB) de la province, et plus de 286 232 emplois, soit 3,9 % de l'emploi total en Ontario¹.
- L'Ontario a généré 47 % du PIB total des produits culturels du Canada et 43 % des emplois culturels dans le pays. Entre 2010 et 2017, le PIB des produits artistiques et culturels de l'Ontario a progressé de 19 %².
- L'économie de l'Ontario tire grandement profit de la main-d'œuvre culturelle de la province, qui compte quelque 287 000 employés et travailleurs indépendants à temps plein ou à temps partiel. Pilier majeur de l'économie ontarienne, le secteur de la culture alimente l'innovation et l'entrepreneuriat, crée des emplois et participe à la résilience de l'économie compte tenu de sa capacité de résistance à l'automatisation³.
- Les industries ontariennes de la création ont été ébranlées par les mesures de santé publique qui ont dû être prises à compter du mois de mars et qui ont abouti à l'annulation et au report de manifestations publiques, d'événements professionnels et d'activités commerciales, à la suspension de la production cinématographique et télévisuelle et à la fermeture des espaces de vente physiques. Sur le plan économique, les sociétés de la création, les petites entreprises et les entrepreneurs indépendants ont vu leur chiffre d'affaires et leurs revenus reculer, ont engagé des dépenses non recouvrables et ont dû licencier du personnel. En voici quelques illustrations :
 - Statistique Canada estime à 63 900 pertes d'emplois enregistrées depuis février 2020 dans les secteurs de l'information, de la culture et des loisirs.
 - L'annulation de tous les événements prévus au Massey Hall et au Roy Thomson Hall et la perte subséquente de recettes ont entraîné la mise à pied de 150 employés. Le secteur des concerts restera en proie à des difficultés économiques après la réouverture de l'économie,

¹ Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2017.

² *Ibid.*

³ *Work in Culture, MakingItWork, Pathways towards sustainable cultural career*, mai 2019.

et les salles Massey Hall et Roy Thompson Hall pourraient subir une perte de 10 millions de dollars en raison de la COVID-19⁴.

- Le Festival international du film de Toronto prévoit une baisse de 25 millions de dollars de ses recettes en 2020⁵.
- Les ventes enregistrées entre les mois d'avril et de juin par la maison d'édition ontarienne Coach House Books correspondent à moins de la moitié des niveaux habituels⁶.

ÉDITION DE LIVRES

- L'industrie ontarienne de l'édition du livre a été mise à mal par l'annulation et le report d'événements littéraires, la fermeture des espaces de vente physiques, le faible rang de priorité accordé par Amazon aux commandes de livres, ainsi que l'accès limité aux marchés de l'éducation compte tenu de la fermeture des écoles, collèges et universités et de l'annulation des conférences universitaires.
- En 2017, le secteur du livre ontarien a contribué à hauteur de 523 millions de dollars au PIB de l'Ontario, représenté 6 035 emplois⁷ et généré des exportations de près de 220 millions de dollars de livres à l'étranger⁸.
- Les maisons d'édition ontariennes prévoient des pertes de 6 millions de dollars pour les six mois qui ont suivi la fermeture des entreprises en raison de la COVID-19. Environ 90 % d'entre elles s'attendent à une baisse d'au moins 20 % de leur chiffre d'affaires, et plus de 30% tablent sur un repli d'au moins 50 %⁹.
- Les maisons d'édition ontariennes prévoient que leurs ventes diminueront pratiquement de moitié du fait qu'Amazon met peu l'accent sur les commandes de livres pendant la pandémie. Elles déclarent des coûts non recouvrables d'un montant de 2,5 millions de dollars, imputables à l'annulation des voyages et des événements, ainsi qu'aux supports de promotion et au matériel imprimé.
- Alors qu'elles progressent à la faveur de la COVID-19, les ventes de livres électroniques et de livres audio sont loin de compenser les pertes enregistrées dans le segment du livre papier.

RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES À LONG TERME

- L'édition du livre repose sur une chaîne d'approvisionnement complexe. Les marges de l'édition du livre étant minces, tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement doivent fonctionner correctement. L'industrie dépend de la réouverture des espaces de vente, de la reprise des activités d'exportation et des événements commerciaux, et de la bonne marche des bibliothèques, des écoles et des établissements d'enseignement.

⁴ Le président-directeur général de la Corporation of Massey Hall and Roy Thomson Hall devant le Comité permanent des finances et des affaires économiques, le 19 juin 2020.

⁵ La directrice générale du TIFF, Joana Vicente, et le directeur artistique du TIFF, Cameron Bailey, devant le Comité permanent des finances et des affaires économiques, le 19 juin 2020.

⁶ La directrice de la rédaction de Coach House Books, Alana Wilcox, devant le Comité permanent des finances et des affaires économiques, le 25 juin 2020.

⁷ 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 25 avril 2019.

⁸ 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 13 juin 2019.

⁹ Mémoire sur la situation de l'édition du livre dans le contexte de la COVID-19, présenté par le Comité ministériel concernant la COVID-19 et le secteur de l'édition de livres et de revues à l'intention du ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture.

- En raison de la fermeture des librairies, des bibliothèques et des écoles, les établissements scolaires ont cessé d'acheter des livres, ce qui a entraîné une perte directe de chiffre d'affaires pour les maisons d'édition. En conséquence, les maisons d'édition ne peuvent pas payer les redevances à leurs auteurs, indemniser les pigistes, régler les factures des distributeurs et imprimer de nouveaux livres.
- Malgré la réouverture des magasins, la circulation piétonnière est nettement réduite et devrait le rester jusqu'à la mise au point d'un vaccin. Or, comme la possibilité de feuilleter des livres joue un rôle décisif dans les ventes, la perturbation des espaces de vente influera sur les recettes des maisons d'édition.
- La perte de chiffre d'affaires se répercutera sur les activités des maisons d'édition : le nombre de sociétés et d'employés devrait reculer dans le secteur, compte tenu de l'émergence d'un environnement complexe pour l'acquisition, la commercialisation et la vente de livres.
- Les petites maisons d'édition qui prennent des risques en misant sur des auteurs plus récents ou moins attrayants d'un point de vue commercial dépendent plus souvent des événements littéraires, des lancements de livres et des salons professionnels pour élargir leur public et vendre des livres. À plus long terme, les restrictions aux rassemblements de masse peuvent nuire à ces activités. Une fois que de telles activités pourront reprendre, il sera peut-être difficile de déterminer les auteurs à prioriser et à promouvoir, d'autant que les budgets seront limités du fait du fléchissement des ventes de livres.

RELANCE ET CROISSANCE

- Si les ventes de livres imprimés ont chuté en raison de la fermeture des espaces de vente au détail et de la réduction des capacités de traitement en ligne, la consommation et les ventes de livres électroniques et de livres audio ont progressé – même si les ventes de livres électroniques ne compensent pas la diminution des ventes de livres papier.
- D'après un sondage mené auprès des lecteurs canadiens, la lecture est devenue un passe-temps fréquent pendant la quarantaine : 33 % des lecteurs lisent plus de livres électroniques et 23 % écoutent plus de livres audio¹⁰.
- Pour aider les maisons d'édition à réintégrer le marché, il est nécessaire de mettre en place des mesures de soutien supplémentaires, et notamment d'appuyer la planification et la mise en œuvre d'activités de marketing, de faciliter la vente directe de livres aux consommateurs, d'encourager les achats en librairie et de favoriser la participation à des activités commerciales à l'international.
- L'industrie de l'édition a proposé que le Fonds du livre d'Ontario Créatif soit doté d'un supplément d'urgence ponctuel de 6 millions de dollars, qui soit suffisamment souple pour que les maisons d'édition puissent concevoir un programme sur mesure en fonction de leur situation.
- L'industrie a également proposé que les caractéristiques du fonds soient mises à jour de manière à aider les écoles et les bibliothèques de la province à acheter des livres canadiens pour favoriser la relance du secteur.

¹⁰ Shimona Hirschberg, « The impact of COVID-19 on reading », BookNet Canada, 15 avril 2020; Shimona Hirschberg, « The impact of COVID-19 on reading, part 2 », BookNet Canada, 5 mai 2020.

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

- Face à la pandémie, les productions cinématographiques et télévisuelles de l'Ontario ont été interrompues ou suspendues, tandis que les entreprises connexes comme les bureaux de production et les salles de cinéma ont dû arrêter leurs activités.
- En 2018-2019, les productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario représentaient un volume total de plus de 3,1 milliards de dollars, soit 34 % de toutes les productions canadiennes, et le secteur comptait 29 310 emplois directs¹¹.
- D'après les prévisions, les productions de contenu sur écran (en incluant les produits multimédias interactifs numériques) devraient connaître une perte de 2,5 milliards de dollars à l'échelle nationale, dont 1,4 milliard de dollars en main-d'œuvre¹².
- En raison de la pandémie, 74 % des sociétés de cinéma et de télévision prévoient une rentabilité en baisse ou des pertes imprévues durant l'exercice en cours, 18 533 emplois sont menacés, et 73 000 à 81 000 comédiens et membres d'équipes techniques subiront une interruption ou un arrêt de travail¹³.

RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES À LONG TERME

- À mesure que les restrictions sanitaires seront assouplies et que les productions pourront reprendre, il faudra rattraper le retard accumulé concernant les nouvelles productions et les productions ayant dû être interrompues. Cette situation mettra à rude épreuve la disponibilité des studios de tournage et des équipes techniques, et pourrait compromettre la disponibilité des permis de tournage dans plusieurs extérieurs. La capacité des studios de tournage, en particulier, sera tendue, dans la mesure où les studios seront privilégiés aux extérieurs du fait de leur plus grande contrôlabilité.
- La fermeture des frontières (en particulier entre le Canada et les États-Unis) continuera d'affecter la disponibilité des talents étrangers pour les tournages.
- Il faudra attendre la levée des restrictions actuelles concernant les tournages.
- En raison de l'arrêt de tous les types de productions scénarisées pendant plusieurs mois, les diffuseurs pourraient manquer de contenu original, être contraints d'affecter leurs ressources à l'acquisition de contenus existants et, par conséquent, ne plus être en mesure d'investir dans de nouveaux contenus une fois que les productions reprendront.
- Le report des grands festivals de cinéma et des marchés sectoriels tels que le Festival de Cannes entravera la capacité des producteurs à trouver des débouchés de distribution.
- Lorsque les productions reprendront, l'assurance sera un obstacle majeur : les compagnies d'assurance refusent de délivrer des polices d'assurance-production couvrant les interruptions liées à la COVID-19. Seuls les projets pour lesquels une assurance-production a été souscrite avant la pandémie sont couverts et peuvent se poursuivre.
- Lors de la reprise des tournages, les productions cinématographiques et télévisuelles devront se conformer aux directives de santé et de sécurité approuvées par le ministère du Travail, de la Formation et du Développement des compétences et, ainsi, garantir la sécurité des lieux de travail, assurer la protection des acteurs et actrices, des équipes techniques et des communautés, et veiller au respect des règles de distance physique. Des plans devront être

¹¹ Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), *Profil : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, 2019.

¹² « COVID-19 Impact Analysis: Employment at Risk due to Shutdowns in the Screen-based Media Production Sector », 8 avril 2020.

¹³ Computer Animation Studios of Ontario (CASO), « CASO Impact of COVID-19: Survey Results », 21 avril 2020.

établis pour limiter le nombre de personnes sur les plateaux. Cette situation aura une incidence sur tous les aspects de la production, notamment la construction des décors, le tournage et les budgets, car les nouvelles exigences de sécurité impliqueront des coûts supplémentaires.

RELANCE ET CROISSANCE

- Le Bureau du cinéma d'Ontario Créatif a lancé la campagne *Prêt pour l'action*, qui s'articule autour des éléments suivants :
 - Un site Web qui regroupe des ressources essentielles : des directives de santé et de sécurité, une liste de fournisseurs d'équipement de protection individuelle, des renseignements sur les voyages et les déplacements transfrontaliers, des mesures d'aide gouvernementales, une liste de studios et d'extérieurs de grande superficie, et des bases de données des professionnels du cinéma. Une rubrique du site Web, consacrée au perfectionnement professionnel et à l'apprentissage, contient une liste complète de ressources de formation, dont des certifications sectorielles, des cours en santé et en bien-être, des formations spécialisées (affaires, doublage, éclairage et animation), des modules de préparation à la pandémie et des supports d'information générale.
 - Une campagne de marketing, qui présente l'Ontario comme une destination ouverte aux affaires et qui met en valeur l'étendue des talents et des services offerts par la province.
- Des mesures supplémentaires d'aide financière pourraient s'avérer nécessaires pour assurer le dynamisme et le succès de l'industrie cinématographique ontarienne. Ces aides pourraient, d'une part, compenser la perte d'investissement résultant de l'annulation ou du report des productions, ou bien la perte de recettes découlant de l'arrêt du marché et, d'autre part, appuyer les activités de développement de contenus menées par les entreprises ontariennes pendant et après la période de confinement afin de sortir de la crise en proposant de nouveaux contenus de qualité.
- L'Ontario a la possibilité de profiter des restrictions de tournage dans d'autres administrations, notamment aux États-Unis, en attirant une partie des productions concernées dans la province. Il faudra impérativement s'attaquer aux questions en suspens relatives à l'assurance, aux tests de dépistage de la COVID-19 pour les personnes asymptomatiques, ainsi qu'à l'admissibilité des coûts supplémentaires en santé et en sécurité, avant que l'activité commerciale ne reprenne dans d'autres administrations.

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES (PRODUITS MIN)

- Le secteur ontarien des produits MIN subit les effets de la pandémie. Les activités de développement commercial sont perturbées par la suspension des contrats et l'annulation d'importantes manifestations qui permettent habituellement aux petites entreprises d'élargir leur auditoire et de nouer des partenariats.
- En 2017, l'industrie des produits MIN de l'Ontario a contribué à hauteur de plus de 3 milliards de dollars au PIB de la province et employé 22 375 personnes¹⁴.
- Les entreprises des produits MIN de l'Ontario ont représenté 575 millions de dollars d'exportations à l'étranger en 2017¹⁵.

¹⁴ 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 25 avril 2019.

¹⁵ Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, « Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000) », consulté le 13 juin 2019.

- Les premières estimations tablent sur une baisse des recettes de 38 %, et les pertes devraient s'élever à 168 000 dollars en 2020¹⁶.
- Les entreprises ontariennes du secteur des produits MIN devraient licencier 1 606 employés à temps plein et à temps partiel si la distanciation physique se poursuit jusqu'au mois de juin, et la perte brute estimée par entreprise en 2020 s'élève à 67 millions de dollars¹⁷.
- Près de la moitié des entreprises et des travailleurs autonomes du secteur des produits MIN (43 %) déclarent être en difficulté financière après trois mois de restrictions dues à la pandémie¹⁸.

RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES À LONG TERME

- Le secteur des produits MIN peut sembler résilient face à la pandémie, dans la mesure où les créateurs et les éditeurs peuvent maintenir leurs activités depuis leur domicile. Toutefois, des conséquences négatives devraient se faire sentir à long terme : l'annulation ou le report des événements sectoriels et des manifestations de sport électronique entrave considérablement la conclusion de contrats de vente et de distribution et la création de nouvelles ententes commerciales.
- Les sociétés de jeux indépendantes avaient déjà du mal à fidéliser le public en raison de la multiplication des jeux disponibles sur les plateformes numériques. L'annulation des salons commerciaux, tels que l'Electronic Entertainment Expo, constitue un nouvel obstacle, car ces manifestations sont généralement l'occasion de trouver des financements et des soutiens à l'édition, grâce à l'établissement de partenariats, et de commercialiser de nouveaux jeux.
- Le sport électronique est aujourd'hui un maillon rentable et en plein essor de l'industrie des produits MIN. Le marché du sport électronique en Amérique du Nord a rapporté 257 millions de dollars en 2017 et ce chiffre devrait doubler d'ici à 2020 pour atteindre 607 millions de dollars¹⁹. Les principaux tournois ont été annulés en raison de la pandémie, et on ne sait toujours pas quand ces événements pourront reprendre, compte tenu des restrictions sanitaires.
- Certaines entreprises ontariennes du secteur des produits MIN qui ne possèdent pas leur propre propriété intellectuelle et qui assurent principalement des prestations de services sont plus désavantagées, étant donné le ralentissement des activités de développement commercial et l'incapacité de ces entreprises à monétiser leur propriété intellectuelle.

RELANCE ET CROISSANCE

- Le principal risque susceptible d'affecter la relance du secteur des produits MIN est l'« horizon de trésorerie » limité. Les entreprises du secteur doivent obtenir des contrats de travail plusieurs mois à l'avance, qu'il s'agisse de contrats d'achat de services ou de contrats de production ou de distribution visant des créations originales. Au début du mois d'avril 2020, les entreprises ontariennes du secteur des produits MIN ont déclaré disposer de liquidités permettant d'assurer en moyenne quatre mois d'exploitation²⁰.
- Depuis le début de la crise liée à la COVID-19, les activités de développement commercial ont été mises à rude épreuve par la suspension des contrats et l'annulation des marchés. La pandémie compromet également la mobilisation de capitaux.

¹⁶ Nordicity, *Measuring the Impact of COVID-19 on the IDM Industry*, 15 avril 2020.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Newzoo Pro, *2017 Global Esports Market Report*, 2018.

²⁰ Nordicity, *Measuring the Impact of COVID-19 on the IDM Industry*, 15 avril 2020.

- Néanmoins, les activités de jeu en ligne ont progressé durant la période de confinement, car elles favorisent les interactions sociales tout en garantissant l'éloignement physique. L'Organisation mondiale de la Santé promeut les jeux comme une activité sociale pendant la pandémie.
- D'après les prévisions, le marché mondial du jeu vidéo générera des recettes de 159,3 milliards de dollars américains d'ici la fin 2020, et même 200,8 milliards de dollars américains d'ici la fin 2023²¹.
- D'après un sondage mené en 2018, 61 % des Canadiens (soit 23 millions) – dont la moitié sont des femmes – se considèrent comme joueurs et déclarent avoir joué à un jeu vidéo au cours des quatre dernières semaines²².
- Les entreprises ontariennes spécialisées dans les produits MIN ont la possibilité de tirer profit du fort potentiel de croissance de leur industrie en promouvant et en commercialisant leurs produits, notamment compte tenu de l'annulation ou du report des manifestations sectorielles.
- L'industrie des produits MIN recommande que des améliorations de fond et de niveau de service soient apportées au crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN), afin de maintenir la compétitivité de l'Ontario par rapport à d'autres administrations comparables, et de faire en sorte que les entreprises puissent tirer effectivement profit des crédits d'impôt pour les réinvestir dans leur personnel et leurs produits.
- L'industrie des produits MIN recommande qu'une enveloppe de 5 millions de dollars soit injectée dans le Fonds d'Ontario Créatif pour les produits MIN, de manière à soutenir un plus grand nombre de projets dans les volets Production et Définition du concept.
- Pour encourager l'innovation technique, pilier essentiel du secteur des produits MIN, l'industrie recommande d'accroître la compatibilité du CIOPMIN avec le crédit d'impôt fédéral pour les activités de recherche scientifique et de développement expérimental (RS&DE).

ÉDITION DE REVUES

- En raison des restrictions sanitaires dues à la pandémie, les acteurs de l'industrie de l'édition de revues sont moins à même de distribuer leurs produits lors de manifestations commerciales et dans les kiosques physiques, et de publier leurs ouvrages du fait de l'arrêt des services de divers fournisseurs.
- Au Canada, 183 revues sur 394 prévoient fermer leurs portes et licencier 867 employés permanents et contractuels si elles ne reçoivent aucune aide financière. Dans un tel scénario, au moins 1 100 titres (soit environ 46 %) à travers le pays cesseront de paraître et jusqu'à 5 000 travailleurs pourraient être licenciés au cours des six prochains mois. Les professionnels et les pigistes, nouveaux et établis, seront également durement touchés, dans un contexte de raréfaction des emplois et de repli de l'industrie²³.
- Toutes les boutiques Chapters et Indigo ont fermé leurs portes entre mars et juillet, et 75 % des détaillants indépendants de Magazines Canada ont aussi fermé boutique²⁴.
- Par ailleurs, la perte de recettes publicitaires pose d'importantes difficultés. Les éditeurs de revues prévoient une baisse globale de plus d'un quart de leurs ventes et une diminution comparable des dépenses liées aux publicités imprimées.

²¹ Newzoo, *2020 Global Games Market Report*.

²² Association canadienne du logiciel de divertissement, *Faits essentiels sur le secteur canadien du jeu vidéo*, 2018.

²³ Magazine Association of BC, « Canadian Magazines Face Layoffs and Closures in the Wake of COVID-19 », 14 avril 2020.

²⁴ Magazines Canada, « Magazines Canada Retail Distribution Update », *Magazines Canada Member Bulletin*, 15 avril 2020.

- De nombreux éditeurs de revues ont déclaré avoir licencié plus d'un quart de leur personnel en raison des conséquences de la pandémie.

RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES À LONG TERME

- Les revues sont particulièrement vulnérables à la récession économique, car elles dépendent, d'une part, de prestataires de services, tels que les distributeurs de papier, pour la production et, d'autre part, des services postaux et des télécommunications pour la distribution.
- L'industrie canadienne de l'édition de revues, qui compte quelque 2 400 titres publiés au Canada, pourrait subir une perte de 288 à 389 millions de dollars²⁵.
- Les éditeurs de revues de l'Ontario ont signalé une baisse de 35 % de leurs recettes entre mars et mai 2020 en raison de la pandémie²⁶.
- Le secteur de l'édition de revues dépend fortement des recettes publicitaires. Comme les annonceurs prévoient une baisse de leurs bénéfices en raison de la pandémie, les revues devraient probablement perdre des contrats publicitaires à long terme. Il est possible qu'il faille attendre jusqu'en 2021 pour que les recettes publicitaires reviennent à leur niveau d'avant la crise.
- Les éditeurs de revues de l'Ontario ont enregistré une baisse de 30 % des dépenses publicitaires imprimées et de 15 % des dépenses publicitaires numériques²⁷.
- Les publications artistiques sont particulièrement vulnérables et affichent des pertes de recettes publicitaires encore plus élevées. Plusieurs d'entre elles ont déjà réduit leurs calendriers de production et pourraient ne pas être en mesure de paraître au cours du prochain trimestre.
- La chute des ventes en kiosque, l'annulation d'événements, les difficultés économiques des donateurs et des abonnés, et les longs délais nécessaires à la publication et au développement du lectorat sont autant d'obstacles à la relance du secteur des revues.

RELANCE ET CROISSANCE

- Alors que la pandémie mondiale entraîne un accroissement de la demande à l'égard de contenus numériques, les recettes publicitaires sont trop peu élevées pour soutenir les éditeurs de revues dans ce segment.
- Pour favoriser la relance post-COVID-19, l'industrie de l'édition de revues a demandé au gouvernement de doter le Fonds d'aide d'Ontario Créatif aux éditeurs de revues d'une enveloppe supplémentaire de 2 millions de dollars et d'affecter expressément une partie du Fonds aux initiatives de promotion de l'innovation.
- De nouvelles mesures d'aide financière seront nécessaires afin que les éditeurs puissent réintégrer le marché avec succès. Il faudrait envisager de soutenir les activités suivantes : planification et mise en œuvre d'activités de marketing, d'initiatives innovantes et de collaborations; élaboration de contenus numériques pour les lecteurs; incitation à la création d'offres d'abonnement promotionnelles pour atténuer la perte de recettes publicitaires.

MUSIQUE

²⁵ Magazine Association of BC, « Canadian Magazines Face Layoffs and Closures in the Wake of COVID-19 », 14 avril 2020.

²⁶ Magazines Canada, « Magazines Canada Retail Distribution Update », *Magazine Canada Member Bulletin*, 15 avril 2020.

²⁷ Données communiquées au Comité ministériel concernant la COVID-19 et le secteur de l'édition de livres et de revues, mai 2020.

- Les restrictions relatives aux grands rassemblements ont entraîné l'arrêt immédiat des concerts et des festivals pendant une période prolongée. Les répercussions sont lourdes sur de nombreux éléments de l'écosystème musical, dont les artistes, les salles de spectacle, les maisons de disques et les éditeurs.
- Début mars 2020, les recettes liées aux concerts ont chuté à zéro du jour au lendemain, en raison du coup d'arrêt brutal provoqué par la COVID-19.
- Quatre-vingt-quinze pour cent des sociétés de musique canadiennes déclarent ou prévoient une baisse de leurs recettes brutes en 2020; 32,4 % d'entre elles prévoient un déficit d'au moins 50 %²⁸.
- Vingt-sept pour cent des entreprises de musique prévoient une perte de 51 000 à 100 000 dollars en 2020 en raison des annulations et des reports²⁹.
- Dans le cadre du déconfinement de la province, les salles de concert doivent tenir compte des restrictions en matière de capacité d'accueil et d'autres exigences de sécurité. Comme tenu de leurs faibles marges bénéficiaires, la plupart des salles de concert n'auront pas les moyens d'ouvrir leurs portes et d'accueillir du public en toute sécurité.
- Ainsi, 96 % des sociétés d'organisation de concerts interrogées ont indiqué qu'elles feraient faillite (lorsque ce n'était pas déjà le cas) si elles ne bénéficiaient pas d'une aide gouvernementale supplémentaire dans les prochains mois, et 65 % ont déclaré avoir déjà licencié entre 1 et 50 employés.

RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES À LONG TERME

- Les concerts, qui représentent une source de revenus importante pour les artistes, les maisons de disques et les salles de spectacle, risquent d'être inaccessibles pendant au moins un an, tant que les salles n'auront pas l'autorisation de rouvrir leurs portes et que les grands rassemblements seront interdits.
- Si l'industrie musicale est durement touchée dans son ensemble, le secteur des concerts subira les conséquences les plus lourdes à court et à long terme.
- Même lorsque les grands rassemblements seront autorisés, l'impact psychologique de la pandémie pourrait se traduire par une plus grande réticence du public à assister à des concerts et à d'autres festivals rassemblant un grand nombre de personnes.
- Les activités d'enregistrement de musique pourraient redémarrer plus tôt que d'autres activités, mais les maisons de disques et les artistes pourraient ne pas avoir les moyens financiers de les reprendre sans les recettes des tournées et des concerts.
- Les activités de développement des nouveaux talents, pourtant importantes pour la production future de recettes, pourraient être compromises, étant donné que les entreprises veillent à utiliser leurs ressources limitées pour rester ouvertes.

RELANCE ET CROISSANCE

²⁸ Canadian Independent Music Association, « Urgent COVID-19: Measuring Impacts on the Music Industry », mars 2020, p. 14-15 et 17; Canadian Independent Music Association, *COVID-19 Impact on CIMA Companies*, avril 2020, p. 19 et 24.

²⁹ *Ibid.*

- Les Canadiens et Canadiennes déclarent consommer, pendant la pandémie, plus de produits musicaux que jamais auparavant. En dépit des lourdes conséquences pour l'industrie de la musique, certains artistes ont trouvé des moyens innovants d'atteindre leur public, notamment au moyen de concerts sur les médias sociaux et par d'autres expériences vidéo en direct accessibles moyennant l'achat d'un billet.
- Au nombre des expériences musicales auxquelles ils s'adonnent davantage depuis le début des mesures de confinement, les Canadiens et Canadiennes écoutent plus de musique (35 %), regardent plus de contenus vidéo publiés par des musiciens en ligne (31 %) et regardent plus de concerts enregistrés (24 %) ³⁰.
- Même s'ils sont globalement satisfaits des contenus numériques, qu'ils reconnaissent comme un bon substitut aux concerts, la plupart des Canadiens et Canadiennes (79 %) estiment que les expériences numériques ne sauraient remplacer le réel. Ce constat vaut particulièrement pour les « amateurs de concerts », qui sont bien plus susceptibles d'avoir assisté à un concert en ligne, mais qui reconnaissent dans leur très grande majorité (84 %) que les contenus numériques ne peuvent pas remplacer les sensations ressenties lors d'un concert physique ³¹.
- Les entreprises et les organisations ontariennes du secteur de la musique pourraient utiliser ce temps d'arrêt pour renforcer leur infrastructure et entreprendre des activités en ligne de perfectionnement professionnel, de renforcement des capacités et de marketing interentreprises afin d'être en bonne posture au moment de la relance.
- Certaines petites sociétés agiles qui remplissent différentes fonctions (par exemple, à la fois maisons de disque, imprésarios et éditeurs) pourraient se redresser plus facilement en raison de la diversité de leurs flux de revenus et de leurs coûts d'exploitation inférieurs, ce qui leur permettra de s'adapter à l'évolution de la conjoncture économique.
- L'industrie de la musique a demandé au gouvernement d'apporter son concours pour que l'ensemble du secteur des concerts puisse survivre à la crise immédiate et prospérer lorsque celle-ci prendra fin.
- L'industrie demande actuellement que les salles de spectacle, les promoteurs, les agents artistiques, les imprésarios, les sociétés de production de concerts, les fournisseurs, les sociétés de billetterie et les organisations de soutien aux concerts bénéficient d'un soutien à court et à moyen terme afin de compenser la faible confiance des consommateurs.

INDUSTRIES DE LA CRÉATION : PRÉVISIONS DE CROISSANCE ET RELANCE

- Même après le déconfinement de la province, l'évolution durable des habitudes de consommation et les obstacles persistants à l'accès aux publics (récession générale et réticence de la population à assister à des manifestations) pourraient affecter les industries de la création.
- D'après un récent sondage, 44 % des personnes qui comptent attendre au moins six mois après la levée des restrictions relatives à la COVID-19 souhaitent avoir accès à un vaccin avant d'assister à une activité culturelle en salle, tandis que 47 % se sentiront à l'aise pour participer à

³⁰ Music Canada, « The Locked-Down Blues: Canadians, Live Music, and the Pandemic », 12 mai 2020.

³¹ *Ibid.*

une activité culturelle en plein air sous réserve du respect des règles de distance physique, une fois les restrictions levées³².

- Les détaillants et les industries de la création ont déjà commencé et peuvent continuer à rechercher d'autres formes de promotion, de marketing et de vente pour attirer des publics et favoriser la reprise économique.

MESURES D'AIDE EN ONTARIO ET DANS D'AUTRES ADMINISTRATIONS

La présente section renferme des renseignements à jour sur les différentes mesures d'aide mises en œuvre en Ontario et dans d'autres administrations afin d'aider les secteurs de la création à se remettre de l'impact économique des mesures sanitaires de lutte contre la propagation de la COVID-19.

MESURES D'AIDE GÉNÉRALES

- Le gouvernement fédéral a mis en œuvre une série de mesures destinées à apporter une aide économique aux particuliers et aux entreprises, dont les suivantes³³ :
 - Prestation canadienne d'urgence (PCU) : prestation imposable de 2 000 dollars destinée aux particuliers qui doivent cesser de travailler en raison de la COVID-19 et qui ne bénéficient pas de congés payés; elle s'adresse notamment aux travailleurs qui sont malades ou mis en quarantaine, qui prennent soin d'une personne, qui n'ont pas suffisamment de travail ou qui travaillent à leur compte.
 - Déclaration de revenus : report à septembre 2020 du paiement de l'impôt sur le revenu des sociétés.
 - Aide aux petites et moyennes entreprises : 675 millions de dollars d'aide financière aux entreprises qui n'ont pas accès à d'autres mesures de soutien.
 - Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) : subvention salariale temporaire d'une durée de trois mois, qui vise à aider les entreprises à conserver leurs employés; elle couvre jusqu'à 75 % des salaires dans les entreprises admissibles.
 - Souplesse fiscale : report de la date limite de production des déclarations³⁴.

MESURES D'AIDE AUX SECTEURS DE LA CRÉATION DE L'ONTARIO

- Les secteurs de la création, et notamment les sociétés, les entrepreneurs et les créateurs, ont été particulièrement touchés par l'arrêt des productions, la fermeture des espaces physiques de vente, et l'annulation ou le report des grands rassemblements et événements sectoriels.
- Plusieurs fonds et programmes d'urgence ont été mis sur pied pour atténuer les dommages causés par la récession économique due à la pandémie et pour garantir la poursuite et le relèvement des activités des secteurs de la création.
- Canadian Writers' Emergency Relief Fund : fonds de secours de 250 000 dollars qui attribue 1 500 dollars à chacun des candidats retenus, dont des écrivains et des artistes visuels³⁵.
- CBC Creative Relief Fund : fonds de secours dans le cadre duquel 119 projets canadiens originaux ont été retenus pour recevoir un soutien immédiat. Le fonds, qui dépasse à présent l'enveloppe

³² Centre nationale des arts, « [Compte tenu des restrictions touchant les rassemblements de personnes en raison de la pandémie de la COVID-19, les amateurs de culture se tournent à court terme vers les expériences numériques](#) », mai 2020.

³³ Gouvernement du Canada, « [Plan d'intervention économique du Canada pour répondre à la COVID-19](#) », Soutien aux particuliers.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Société d'encouragement aux écrivains du Canada, « [For Canadian Writers and Visual Artists facing lost income due to the Pandemic](#) ».

initialement prévue, met à disposition un financement confirmé de 2,2 millions de dollars pour le développement et la production, dans trois volets de programmation³⁶.

- Programme d'aide d'urgence de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) : fonds d'avances de redevances de 2 millions de dollars destiné à soutenir les membres de la SOCAN touchés par la COVID-19³⁷.
- Hot Docs-Slaight Family Fund : fonds attribuant entre 15 000 et 60 000 dollars à trois à cinq projets documentaires consacrés à la vie d'artistes musicaux³⁸.
- Fonds de soutien de Netflix : fonds de 150 millions de dollars destiné à soutenir les professionnels travaillant sur des productions qui se sont interrompues en raison de la COVID-19³⁹.
- Fonds de soutien à la création de Sony : fonds de 10 millions de dollars visant à soutenir les développeurs de jeux indépendants⁴⁰.
- TOArtist COVID Response Fund : fonds d'aide aux artistes torontois qui travaillent à leur compte et ne sont pas admissibles à l'assurance-emploi; le fonds rembourse les recettes perdues en raison d'annulations et de fermetures jusqu'à concurrence de 1 000 dollars⁴¹.
- Emergency Survival Fund for LGBTQ2S artists, performers, and tip-based workers : fonds d'urgence financé par des dons qui a été lancé par Glad Day Bookshop pour subvenir aux besoins essentiels des artistes, des interprètes et des travailleurs rémunérés au pourboire de la communauté LGBTQ2S, et permettre à la librairie Glad Day à Toronto de rester ouverte⁴².

MESURES D'AIDE MISES EN PLACE À TORONTO POUR LES SALLES DE MUSIQUE

- En juin, le conseil municipal de Toronto a adopté une proposition permettant aux propriétaires de salles de spectacle d'obtenir un rabais de 50 % sur leurs impôts fonciers⁴³.

AIDE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL AUX SECTEURS CULTURELS

- Le 17 avril, le ministre du Patrimoine canadien a annoncé des mesures de soutien temporaires pour aider les secteurs de la culture, du patrimoine et du sport à gérer les difficultés et les répercussions de la pandémie de COVID-19, et à planifier l'avenir. Une enveloppe totale de 500 millions de dollars a été mise de côté en vue d'alléger les pressions financières des organismes touchés, de protéger les emplois et de favoriser la continuité des activités⁴⁴.
- Une enveloppe de 198,3 millions de dollars sera allouée au secteur des arts et de la culture dans le cadre des programmes de financement existants du ministère du Patrimoine canadien, tandis que 55 millions de dollars seront distribués par l'entremise du Conseil des arts du Canada pour aider les organismes artistiques qui appuient des artistes.
- Dans le cadre de la phase 2 de l'aide d'urgence fédérale, 20 millions de dollars sont expressément consacrés aux segments du secteur des concerts (salles, promoteurs, présentateurs et imprésarios)

³⁶ CBC, « [Recipients of the CBC Creative Relief Fund](#) ».

³⁷ Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique, « [La SOCAN annonce un programme d'aide d'urgence de 2 millions \\$ pour ses membres dans le besoin](#) », 2 avril 2020.

³⁸ Hot Docs, « [Hot Docs-Slaight Family Fund](#) ».

³⁹ Netflix, « [Emergency Support for Workers in the Creative Community](#) », 20 mars 2020.

⁴⁰ Christopher Dring, « [PlayStation reveals \\$10m fund to support indie developers during COVID-19](#) », 14 avril 2020.

⁴¹ Toronto Arts Foundation, « [COVID-19 Response Effort Initiatives](#) ».

⁴² Glad Day Lit, « [Emergency Survival Fund for LGBTQ2S artists, performers, tip-based workers and Glad Day](#) ».

⁴³ « [City extends 'lifeline' to Toronto music venue owners](#) », *Toronto Star*, 5 juin 2020.

⁴⁴ Gouvernement du Canada, « [Fonds d'urgence relatif à la COVID-19 pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport : prochaines étapes pour venir en aide à l'industrie touchée par la pandémie mondiale de la COVID-19](#) », communiqué de presse, 8 mai 2020.

qui ne bénéficient pas habituellement des programmes de financement fédéraux. De plus, les sociétés des secteurs de l'édition de livres et de revues, de la production cinématographique et télévisuelle et des produits MIN qui n'étaient pas admissibles à la phase 1 (car elles n'avaient pas droit ou n'ont pas reçu d'aide gouvernementale dans le passé) sont admissibles au titre de la phase 2.

- Le 25 septembre, le ministre du Patrimoine canadien a annoncé le lancement du Fonds d'indemnisation à court terme, une nouvelle initiative destinée à compenser l'absence d'assurance dans l'industrie audiovisuelle dans le contexte de la COVID-19. Doté d'un budget maximal de 50 millions de dollars, le Fonds sera administré par Téléfilm Canada et le Fonds des médias du Canada.

SOUTIEN D'URGENCE ADMINISTRÉ PAR TÉLÉFILM

- Téléfilm Canada sera chargé d'administrer une partie du Fonds d'urgence relatif à la COVID-19 établi par le gouvernement du Canada pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport⁴⁵.
- L'aide d'urgence annoncée par le gouvernement fédéral fait partie d'un écosystème de financement multiforme et viendra compléter d'autres mesures de soutien aux professionnels et aux entreprises du secteur.
- Ces nouveaux fonds aideront les entreprises canadiennes du secteur cinématographique à assurer la continuité des activités et à préserver les emplois (le financement dédié aux secteurs de la production télévisuelle et des produits MIN sera octroyé par l'entremise du Fonds des médias du Canada).

SOUTIEN D'URGENCE ADMINISTRÉ PAR LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA

- Le Conseil des arts du Canada distribuera une enveloppe de 55 millions de dollars aux organismes artistiques admissibles dans le cadre du Fonds d'urgence relatif à la COVID-19 établi par le gouvernement du Canada pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport. Le ministère du Patrimoine canadien et les organismes de son portefeuille sont chargés d'assurer la distribution de ces fonds⁴⁶.

SOUTIEN D'URGENCE ADMINISTRÉ PAR LE FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

- Le Fonds des médias du Canada distribuera une enveloppe de 88 millions de dollars issue du Fonds d'urgence relatif à la COVID-19 établi par le gouvernement du Canada pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport⁴⁷.
- Les fonds administrés par le FMC visent trois objectifs principaux :
 - aider les entreprises et les organismes des secteurs canadiens de la télévision et des médias numériques à demeurer ouverts, à conserver leur personnel et à se trouver en meilleure posture lorsque la crise sera terminée
 - répondre aux besoins financiers de ces entités, afin qu'elles puissent continuer de soutenir les scénaristes, les réalisateurs et réalisatrices, les acteurs et actrices, les équipes techniques et les autres employés du secteur audiovisuel
 - compléter les autres mesures annoncées par le gouvernement du Canada, dans la mesure où de nombreuses entreprises canadiennes de l'industrie audiovisuelle peuvent ne pas avoir droit aux mesures déjà établies en raison de la structure de leurs activités

⁴⁵ Téléfilm Canada, « [Fonds de soutien d'urgence administré par Téléfilm en réponse à la COVID-19](#) ».

⁴⁶ Conseil des arts du Canada, « [Le soutien d'urgence du Conseil des arts du Canada](#) ».

⁴⁷ Fonds des médias du Canada, « [Fonds de soutien d'urgence administré par le FMC en réponse à la COVID-19](#) ».

- Quinze pour cent du financement (13,3 millions de dollars) sera destiné à des groupes sous-représentés et à la diversité régionale dans l'industrie audiovisuelle, dans le cadre d'initiatives ciblées propices à l'équité, notamment entre les régions, les langues et les différents groupes⁴⁸.

MESURES D'AIDE AU QUÉBEC

- Le 1^{er} juin 2020, la ministre de la Culture et des Communications, Nathalie Roy, a annoncé la mise en place d'un plan de relance pour le secteur culturel du Québec⁴⁹.
- Dans le cadre de ce plan, de nouveaux fonds d'urgence sont octroyés à environ 1 000 organisations culturelles⁵⁰.
- La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) a établi un nouveau fonds pour le secteur audiovisuel qui comprendra⁵¹ :
 - Un volet d'aide au maintien des capacités de production dans le secteur audiovisuel, qui vise à apporter un soutien financier temporaire pour le maintien des capacités de production cinématographique et télévisuelle. L'objectif est de bonifier le soutien à la production lors de la reprise des activités de tournage des productions audiovisuelles et des activités de doublage de films au Québec.
 - Un volet pilote temporaire visant à couvrir une partie des dépenses liées à une interruption de tournage résultant de la contamination de comédiens ou de réalisateurs par la COVID-19, si l'interruption n'est pas couverte par l'assurance globale de la production.

MESURES D'AIDE EN COLOMBIE-BRITANNIQUE

- L'organisme provincial Creative BC autorise une certaine souplesse compte tenu des annulations d'événements et d'activités imputables à la pandémie et a prolongé les dates limites de ses programmes⁵².
- La province a annoncé la création d'un nouveau Fonds pour la production cinématographique britanno-colombienne en septembre. Ce fonds vise à soutenir le développement et la production de films canadiens dans la province⁵³.
- Le programme de développement des entreprises du secteur de la musique est conçu pour favoriser la pérennité, la croissance et la capacité des sociétés musicales de Colombie-Britannique. En 2020-2021, ce programme apportera un soutien opérationnel ponctuel aux entreprises de musique touchées par la pandémie de COVID-19, afin de protéger les infrastructures et les emplois existants.

MESURES D'AIDE AU MANITOBA

- Musique et film Manitoba a mis à jour son programme d'enregistrement sonore pour inclure les activités de préproduction. L'organisme provincial a également accru le montant du financement consacré aux concerts en ligne dans le cadre du Programme de soutien à l'intention des artistes exécutants qui font des tournées et des concerts en ligne, et élargi son Fonds pour le développement des entreprises de musique à d'autres types d'entreprises admissibles.

⁴⁸ Fonds des médias du Canada, « [Le FMC dévoile les détails du fonds de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19 de 13,3 millions de dollars destiné aux groupes sous-représentés](#) », 3 juillet 2020.

⁴⁹ The Review, « [Québec announces major funding for cultural sector reeling from COVID-19, more venues to reopen](#) », 1^{er} juin 2020.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Playback, « [Quebec invests \\$51M to offset COVID production insurance costs](#) », juillet 2020.

⁵² Creative BC, « [COVID-19 Information + Resources](#) ».

⁵³ Creative BC, « [Domestic Motion Picture Fund](#) ».

MESURES D'AIDE À LOS ANGELES

- Netflix a établi un fonds de secours destiné à la « communauté créative » touchée par l'arrêt de la plupart des productions cinématographiques et télévisuelles dans le monde. Quinze millions de dollars seront distribués à des tiers et à des organismes sans but lucratif, dans le but d'apporter une aide d'urgence aux acteurs et actrices et aux équipes techniques se retrouvant sans travail dans les pays comptant une importante base de production⁵⁴.
- Depuis le 18 mars 2020, The Actors Fund a versé plus de 13,8 millions de dollars d'aide financière d'urgence à 11 682 professionnels du cinéma et aux entités du secteur. Ces fonds visent à subvenir en partie aux besoins de base⁵⁵.
- Le comté de Los Angeles a créé un fonds de secours COVID-19 pour les artistes et les organisations artistiques dont les travaux ont été annulés du fait de la pandémie⁵⁶.

MESURES D'AIDE À NEW YORK

- Le NYC COVID-19 Response and Impact Fund vise à aider les prestataires de services à but non lucratif dans tous les domaines, y compris les arts et la culture. Le fonds soutiendra les services sociaux et les organisations culturelles à New York pendant la pandémie de COVID-19⁵⁷.

MESURES D'AIDE AU ROYAUME-UNI

- Le British Film Institute et The Film and TV Charity se sont associés pour lancer le Film and TV COVID-19 Emergency Relief Fund, un fonds d'aide d'urgence aux industries de la production cinématographique et télévisuelle, lequel inclut un don de Netflix. Ce fonds apportera une aide de courte durée à plusieurs professions des industries de la création touchées par l'arrêt des productions au Royaume-Uni⁵⁸.
- Le gouvernement britannique a annoncé que les organisations culturelles et patrimoniales bénéficieraient de financements supplémentaires pour surmonter les conséquences de la pandémie.
- Le 29 juillet 2020, le gouvernement a annoncé le lancement d'un programme public de redémarrage des productions cinématographiques et télévisuelles britanniques, afin de relancer les productions nationales qui ont eu du mal à souscrire une assurance pour les pertes liées à la contamination des comédiens et membres d'équipes techniques et aux retards ou interruptions de tournage en raison de la COVID-19⁵⁹.
- L'Arts Council England et l'Art Council of Wales ont tous deux créé des fonds d'intervention d'urgence pour les particuliers et les organismes touchés par la COVID-19⁶⁰.

MESURES D'AIDE DANS L'UNION EUROPÉENNE

⁵⁴ Lynn Elber, « [Netflix establishes US\\$100 million virus relief fund](#) », 20 mars 2020.

⁵⁵ Associated Press, « [Help for our Entertainment Community – COVID-19 Emergency Relief](#) », mars 2020.

⁵⁶ Comté de Los Angeles, « [Coronavirus \(COVID-19\) Economic Resiliency Task Force Arts and Culture Sector Recommendation Report](#) ».

⁵⁷ PR Newswire, « [NYC COVID-19 Response & Impact Fund Launched To Support New York City Nonprofit Organizations](#) », 20 mars 2020.

⁵⁸ British Film Institute, « [New COVID-19 Film and TV Emergency Relief Fund set up](#) », 9 avril 2020.

⁵⁹ Althoff, Juliane, « [Government Backed Film and TV Production Restart Scheme – Details So Far](#) », Simkins, 31 juillet 2020.

⁶⁰ Arts Council England, « [Covid-19 support](#) ».

- Les États membres de l'Union européenne ont adopté plusieurs stratégies pour soutenir les artistes et les professionnels de la culture pendant la pandémie et favoriser la relance des secteurs de la création.
- Le fonds européen Culture of Solidarity a été créé pour promouvoir des initiatives culturelles dans toute l'Europe⁶¹.
- Plusieurs programmes ont été déployés aux quatre coins de l'Europe pour favoriser la relance de l'industrie audiovisuelle et atténuer les effets de la COVID-19. En voici quelques exemples :
 - Un programme de l'Institut autrichien du film⁶² vise à indemniser les producteurs et les distributeurs touchés par les arrêts d'exploitation et la fermeture des salles de cinéma⁶³.
 - En Allemagne, l'Office fédéral du film a mis en place un fonds pour soutenir les projets précédemment approuvés qui ont dû être interrompus. Il a également autorisé la suspension des remboursements de prêts.
 - En Italie, un train de mesures d'urgence, incluant des subventions fiscales pour les cinémas, a été mis en œuvre en faveur de l'industrie du divertissement⁶⁴.
 - Le gouvernement autrichien accordera des mesures d'aide pour indemniser les productions cinématographiques interrompues pendant la pandémie⁶⁵. L'Autriche a d'ailleurs été le premier pays au monde à établir un fonds visant à indemniser les productions locales et internationales lorsque les tournages étaient retardés ou interrompus en raison du coronavirus⁶⁶.
- La Slovaquie utilisera le Fonds social européen pour financer les travailleurs autonomes, dont les artistes et les professionnels de la culture pendant la pandémie⁶⁷.
- En France, le gouvernement a mis en œuvre des mesures de soutien aux travailleurs des secteurs artistiques et culturels :
 - Les intermittents du spectacle et autres salariés du secteur culturel dont le travail a été interrompu en raison de la pandémie continueront d'être indemnisés⁶⁸.
 - La Ville de Paris a annoncé une contribution financière à l'appui du secteur de la culture⁶⁹.
 - La France a lancé un fonds d'indemnisation public-privé en partenariat avec des compagnies d'assurance⁷⁰.

⁶¹ Fondation européenne de la culture, « [Culture of Solidarity Fund](#) ».

⁶² European Film Agencies, « [Measures taken by EFAD members to mitigate the consequences of the COVID-19 outbreak](#) », 24 mars 2020.

⁶³ Hollywood Reporter, Scott Roxborough, « [A comprehensive look at what measures European countries have introduced to help film and TV companies and their employees hit by the virus crisis and lockdown regulations](#) », 9 mars 2020.

⁶⁴ Gouvernement de l'Italie, ministère du Patrimoine et des Activités culturels et du Tourisme, « [Coronavirus, Franceschini: Concrete Aid for Tourism and Culture from CDM](#) », 16 mars 2020.

⁶⁵ Opera Wire, « [Austrian Government Establishes 90 Million Euro Fund for Freelance Artists](#) », 2 juin 2020.

⁶⁶ Roxborough, Scott, « [Austria to Cover Costs for Productions Delayed or Shut Down Due to COVID-19](#) », Hollywood Reporter, 16 juin 2020.

⁶⁷ Service de recherche du Parlement européen, « [EU Support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis](#) », mai 2020.

⁶⁸ Gouvernement de la France, ministère de la Culture, « [Mesures exceptionnelles de soutien aux intermittents et salariés du secteur culturel dans le cadre de la crise sanitaire](#) », 19 mars 2020.

⁶⁹ The Mayor, « [Paris annonce un plan de 15 millions d'euros pour soutenir le secteur culturel](#) », 26 mai 2020.

⁷⁰ Ravindran, Manori, « [Canada's Film & TV Industry Presents Unique Insurance Solution with Government Support](#) », *Variety*, 2 juin 2020.

- En France toujours, le Centre national du livre a établi un plan de soutien pour favoriser l'essor du secteur pendant la pandémie⁷¹.
- Le gouvernement allemand soutiendra les artistes travaillant à leur compte et les petites et moyennes entreprises du secteur de la culture et de la création. Une aide est également prévue pour les activités parrainées par l'État, telles que les théâtres, les salles de concert, les opéras et les expositions⁷².
- La Belgique assure le remboursement de toutes les manifestations qui ont dû être reportées en raison de la pandémie⁷³.
- La Belgique a également mis en place une subvention pour les travailleurs autonomes dont le travail a été interrompu en raison de la pandémie de COVID-19⁷⁴.
- En Grèce, le ministère de la Culture fournira un soutien au secteur culturel pendant la pandémie⁷⁵.
- La municipalité d'Amsterdam a créé un fonds d'urgence pour aider les secteurs locaux des arts et de la culture⁷⁶.
- En Pologne, le ministère de la Culture a lancé un « bouclier anti-crise » pour soutenir les créateurs, les artistes et les institutions culturelles. Ce programme vise à couvrir une partie des salaires des employés et des travailleurs autonomes du secteur culturel⁷⁷.
- Le gouvernement slovène versera une aide financière aux travailleurs autonomes du secteur de la culture sous la forme d'un revenu de base pendant trois mois⁷⁸.
- En Espagne, le ministère de la Culture et des Sports a annoncé qu'il contribuerait à aider les petites et moyennes entreprises et les travailleurs autonomes dans le secteur culturel et sportif⁷⁹.

MESURES D'AIDE EN AUSTRALIE

- Screen Australia a annoncé deux nouveaux programmes pour favoriser la relance du secteur de la production.
 - Le Temporary Interruption Fund vise à apporter une aide aux nouvelles productions locales qui n'ont pas pu démarrer en raison des exclusions d'assurance-production dans le contexte de la COVID-19. Ouvert par le gouvernement australien, le fond est administré par Screen Australia.

⁷¹ Centre national du livre, « [Le plan d'urgence du CNL en faveur du secteur du livre](#) », 3 avril 2020.

⁷² Service de recherche du Parlement européen, « [EU Support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis](#) », mai 2020.

⁷³ Wallonie-Bruxelles International, « [Covid-19: Informations sur les aides à la mobilité pour les acteurs culturels](#) ».

⁷⁴ Agentschap Innoveren & Ondernemen (Agence flamande pour l'innovation et l'entrepreneuriat), « [Overbruggingsrecht voor zelfstandigen \(coronavirus\)](#) » [Droits de transition pour les travailleurs autonomes (coronavirus)], 16 juillet 2020.

⁷⁵ SKAI, « [Κορονοϊός: Μέτρα 15 εκατομμυρίων ευρώ για ενίσχυση του πολιτισμού](#) » (Coronavirus : des mesures de 15 millions d'euros pour valoriser la culture), 3 avril 2020.

⁷⁶ The Mayor, « [Amsterdam: a 17-million euro financial injection for the arts and culture sector](#) », 12 mai 2020.

⁷⁷ Gouvernement de la Pologne, ministère de la Culture et du Patrimoine national, « [MKIDN: Tarcza Antykryzysowa obejmie ludzi i instytucje kultury](#) » (Le bouclier anti-crise couvrira les particuliers et les institutions culturelles), 22 mars 2020.

⁷⁸ République de Slovénie, « [Minister Simoniti predstavil ukrepe za pomoč na področju kulture](#) » (Le ministre Simoniti a présenté des mesures d'aide dans le domaine de la culture), 31 mars 2020.

⁷⁹ Gouvernement de l'Espagne, ministère de la Culture et des Sports, « [Pymes y autónomos del sector cultural y deportivo se pueden acoger a la línea de avales aprobada por el Gobierno](#) » (Les PME et les travailleurs autonomes du secteur culturel et sportif peuvent bénéficier de la ligne de garanties approuvée par le gouvernement), 25 mars 2020.

- Le COVID-19 Budget Support Fund est un fonds d'aide aux productions approuvées, qui vise à couvrir les coûts supplémentaires engagés pour mettre en œuvre les plans de sécurité et d'évaluation des risques dans le contexte de la COVID-19⁸⁰.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Lancé en 2017, le plan stratégique quinquennal d'Ontario Créatif offre aux industries ontariennes de la création une vision actualisée, ainsi qu'un énoncé de mission indiquant clairement comment l'organisme contribuera à concrétiser cette vision.
- Dans le droit fil de la vision et de l'énoncé de mission énoncés dans le plan, l'organisme s'attelle stratégiquement à développer des industries de la création avant-gardistes et concurrentielles à l'échelle mondiale, qui profitent à l'ensemble de la population ontarienne et qui éveillent son intérêt grâce à des emplois de qualité, à des contenus culturels captivants et à une activité économique considérable.
- Ontario Créatif vise trois grands objectifs stratégiques :
 1. stimuler la croissance économique et l'emploi
 2. promouvoir les industries
 3. encourager la collaboration et l'innovation
- Les objectifs stratégiques actuels concordent avec l'action menée par l'organisme face à la COVID-19. Les mesures d'aide et d'appui au relèvement et à la reconstruction décrites dans le présent addenda au plan d'activités prennent appui sur les valeurs fondamentales et les orientations de notre plan stratégique.
- Les activités et les résultats escomptés liés à chacun de ces objectifs généraux varieront selon les secteurs, en fonction de leurs besoins particuliers pour se remettre des effets de la COVID-19 et s'adapter aux nouvelles réalités commerciales.
- Le plan stratégique actuel prend fin en 2021-2022. Compte tenu du calendrier, les répercussions à plus long terme de la COVID-19 seront plus claires lorsque le nouveau plan sera établi.

MISE À JOUR DES PROGRAMMES ET ACTIVITÉS ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME

Les programmes et les services d'Ontario Créatif appuient la création de contenus, l'expansion commerciale, le développement des marchés internationaux, l'essor de l'industrie au sens large, ainsi que le marketing et la promotion. Lorsque la COVID-19 est apparue, l'organisme a immédiatement modifié ses plans et ses programmes pour apporter son soutien. Toutefois, il reste encore beaucoup à faire pour aider les industries créatives de la province à se relever et à se reconstruire. Bien que certaines mesures puissent être mises en œuvre dans le cadre du mandat de l'organisme, d'autres – notamment celles susceptibles d'avoir un impact considérable et significatif – nécessiteront des ressources supplémentaires et un partenariat avec le gouvernement. Les sections ci-dessous décrivent les mesures engagées par l'organisme au cours des six derniers mois et renferment des recommandations en vue de la reprise et de la reconstruction du secteur.

MESURES D'AIDE DANS LE CADRE DES PROGRAMMES D'ONTARIO CRÉATIF

⁸⁰ Screen Australia, « [COVID-19 Update](#) », 22 juillet 2020.

Lorsqu'il est devenu clair que la pandémie affecterait les industries ontariennes de la création, Ontario Créatif a rapidement mis en œuvre les mesures suivantes pour apporter une aide immédiate aux entreprises :

- Assouplissement des dispositions des programmes : changement des dates de livraison en cas de report des événements, projets ou initiatives; autorisation des changements d'activité en cas d'annulation des salons ou des déplacements prévus; autorisation de dépenses non remboursables; instauration d'une deuxième date limite de présentation des demandes au titre du Fonds pour l'exportation.
- Accélération des versements jalonnés pour apporter aux bénéficiaires des liquidités immédiates.
- Examen et approbation d'initiatives sectorielles urgentes en réponse à la COVID-19, dans le respect des paramètres applicables aux programmes d'investissement actuels.
- Octroi de la possibilité, pour les auteurs de demande, de différer le paiement des frais d'administration des crédits d'impôt.
- Mise en place d'un système d'avis électroniques de délivrance des certificats de crédit d'impôt, en lieu et place des certificats matériels.
- Examens accélérés de l'admissibilité aux crédits d'impôt, dans la mesure du possible.
- Modifications importantes apportées au Fonds pour l'exportation et au Programme de développement des marchés internationaux, en vue d'autoriser les coûts liés à la participation à des activités et manifestations en ligne qui facilitent l'expansion commerciale et le développement des publics à l'étranger. Les coûts admissibles ont été élargis aux frais de personnel et de fonctionnement associés à la préparation de supports marketing et à la tenue de réunions en ligne.
- Ajustement du volet Développement du Fonds pour la production cinématographique pour accélérer les activités de lancement; augmentation du volume de financements disponibles pour favoriser l'élaboration de créations originales pendant la suspension des tournages.
- Modification des délais de présentation des demandes, passage à un système de réception continue des demandes ou mise en place de cycles de demande supplémentaires.
- Aide apportée aux entreprises souhaitant s'inscrire au dépôt direct électronique.
- Bureau du cinéma :
 - Réorientation rapide des activités pour assurer le suivi et rendre compte des répercussions de la pandémie et pour trouver de nouveaux lieux de tournage et salles d'enregistrement, qui devraient faire l'objet d'une demande accrue au moment de la reprise des productions.
 - Participation à la rédaction de directives de santé et de sécurité, en partenariat avec les acteurs sectoriels et le ministère du Travail.
 - Lancement de la campagne *Prêt pour l'action*, qui se décline notamment en un site Web renfermant des renseignements importants sur les mesures gouvernementales et la sécurité, et en une stratégie de marketing destinée à mettre en valeur les talents de l'Ontario.
 - Collaboration étroite avec le ministère des Industries du patrimoine, du sport, du tourisme et de la culture (MIPSTC) et le ministère de la Santé pour préciser la mécanique des tests de dépistage de la COVID-19 en extérieur et en studio.

INCIDENCE DES MESURES D'AIDE IMMÉDIATE

ÉDITION DE LIVRES

- Entre le 1^{er} mars et le 20 avril, 813 000 dollars ont été versés à des maisons d'édition, dont 330 000 dollars au titre d'investissements accélérés en dehors du calendrier de paiement habituel.

- Des certificats de crédit d'impôt d'une valeur totale de 560 000 dollars ont été délivrés à des maisons d'édition.

ÉDITION DE REVUES

- Entre le 1^{er} mars et le 20 avril, 287 000 dollars ont été versés à des éditeurs de revues, dont 215 000 dollars au titre d'investissements accélérés en dehors du calendrier de paiement habituel.

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

- Entre le 1^{er} mars et le 20 avril, 1,3 million de dollars ont été versés à des producteurs de films, dont 808 000 dollars au titre de versements accélérés en dehors du calendrier de paiement habituel.
- Des certificats de crédit d'impôt d'une valeur totale de 78,2 millions de dollars ont été délivrés à des entreprises du secteur du cinéma et de la télévision.

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

- Entre le 1^{er} mars et le 20 avril, 3 millions de dollars ont été versés à des entreprises du secteur des produits MIN, dont 940 000 dollars au titre d'investissements accélérés en dehors du calendrier de paiement habituel.
- Des certificats de crédit d'impôt d'une valeur totale de 11,1 millions de dollars ont été délivrés aux entreprises du secteur des produits MIN.

MUSIQUE

- Les investissements engagés depuis le 1^{er} janvier s'élèvent à 2,4 millions de dollars.
- Des versements d'un montant total de 1,5 million de dollars ont été effectués de manière accélérée.
- Plus de la moitié des 1,9 million de dollars engagés en faveur du secteur des concerts a été versée aux bénéficiaires 2019-2020 du Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) au plus tard en mai 2020.

AUTRES INITIATIVES

L'organisme a adapté ses services et ses événements de manière à pouvoir les offrir en ligne :

- **Prix littéraire Trillium** : Cette année, la cérémonie de remise des récompenses du Prix littéraire Trillium s'est déroulée intégralement en ligne, notamment sur Facebook Live. Les lectures d'auteurs, jusqu'ici en personne, ont été remplacées par des vidéos, et des entrevues en direct ont été organisées avec les lauréats. Entre la présélection et l'annonce des lauréats, l'organisme a produit 471 articles promotionnels, qui ont généré plus de 59 millions d'impressions.
- **Petits déjeuners Dialogue numérique** : La série de petits déjeuners d'Ontario Créatif s'est tenue en ligne et la programmation a été adaptée aux problématiques actuelles. Lors de la première séance, des créateurs de contenus de tous les secteurs ont passé en revue les stratégies permettant de commercialiser leurs contenus et de conquérir le public malgré les difficultés posées par la COVID-19. La deuxième séance a porté sur les stratégies de relance à plus long terme. Les deux séances comportaient chacune une activité de réseautage en ligne.
- **Achetez. Diffusez. Soutenez** : Après des mois de fermeture du marché, et face à l'annulation des manifestations et des festivals, les entreprises et les artistes ontariens doivent surmonter de grandes difficultés pour se remettre sur pied. *Achetez. Diffusez. Soutenez* est une campagne de publicité et de marketing en ligne visant à rehausser la notoriété des contenus conçus en Ontario et à susciter un sentiment de fierté à leur égard parmi les consommateurs. La campagne promeut des moyens faciles de soutenir et de consommer des contenus ontariens en ligne.
- **Music Together** : Ontario Créatif a participé à un partenariat à parts égales avec l'industrie pour aider des artistes à se produire dans une série de concerts en ligne, en toute sécurité, depuis leur domicile.

- **Festival de Cannes en ligne** : Ontario Créatif a collaboré avec la New Zealand Film Commission, Screen Australia, le British Film Institute, Screen Ireland et Screen Scotland dans le cadre de CoCréation, une initiative s’adressant à d’anciens bénéficiaires et comprenant des séances d’échange de renseignements entre entreprises et une table ronde.
- **TIFF en ligne** : Les travaux de planification sont en cours pour organiser en ligne le Forum sur le financement international (FFI) lors de l’édition du festival de cette année, assurer une programmation entièrement en ligne et tenir un « stand » ontarien dans le cadre de ce marché sectoriel virtuel.
- **Prêt pour l’action** : Ontario Créatif s’est associé à l’Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA) pour créer une ressource en ligne complète et lancer une campagne promotionnelle à l’appui de la reprise de l’industrie de la production en Ontario.
- L’organisme a également contribué aux travaux menés pour mieux comprendre les répercussions de la COVID-19 pour les différents secteurs et déterminer les leviers de la relance.
 - **Programme de veille stratégique** : Les examens des demandes et les décisions ont été accélérés afin que les bénéficiaires puissent rapidement commencer à mener leurs travaux de recherche sur la COVID-19. Ont notamment été financés les projets suivants : un sondage visant à évaluer l’impact de la COVID-19 sur le secteur des effets spéciaux et de l’animation informatiques; un projet destiné à examiner les expériences des femmes entrepreneures dans le domaine des produits MIN en Ontario pendant la pandémie; un projet consistant à créer des ressources pour aider les entreprises du secteur des produits MIN à exploiter des occasions d’affaires à l’étranger sans avoir à se déplacer.
 - **Comités consultatifs des industries** : Une série supplémentaire de réunions des comités consultatifs des industries a eu lieu, afin que les intervenants puissent directement faire part des répercussions de la pandémie sur leurs activités.
 - **Participation à des comités** : Le personnel de l’organisme a participé à plusieurs tables rondes et comités sectoriels au sujet de la pandémie et de la relance, notamment aux tables rondes ministérielles, à des assemblées publiques d’associations professionnelles, à un groupe de travail sur l’industrie de la production dans le cadre de la COVID-19, ainsi qu’à une table ronde de l’Office national du film.

MESURES DE RELANCE SECTORIELLE

Il est primordial de soutenir la relance des industries ontariennes de la création. La présente section aborde les mesures que l’organisme a prises ou prendra pour favoriser le relèvement au cours de l’exercice en cours. Ces mesures n’entraînent aucuns frais ou sont sans effet sur les coûts grâce au redéploiement des ressources existantes de l’organisme.

D’autres initiatives à court terme contribueraient grandement au redressement du secteur en 2020-2021, mais l’organisme n’est pas en mesure de les mettre en œuvre compte tenu du budget qui lui est alloué à l’heure actuelle. Elles s’appuient sur les recommandations en matière d’aide au redémarrage qui ont été formulées en collaboration avec des partenaires sectoriels et lors des tables rondes ministérielles. Elles exigeraient de modestes ressources supplémentaires et pourraient être fournies dans le cadre des programmes existants d’Ontario Créatif.

MESURES DE RELANCE POUR L’INDUSTRIE DU LIVRE

- **Mesures qui seront appliquées en 2020-2021** : Ontario Créatif mettra en œuvre le Fonds du livre en continuant d’accorder une certaine souplesse à l’égard des coûts liés à la COVID-19, notamment en couvrant davantage les coûts de fonctionnement. Compte tenu de l’extrême sollicitation du Fonds

du livre pour 2020-2021, Ontario Créatif ne sera pas en mesure de soutenir tous les projets d'un montant élevé. Pour soutenir des activités qui soient propices à la croissance du secteur et réalisables tout au long de la pandémie, l'organisme veillera, d'une part, à élargir la gamme des activités admissibles au titre du Fonds des livres canadiens pour les écoles en Ontario, afin d'inclure les initiatives de marketing menées pour promouvoir les bibliothèques scolaires et publiques et les librairies auprès des parents qui empruntent et achètent des ressources pédagogiques, et, d'autre part, à élargir l'éventail des activités admissibles au titre du Programme de soutien aux tournées d'auteurs ontariens pour inclure les activités de marketing directes et les manifestations en ligne faisant la promotion des titres publiés en Ontario.

- **À envisager pour 2020-2021** : Sous réserve de la mise à disposition de crédits supplémentaires, l'organisme pourrait atténuer les pertes de recettes irrécupérables et augmenter les liquidités des maisons d'édition. À ce titre, il pourrait soutenir la planification et la mise en œuvre d'activités et d'initiatives de marketing visant la vente directe de livres aux consommateurs et la création d'incitations promotionnelles pour les achats en librairie, aider davantage les maisons d'édition à reprendre leurs activités commerciales à l'étranger, ainsi qu'accroître la capacité du Fonds du livre à contribuer aux activités de relèvement prioritaires des maisons d'édition.
- L'organisme pourrait rechercher, planifier et mettre en œuvre des mesures d'aide à plus long terme à l'appui d'une croissance exponentielle de l'industrie, en appliquant des stratégies d'atténuation, notamment des stratégies de marketing innovantes, et en élaborant différents volets de contenu numérique diversifiés.
- L'édition 2020 de la Foire du livre de Francfort, le plus grand salon du monde dans le secteur du livre, a été reporté à 2021 en raison des restrictions visant les voyages et les rassemblements. Comme cela avait été prévu pour 2020, le Canada sera l'invité d'honneur à Francfort en 2021. Pour l'édition 2021, Ontario Créatif assurera aux maisons d'édition ontariennes des occasions de vente et de développement de l'industrie.
- L'organisme a également formulé des propositions visant les crédits d'impôt, afin qu'un plus grand nombre de maisons d'édition aient facilement accès aux crédits d'impôt, à l'appui de leurs efforts de relèvement à court et à long terme.
- L'organisme pourrait collaborer avec le MIPSTC et le ministère des Finances (MFO) pour mettre en place des propositions visant à modifier ou à lever certaines conditions d'admissibilité susceptibles d'entraver l'accès aux crédits d'impôt pendant la crise liée à la COVID-19.
- L'organisme pourrait mettre en œuvre des propositions de modernisation supplémentaires et, notamment, supprimer certaines exigences (comme l'obligation d'imprimer les livres) pour refléter la « nouvelle normalité » ou les pratiques de consommation et de distribution.

MESURES DE RELANCE POUR L'INDUSTRIE DE L'ÉDITION DE REVUES

- **Mesures qui seront appliquées en 2020-2021** : Ontario Créatif mettra en œuvre le Fonds d'aide aux éditeurs de revues en continuant d'accorder une certaine souplesse à l'égard des coûts liés à la COVID-19, notamment en couvrant davantage les coûts de fonctionnement. Compte tenu de l'extrême sollicitation du Fonds d'aide aux éditeurs de revues pour 2020-2021, Ontario Créatif ne sera pas en mesure de soutenir tous les projets d'un montant élevé. Pour soutenir des initiatives qui soient propices à la croissance du secteur et réalisables tout au long de la pandémie, Ontario Créatif élargira la gamme des activités admissibles au titre du soutien stratégique au développement des activités à l'étranger, de manière à inclure des initiatives numériques transnationales destinées à accroître le public des revues.

- **À envisager pour 2020-2021** : Sous réserve de la mise à disposition de crédits supplémentaires, l'organisme pourrait atténuer les pertes de recettes irrécupérables et augmenter les liquidités en soutenant davantage la planification et la mise en œuvre d'activités de marketing innovantes (manifestations en ligne, plateformes numériques, balados, vidéos, webinaires, études en vue de la création de pistes d'affaires) et d'offres promotionnelles pour générer de nouveaux abonnements. Les crédits mis à disposition serviraient à élaborer des stratégies innovantes pour faire des éditeurs de revues ontariens de véritables chefs de file de l'industrie, grâce à des contenus accessibles et pertinents sur support papier, en personne et en version numérique, et à renforcer la capacité du Fonds d'aide aux éditeurs de revues à soutenir les priorités des éditeurs dans le cadre de la relance de leurs activités.

MESURES DE RELANCE POUR L'INDUSTRIE DE LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

- **Mesures qui seront appliquées en 2020-2021** : Ontario Créatif mettra en œuvre le Fonds pour la production cinématographique et le Fonds pour l'exportation en continuant d'accorder une certaine souplesse en raison des effets de la COVID-19 et en apportant un soutien accru aux activités de développement. Compte tenu de l'extrême sollicitation du Fonds pour la production cinématographique en 2020, Ontario Créatif ne sera pas en mesure de soutenir tous les projets d'un montant élevé. Pour soutenir des initiatives qui soient propices à la croissance du secteur et réalisables tout au long de la pandémie, l'organisme a mis en œuvre une version mise à jour et élargie du volet Développement du Fonds pour la production cinématographique, assure un suivi continu de la faisabilité des productions cinématographiques tout en faisant preuve de souplesse à l'égard des dates de livraison des projets déjà engagés, et a élargi la gamme d'activités admissibles au titre du soutien stratégique au développement des activités à l'étranger de manière à inclure des initiatives numériques transnationales qui facilitent la coproduction et les partenariats commerciaux.
- L'organisme promouvra activement l'Ontario comme une destination sûre pour le redémarrage des activités de production, en mettant l'accent sur les solides compétences des équipes techniques, des créateurs et des interprètes locaux, en vue de réduire le recours aux déplacements transfrontaliers et d'accroître les possibilités d'emploi pour la population active de la province.
- **À envisager pour 2020-2021** : En cas de mise à disposition de crédits supplémentaires, l'organisme pourrait accroître ses investissements dans les activités de développement de contenu et de production pour atténuer la hausse des coûts due aux mesures de précaution contre la COVID-19.
- L'organisme pourrait rechercher, planifier et mettre en œuvre des stratégies à long terme pour augmenter le volume de production régionale et améliorer les possibilités économiques et d'emploi dans toute la province.
- L'organisme pourrait collaborer avec le MIPSTC et le MFO pour mettre en place des propositions visant à modifier ou à lever certaines conditions d'admissibilité susceptibles d'entraver l'accès aux crédits d'impôt pendant la crise liée à la COVID-19.
- L'organisme pourrait mettre en œuvre des propositions de modernisation supplémentaires et, notamment, supprimer certaines exigences pour refléter la « nouvelle normalité » ou les pratiques de consommation et de distribution.

MESURES DE RELANCE POUR L'INDUSTRIE DES PRODUITS MIN

- **Mesures qui seront appliquées en 2020-2021** : Ontario Créatif mettra en œuvre le Fonds pour les produits MIN en continuant d'accorder une certaine souplesse à l'égard des coûts liés à la COVID-19, notamment en couvrant davantage les coûts de fonctionnement. Compte tenu de l'extrême

sollicitation du Fonds pour les produits MIN pour 2020-2021, Ontario Créatif ne sera pas en mesure de soutenir tous les projets d'un montant élevé. L'organisme adaptera le Programme de développement des marchés internationaux pour soutenir des activités de développement commercial à l'étranger en ligne ou autrement modifiés.

- **À envisager pour 2020-2021** : Sous réserve de la mise à disposition de crédits supplémentaires, l'organisme pourrait accroître le nombre de projets de production soutenus par le Fonds pour les produits MIN, et investir dans des activités de marketing et d'animation de communauté pour rehausser le positionnement des projets ontariens sur le marché numérique. Le renforcement du soutien destiné à des contenus numériques innovants entraînerait une hausse du nombre de partenariats et d'occasions commerciales sur les marchés internationaux, ainsi qu'une augmentation des investissements privés en faveur des entreprises et des projets ontariens.
- L'organisme pourrait rechercher, planifier et mettre en œuvre des moyens de pérenniser la croissance de l'industrie et, comme de besoin, adapter les recommandations issues de l'évaluation du Fonds pour les produits MIN de 2020-2021 en vue d'une meilleure administration du programme.
- L'organisme pourrait collaborer avec le MIPSTC et le MFO pour mettre en place, d'une part, des propositions visant à modifier ou à lever temporairement certaines conditions d'admissibilité susceptibles d'entraver l'accès de certaines entreprises du secteur des produits MIN à un crédit d'impôt pendant la crise liée à la COVID-19 et, d'autre part, des propositions visant à réduire les formalités administratives et à moderniser le crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN).

MESURES DE RELANCE POUR L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

- **Mesures qui seront appliquées en 2020-2021** : Ontario Créatif mettra en œuvre le nouveau Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM) en continuant d'accorder une certaine souplesse compte tenu des effets de la COVID-19, notamment à l'égard des éléments du secteur frappés de plein fouet. Comme le FOIIM devrait être extrêmement sollicité en 2020-2021, Ontario Créatif pourrait ne pas être en mesure de soutenir certaines entreprises à potentiel élevé. Pour soutenir des initiatives qui soient propices à la croissance du secteur et réalisables tout au long de la pandémie, Ontario Créatif ajustera les enveloppes budgétaires des différents volets du programme et élargira l'éventail des activités admissibles pour favoriser la mise en œuvre des priorités commerciales dans le cadre des restrictions sanitaires en cours.
- L'organisme propose d'octroyer des financements d'urgence pour atténuer les pertes de recettes dévastatrices découlant de l'annulation ou du report des tournées, des concerts, des festivals et d'autres manifestations musicales. Sont notamment visées les activités de financement suivantes : une enveloppe dédiée à la promotion des concerts pour faciliter la transition vers des concerts respectant la distance physique; un soutien transitoire pour les agents artistiques et les artistes-entrepreneurs (nouvellement considérés comme non admissibles) et pour les imprésarios (admissibilité réduite); un soutien à l'industrie des concerts pour la recherche et l'identification de nouveaux modèles opérationnels.
- À court terme, l'organisme pourrait continuer de faire preuve de souplesse dans le cadre du FOIIM, pour tenir compte des restrictions liées aux déplacements et aux règles de distance physique, pour autoriser d'autres types de dépenses et pour couvrir, dans le cadre du budget en cours, les coûts liés à la transition vers des marchés en ligne ou des modes de prestation novateurs.
- Par ailleurs, l'organisme mettra en œuvre la campagne publicitaire *Achetez. Diffusez. Soutenez*, pour sensibiliser le public aux contenus conçus en Ontario et disponibles sur le marché, dans le but

d'atténuer le recul des ventes de supports physiques et de musique en continu et les pertes de recettes des concerts.

- **À envisager pour 2020-2021** : Sous réserve de la mise à disposition de crédits supplémentaires, Ontario Créatif pourrait octroyer des financements accrus pour encourager la reprise progressive des concerts, la réouverture des marchés et d'autres activités visant à positionner les sociétés ontariennes parmi les chefs de file mondiaux du secteur de la musique. Il s'agirait de soutenir, par exemple, les activités de marketing visant de nouveaux modèles potentiels de concerts, les célébrations post-COVID-19, les nouveaux modèles de spectacles physiques ou en ligne, ou encore les activités traditionnelles d'enregistrement et d'édition.
- Par ailleurs, l'organisme pourrait élargir le financement aux segments de l'écosystème musical qui ne sont plus admissibles compte tenu des paramètres du nouveau FOIIM, par exemple en accordant un soutien transitoire aux agents artistiques et aux artistes-entrepreneurs (nouvellement considérés comme non admissibles au FOIIM) et aux imprésarios (admissibilité réduite au FOIIM).
- L'organisme pourrait également mettre en œuvre de nouvelles mesures pour assurer la viabilité et la croissance continues de l'industrie de la musique, notamment en finançant la recherche de nouveaux modèles d'affaires et de revenus, et en affectant un financement dédié aux sociétés de musique et aux organisations sectorielles à fort potentiel mettant en valeur des personnes autochtones, noires et de couleur.

RECONSTRUCTION

Pour que les industries ontariennes de la création sortent de la pandémie en position de force, il sera nécessaire d'appuyer la reconstruction à long terme du secteur. On trouvera dans la présente section quelques idées pour reconstruire et renforcer les entreprises de la création de la province. Dans certains cas, ces initiatives nécessiteront l'appui de l'ensemble du gouvernement ou de partenaires du secteur privé, mais en fin de compte, elles apporteront des avantages importants à la province et contribueront à la stabilité à long terme des industries ontariennes de la création.

L'accès à des capitaux demeure essentiel à la survie et à la reconstruction des industries ontariennes de la création. Mieux les entreprises seront capitalisées, plus elles seront capables de concevoir des créations originales, ce qui favorisera l'activité économique et l'emploi en Ontario. Soutenir la création de contenus reflétant la diversité est également la clé de la réussite et de la vigueur économique de demain. Cette section porte principalement sur les moyens de faciliter l'accès au capital, de garantir la position concurrentielle de l'Ontario, et d'encourager la création et la production de contenus par des groupes sous-représentés.

FINANCEMENT PERMANENT POUR LA VIABILITÉ

- Dans une optique de viabilité et de relance réussie, les entreprises ontariennes de la création doivent avoir accès à des capitaux pour rester opérationnelles, investir dans le développement de contenus et s'adapter aux nouvelles réalités imposées par la COVID-19. Les tables rondes ministérielles ont permis de recenser plusieurs outils et stratégies spécifiques à cet égard. Si des crédits supplémentaires sont disponibles à cette fin, des financements pourraient être distribués dans le cadre des fonds et des mécanismes de soutien actuels d'Ontario Créatif, afin de réduire la complexité et la charge administrative supplémentaire. D'après les discussions tenues lors des tables rondes ministérielles organisées au printemps et en été, une enveloppe de 20 millions de

dollars par année sur trois ans permettrait aux entreprises ontariennes de survivre et de prospérer après la pandémie.

PROGRAMMES NOUVEAUX/AMÉLIORÉS VISANT À RÉTABLIR LES AVANTAGES CONCURRENTIELS DES INDUSTRIES ET ENTREPRISES ONTARIENNES DE LA CRÉATION

- Compte tenu de la grande valeur ajoutée d'une vigoureuse économie de la création, de nombreux pays et régions ont mis en place des mesures d'incitation concurrentielles pour développer et attirer des entreprises. L'Ontario pourrait envisager d'examiner et de moderniser ses mesures d'incitation afin de s'imposer comme un chef de file parmi les pôles économiques de la création. Voici quelques exemples à cet égard :
 - **Crédits d'impôt :**
 - Moderniser grandement les crédits d'impôt pour refléter l'environnement actuel (par exemple, supprimer les exigences relatives à une licence de radiodiffusion ou une entente de distribution traditionnelle, lorsque les services de diffusion en continu sont florissants et que les cinémas sont susceptibles de rester fermés durablement en raison des restrictions sanitaires).
 - Veiller à ce que les taux et les activités admissibles soient comparables ou supérieurs à ceux d'autres destinations.
 - Établir de nouvelles activités admissibles pour élargir la chaîne de valeur, afin de stimuler le développement économique et d'attirer un plus grand nombre d'emplois (par exemple, enregistrer la bande originale d'un film ou d'un jeu vidéo en Ontario).
 - **Soutien aux initiatives vertes :**
 - Offrir des services de production cinématographique et télévisuelle qui soient durables et respectueux de l'environnement, pour attirer des producteurs qui se soucient activement des questions sociales et environnementales et aider les entreprises à remplir leurs mandats en matière de responsabilité sociale.
 - **Initiatives de promotion de la diversité et de l'inclusion :**
 - Les industries de la création présentent des récits ontariens à l'Ontario et au monde entier. En Ontario, une personne sur deux de la génération Z pense que l'industrie ne reflète toujours pas suffisamment la diversité du public. Les personnes de couleur représentent 37 % de la génération Z et, d'ici à 2031, près de la moitié (46 %) des Canadiennes et Canadiens d'au moins 15 ans devraient être nés à l'étranger ou avoir au moins un parent né à l'étranger (Recensement du Canada). Les publics sont multiculturels et veulent des contenus créés par et pour un monde diversifié.
 - Envisager d'intégrer, dans la législation sur les crédits d'impôt, une prime pour les produits fabriqués par des équipes issues de la diversité.
 - Prévoir un financement supplémentaire dans le cadre du programme de promotion de la diversité ou d'autres mécanismes, notamment pour soutenir les contenus créés par des équipes issues de la diversité, en favorisant l'établissement de partenariats d'investissement/de financement avec des organismes reflétant la diversité, et en encourageant les activités de développement commercial et de renforcement des capacités menées par des organisations professionnelles.
 - Favoriser les activités de perfectionnement de la main-d'œuvre et les parcours professionnels dans les industries de la création pour les groupes sous-représentés.
 - Dans le secteur des produits MIN, faciliter la mise en relation des créateurs de contenus issus de groupes sous-représentés avec des sociétés de capital-risque ou d'autres sources de financement du secteur privé, en organisant une manifestation semblable à

De la page de l'écran, où des entreprises ontariennes pourraient présenter à des bailleurs de fonds privés les produits qu'elles développent. Établir des mesures d'incitation à l'investissement en capital-risque en faveur de ces entreprises et de leurs produits.

- Privilégier et avantager des projets conçus par des créateurs issus de la diversité et proposant des contenus reflétant la diversité, en intégrant la diversité dans la matrice d'évaluation de tous les programmes, en assurant une représentation équilibrée dans les jurys, les groupes d'étude et les programmes, en mettant en valeur le succès des créateurs et entreprises diversifiés, et en établissant de nouvelles stratégies de perfectionnement de la main-d'œuvre et de sensibilisation auprès des créateurs autochtones, noirs, de couleur, LGBTQ2S+ et handicapés.

SOUTIEN AU PERFECTIONNEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

- Le secteur culturel crée 65 000 emplois en Ontario. À mesure que l'Ontario sort de la crise liée à la COVID-19 et que le travail reprend plus tôt que dans d'autres territoires (notamment les États-Unis), les entreprises ontariennes de la création auront accès à de vastes possibilités de croissance, mais une main-d'œuvre qualifiée doit être disponible pour les saisir et les exploiter.
- Bien que cela ne soit pas au cœur de son mandat, Ontario Créatif a la possibilité de jouer un plus grand rôle pour soutenir des initiatives de formation impulsées par l'industrie, pour s'associer à des établissements d'enseignement en vue de doter les étudiantes et étudiants des compétences requises par l'industrie, et pour définir des cheminements de carrière dans l'ensemble des métiers de la création de contenus. Certains de ces travaux sont déjà en cours au Bureau du cinéma.

PROGRAMMES DE PRÊT ET DE GARANTIE DE PRÊT

- Les sociétés cinématographiques et télévisuelles bien établies ont souvent recours à des emprunts auprès d'établissements financiers traditionnels. La donne est différente pour les autres entreprises ontariennes de la création, qui sont souvent exclues des mécanismes d'emprunt traditionnels. En effet, les entreprises et les montants à emprunter sont parfois plus modestes (et moins attrayants pour les établissements financiers) ou les modèles d'affaires peuvent être moins bien compris par les banques (si bien que les investissements peuvent sembler plus risqués). Les garanties de prêts financées par le gouvernement sont un mécanisme de financement largement utilisé dans le monde (y compris en Ontario). Grâce à une garantie de prêt destinée aux industries ontariennes de la création, les petites entreprises pourraient bénéficier de prêts à terme ou de marges de crédit pour croître et se développer. Le prêteur obtiendrait la sûreté nécessaire, sous la forme d'une garantie partielle émanant du gouvernement, en vue d'approuver le prêt ou la marge de crédit en question. Bien que difficile à mettre en place, un tel programme apporterait un soutien utile aux entreprises ontariennes incapables d'accéder aux prêts traditionnels. Cette injection de capitaux viendrait consolider les efforts de relance des entreprises à court et à long terme.
- Tandis que certaines entreprises ont du mal à obtenir un prêt auprès d'un établissement financier classique parce que le montant modeste dont elles ont besoin peut ne pas être lucratif pour une banque, les entreprises qui peuvent recourir à des emprunts traditionnels doivent souvent payer des intérêts extrêmement élevés en attendant de recevoir leur crédit d'impôt. Bien qu'Ontario Créatif s'efforce de résorber l'arriéré des demandes de crédit d'impôt, un programme de prêts du gouvernement pourrait résoudre ces deux problèmes, grâce à l'octroi de prêts aux petites entreprises traditionnellement moins attrayantes et à l'application généralisée de taux d'intérêt plus raisonnables. Dans un tel scénario, c'est le gouvernement lui-même qui serait le prêteur. Au fil du temps, les intérêts perçus sur les fonds empruntés pourraient être réinvestis dans le secteur de la

création, ce qui réduirait la contribution globale du gouvernement et permettrait d'optimiser les investissements de la province.

AUTRES MODIFICATIONS APPORTÉES AUX PROGRAMMES ET AUX INITIATIVES

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

- Depuis la présentation du plan d'activités initial pour 2020-2021, Ontario Créatif a lancé le Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM). Le FOIIM vise à fournir des investissements ciblés pour le développement économique de l'industrie musicale dynamique et diversifiée de la province.

Objectifs du programme :

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

Principaux buts du programme :

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

Volets du programme :

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

Création musicale

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

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

Initiatives pour l'industrie de la musique

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

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

Promotion des concerts

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

- Les promoteurs et les diffuseurs de concerts sont admissibles.

AUTRES MODIFICATIONS

Comité consultatif de l'initiative Écran vert Ontario :

- Avant la pandémie, les niveaux de production cinématographique et télévisuelle en Ontario augmentaient régulièrement. L'année 2019 a été une année record à cet égard et les infrastructures des studios devaient doubler dans les années à venir. Bien que la pandémie ait temporairement interrompu les activités de production, le relèvement rapide de l'Ontario rehausse l'attrait de la province comme futur lieu de tournage.
- L'industrie cinématographique de l'Ontario doit se doter d'un plan de durabilité pour réduire les émissions mondiales de gaz à effet de serre et consolider la position concurrentielle de l'Ontario, étant donné que les équipes de production mondiales sont de plus en plus à la recherche de lieux de tournage respectueux de l'environnement.
- Le Comité consultatif de l'initiative Écran vert Ontario sera coprésidé par le ou la chef des productions cinématographiques d'Ontario Créatif et un coprésident ou une coprésidente de l'industrie. Les coprésidents travailleront en collaboration avec un comité de partenaires pour prioriser et mettre en œuvre des initiatives visant à établir les outils nécessaires pour que l'industrie cinématographique de l'Ontario ait les moyens d'intégrer et de mettre à l'échelle les meilleures pratiques pour la protection de l'environnement.

Report de l'étude sur les effectifs :

- Une étude interne sur la main-d'œuvre des industries de la création est reportée à l'année prochaine, lorsque les effets à long terme de la COVID-19 seront plus clairs.

RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

- Avant la COVID-19, le plan d'activités d'Ontario Créatif représentait un statu quo budgétaire et ne sollicitait aucune augmentation des ressources financières ou humaines à l'égard de programmes et de services. En conséquence directe de la COVID-19, l'organisme prévoit un manque à gagner en frais d'administration des crédits d'impôt et en revenus de placements d'un montant total de 1,7 million de dollars. Après avoir réaffecté certaines dépenses compte tenu des coûts imprévus et de la révision de la priorité des programmes dans le contexte de la COVID-19, Ontario Créatif a recensé des économies nettes de 274 000 dollars pour compenser en partie le manque à gagner. Toutefois, l'organisme prévoit toujours un déficit de 1,4 million de dollars en 2020-2021.
- Cet addenda présente les programmes et les services qui ont été adaptés pour apporter une aide aux industries ontariennes de la création et favoriser leur relance dans les limites du budget et de la capacité actuels de l'organisme. Bien que le soutien apporté par l'organisme soit essentiel pour accompagner les entreprises ontariennes pendant la pandémie, un soutien accru de la part de la province permettrait d'intensifier les efforts de relèvement.
- C'est pour cette raison que le présent addenda décrit également une série d'investissements, étayés par l'industrie et les travaux accomplis par les tables rondes ministérielles, qu'il convient d'envisager

pour consolider les mesures de relance dans les six secteurs. Bien que l'organisme ait la capacité d'offrir ce soutien, il ne dispose pas d'un budget suffisant.

- Enfin, cet addenda expose quelques initiatives générales qui, bien qu'elles ne relèvent pas du budget d'Ontario Créatif ou des paramètres de programme actuels, contribueraient grandement à la reconstruction et à la pérennité des industries provinciales de la création. Ontario Créatif serait ravi d'appuyer ou de piloter toute action gouvernementale destinée à mettre en œuvre des projets novateurs, comme des programmes de garantie de prêt, un soutien accru aux groupes sous-représentés ou encore un incitatif aux investissements de capital-risque à l'appui de la reconstruction des industries de la création.
- Le manque d'accès à l'assurance continue d'entraver sensiblement l'aptitude de la province à conserver ses activités de production cinématographique et télévisuelle. Actuellement, les compagnies d'assurance n'émettent pas de contrats couvrant les maladies transmissibles. Alors que l'Ontario rouvre son économie, et que les productions cinématographiques et télévisuelles et les concerts reprennent, les nouvelles productions ne peuvent pas se faire sans une assurance adéquate. Certes, le gouvernement fédéral a récemment annoncé la création d'un Fonds d'indemnisation à court terme pour les productions audiovisuelles canadiennes, lequel abordera les questions d'assurance, mais les détails connexes ne sont pas connus pour l'instant. De plus, il sera nécessaire d'évaluer si les besoins des sociétés de production ontariennes sont entièrement satisfaits avec cette solution, s'il faut aussi établir une stratégie impulsée par l'Ontario pour maintenir la position concurrentielle de la province comme destination de premier plan pour la production cinématographique et télévisuelle, ou bien si la province pourrait compléter le soutien fédéral aux projets ontariens, de manière à réduire la complexité administrative liée à l'établissement d'une solution unique. En septembre, l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) a publié les résultats de deux sondages, qui montrent que 214 projets prêts à être tournés, soit l'équivalent de 1,09 milliard de dollars en dépenses de production potentielles, sont bloqués partout au pays. Toujours d'après ces sondages, 121 productions sont en péril, ce qui représente 842,2 millions de dollars et 12 207 emplois. Les sondages ont été menés entre le 31 août et le 9 septembre⁸¹. Les gouvernements des deux autres centres de production majeurs du Canada (la Colombie-Britannique et le Québec) ont adopté des solutions à l'échelle provinciale. Le Québec a établi un programme d'aide de 51 millions de dollars axé sur les questions d'assurance, tandis que la Colombie-Britannique a promulgué un règlement destiné à assurer une protection contre les actions en responsabilité civile pour des dommages liés à la COVID-19. En Ontario, il y a lieu d'adopter un outil d'ampleur pour garantir la relance et le maintien de l'activité dans le secteur de la production au fur et à mesure de la sortie de crise, ainsi que pour favoriser une croissance continue.
- Les membres du conseil d'administration d'Ontario Créatif, qui sont nommés par le lieutenant-gouverneur ou la lieutenante-gouverneure en conseil, jouent un rôle important pour guider efficacement les orientations stratégiques de l'organisme et répondre aux besoins opérationnels. Si le conseil d'administration peut compter jusqu'à 17 membres, il n'en compte actuellement que sept. Cette situation rend difficile la constitution de comités et impose une lourde charge de travail aux membres existants. La nomination de membres supplémentaires, dont les compétences et

⁸¹ Playback, « [Producers fear they could lose entire 2020 slate if insurance solution doesn't arrive soon](#) », septembre 2020.

l'expertise viendraient compléter celles des membres actuels, est essentielle pour garantir une bonne gouvernance et une orientation adéquate. Une matrice des compétences du conseil d'administration a été établie pour étayer la procédure de nomination.

STRATÉGIES D'IDENTIFICATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES

La COVID-19 fait peser des risques nouveaux et inattendus sur l'organisme et les industries de la création. Les paragraphes qui suivent abordent les nouveaux risques de niveau moyen et élevé et présentent les stratégies d'atténuation correspondantes.

INSUFFISANCE DES FONDS (RISQUE ÉLEVÉ)

- Face aux interruptions de travail et aux lourdes pertes de recettes dues à la COVID-19, de nombreuses entreprises ontariennes du secteur de la création se tournent vers Ontario Créatif pour obtenir de l'aide. Or, il est possible qu'Ontario Créatif ne dispose pas d'un financement suffisant pour les soutenir.
- Du fait de la pandémie, les programmes de financement sélectifs d'Ontario Créatif sont bien plus sollicités qu'à l'accoutumée. Les enveloppes actuellement prévues dans le cadre des programmes ne seront pas suffisamment conséquentes pour appuyer les activités essentielles d'exploitation, de marketing et de développement de contenus.
- Ontario Créatif a mis en œuvre plusieurs stratégies pour avancer les versements jalonnés, accorder une certaine souplesse aux bénéficiaires de subventions et accélérer le traitement des crédits d'impôt afin d'octroyer un soutien rapide aux clients. Compte tenu de l'ampleur des effets de la pandémie, à moins que des crédits supplémentaires ne soient mis à disposition, l'organisme ne sera pas en mesure d'apporter un soutien suffisant à toutes les entreprises qui en ont besoin.

ÉVOLUTION DES BESOINS EN MATIÈRE DE PROGRAMME ET DE SERVICE (RISQUE ÉLEVÉ)

- Les programmes et les services actuels d'Ontario Créatif peuvent devoir faire l'objet de modifications, car il est possible qu'ils n'apportent pas le type de soutien dont les entreprises ont le plus besoin dans le contexte de la pandémie.
- En raison des restrictions sanitaires liées à la COVID-19, lesquelles se sont traduites par l'annulation des concerts, des tournages et des manifestations sectorielles, ainsi que par la fermeture temporaire de nombreuses entreprises, les clients et les acteurs de l'industrie ont dû réorienter leurs modèles d'affaires.
- Ontario Créatif a réussi à s'adapter rapidement à la situation, en octroyant une certaine souplesse quant aux dates de livraison des produits ou manifestations ayant dû être reportés, en appuyant la réorientation des activités annulées, en prenant en charge les coûts non remboursables et en soutenant les initiatives sectorielles urgentes face à la COVID-19. Les programmes continueront d'évoluer en fonction des besoins.
- Ontario Créatif continue de proposer et d'élaborer des stratégies à moyen et à long terme pour stimuler la reprise et la viabilité des secteurs de la création.

MANQUE DE CONTRÔLE SUR LES FACTEURS DE LA RELANCE (RISQUE ÉLEVÉ)

- Bien que l'organisme ait rapidement adapté ses programmes et ses services compte tenu de la crise économique actuelle provoquée par la pandémie, certains facteurs demeurent

incontrôlables, tels qu'une deuxième vague épidémique et l'imposition de nouvelles restrictions susceptibles de compromettre les plans de relance et de reconstruction du secteur.

- Ontario Créatif devra rester agile pour modifier les dates de livraison des manifestations ou des produits qui pourraient devoir être reportés, appuyer la réorientation des activités annulées, prendre en charge les coûts non remboursables et soutenir la mise en place d'initiatives sectorielles urgentes face à de nouvelles fermetures et restrictions liées à la COVID-19.
- Dans le secteur du cinéma, les bénéficiaires des investissements d'Ontario Créatif peuvent être incapables de commencer la production tant qu'une solution d'assurance n'aura pas été mise en place. Comme les assureurs ont exclu de leurs contrats les coûts liés à la pandémie, toute éclosion sur le plateau pourrait entraîner des pertes de fonds irrécupérables et l'arrêt de la production.
- L'organisme devra poursuivre ses discussions avec les ministères, les associations industrielles et les entreprises pour atténuer les répercussions économiques découlant des restrictions causées par la pandémie mondiale et faire face à toute récession imprévisible due à d'éventuelles fermetures.

INCAPACITÉ DES AUTEURS DE DEMANDE À REMPLIR LES CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ AUX CRÉDITS D'IMPÔT (RISQUE ÉLEVÉ)

- En raison des restrictions liées à la pandémie, les auteurs de demande peuvent ne pas être en mesure de remplir les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt.
- Contraintes de cesser leurs activités en raison de la crise sanitaire, les sociétés de production peuvent avoir du mal à satisfaire à certaines exigences, comme le démarrage des principaux travaux de prise de vues, avant de soumettre une demande.
- Cette situation pourrait compromettre la capacité de l'Ontario à demeurer une destination majeure pour la production cinématographique et télévisuelle une fois que les restrictions seront assouplies.
- L'organisme a déjà conclu un accord avec l'Agence du revenu du Canada (ARC) pour permettre l'envoi d'un avis électronique de délivrance des certificats, sans qu'il soit nécessaire de délivrer des certificats sur papier, de manière à acheminer les fonds plus rapidement vers les entreprises qui en ont besoin.
- Le versement des frais d'administration des crédits d'impôt est reporté en cas de besoin, afin que les examens se poursuivent et que les certificats soient délivrés sans paiement anticipé des frais.
- Grâce au concours du MIPSTC et du MFO, les demandes de crédit d'impôt sont traitées avec célérité, à la faveur d'une simplification des procédures et d'un traitement accéléré en fonction de l'évaluation des risques.
- Au premier trimestre 2020-2021, Ontario Créatif a délivré des certificats de crédit d'impôt d'une valeur estimée à 240 millions de dollars à des entreprises des secteurs du cinéma, de la télévision, de l'édition de livres et des produits MIN.
- Des changements législatifs pourraient s'avérer nécessaires, par exemple pour faire en sorte que les demandes puissent être transmises avant les principaux travaux de prise de vues, compte tenu des nouvelles réalités induites par la pandémie. D'autres propositions de modernisation et de modification des crédits d'impôt ont été formulées au MIPSTC et au MFO, afin que les demandeurs puissent répondre aux exigences dans le contexte de la COVID-19.

CAPACITÉ D'AUTRES DESTINATIONS À SE RELEVER PLUS TÔT OU À APPORTER UN MEILLEUR SOUTIEN (RISQUE ÉLEVÉ)

- Toute destination capable de reprendre plus vite les manifestations physiques ou de renvoyer plus tôt les professionnels de la production sur les plateaux et en studio peut avoir un avantage concurrentiel sur l'Ontario. De plus, les destinations qui offrent de meilleures mesures de soutien et d'incitation peuvent encourager certaines productions à quitter l'Ontario pour bénéficier ailleurs de conditions plus favorables ou plus sûres.
- Le Bureau du cinéma s'emploie à fournir au secteur du cinéma et de la télévision tous les renseignements et les outils nécessaires pour reprendre le travail sur les plateaux. À ce titre, l'organisme a stratégiquement établi la campagne *Prêt pour l'action*, qui comprend :
 - un site Web comportant des ressources à jour sur les protocoles de santé et de sécurité, des renseignements clés sur les extérieurs et les studios (notamment les propriétés nouvellement disponibles), les restrictions liées aux voyages à l'étranger, les mesures d'aide gouvernementales et les services du Bureau du cinéma
 - une campagne de marketing cadrant avec l'étape 2 du déconfinement, qui présente l'Ontario comme une destination ouverte aux affaires et qui met en valeur l'étendue des talents et des services offerts par la province
- L'organisme travaille également avec des partenaires gouvernementaux et sectoriels à la mise au point d'outils et de directives pour une réouverture en toute sécurité. Dans la mesure du possible, l'organisme soutient également l'organisation de concerts en ligne ou par d'autres moyens.

IMPOSSIBILITÉ D'EXPLORER DES OCCASIONS D'EXPORTATION (RISQUE ÉLEVÉ)

- En raison des restrictions sanitaires, de nombreux salons de l'industrie sont annulés ou reportés. Les entreprises ontariennes qui dépendent de ces marchés peuvent avoir des difficultés à obtenir des financements, à nouer des partenariats et à développer leurs publics et leurs ventes à l'exportation.
- L'organisme continue d'accompagner les producteurs de contenus de l'Ontario en appuyant les activités de développement à l'étranger et en modifiant ses programmes pour soutenir de nouvelles activités, comme l'organisation d'événements en ligne et d'autres modifications apportées par les créateurs à leur modèle d'affaires. Des dates supplémentaires ont également été prévues dans le cadre des programmes, pour permettre aux entreprises d'accéder à des liquidités plus rapidement et ainsi de survivre une fois que les restrictions seront levées.

PÉNURIES DE STUDIOS (RISQUE ÉLEVÉ)

- L'Ontario avait déjà atteint sa capacité maximale en termes d'espace de studio et d'équipes techniques avant l'interruption des productions du fait de la COVID-19. Étant donné le redémarrage complet des projets, le rattrapage des projets prévus pour la période d'avril à août et l'arrivée de productions séduites par le potentiel de l'Ontario, il devrait y avoir un engorgement d'activités et les studios devraient être plus sollicités qu'à l'accoutumée.
- Si les studios spécialisés n'ont pas une capacité d'accueil suffisante, les productions cinématographiques et télévisuelles pourraient être délocalisées et, une fois que les déplacements transfrontaliers seront de nouveau possibles, les studios actuels pourraient être trop coûteux pour les productions nationales.
- Une pénurie de studios spécialisés constitue le principal obstacle à l'accueil de superproductions de qualité dans la province et pourrait entraîner une perte d'emplois et de PIB.

- Les studios du secteur privé ont annoncé la construction de plus de 1,2 million de pieds carrés de plateaux de tournage dans la région du grand Toronto et de Hamilton et à Ottawa, afin d'accroître l'infrastructure disponible dans la province.
- Toutefois, les travaux de construction ont été interrompus pendant la crise liée à la COVID-19, ce qui retardera la mise à disposition de ces nouveaux studios. Même si une partie de cet espace devient opérationnelle en 2021, elle pourrait être en deçà des demandes de l'industrie.
- En raison des mesures de santé et de sécurité liées à la COVID-19, il sera primordial de proposer des plateaux de tournage de grande superficie. Les studios offrent un environnement plus contrôlable, ce qui facilite le respect des protocoles de sécurité.
- Le Bureau du cinéma d'Ontario Créatif a commencé à mettre en œuvre des stratégies afin que les acteurs du milieu du cinéma et de la télévision puissent reprendre le travail et, notamment, avoir accès à des lieux de tournage et à des espaces d'entreposage supplémentaires pouvant servir de studios temporaires.

PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE (RISQUE MOYEN)

- La levée des restrictions sanitaires pourrait conduire à une avalanche soudaine de productions cinématographiques et télévisuelles, si bien que les productions nationales et étrangères pourraient avoir du mal à pourvoir des postes clés dans les équipes techniques. Par ailleurs, les talents pourraient avoir du mal à traverser la frontière.
- En formant de nouveaux talents, l'Ontario se tiendra prêt à attirer des projets étrangers et nationaux. Même avant la COVID-19, les comptables de production et les experts de l'animation comptaient parmi les postes touchés par une pénurie de main-d'œuvre.
- L'équipe de développement de l'industrie d'Ontario Créatif a mis sur pied un groupe pour la formation professionnelle de la main-d'œuvre, composé de représentants de syndicats et d'associations sectorielles, dont la mission est de cartographier les cheminements de carrière et de déterminer et de mettre en œuvre des stratégies de développement des talents cinématographiques et télévisuels.

VULNÉRABILITÉ DE L'INFRASTRUCTURE INFORMATIQUE (RISQUE MOYEN)

- Alors que de nombreuses personnes travaillent désormais à la maison, les tentatives d'hameçonnage et de pourriels se sont globalement multipliées, les cybercriminels cherchant à exploiter les vulnérabilités potentielles des réseaux et appareils domestiques. La sécurité de l'infrastructure informatique d'Ontario Créatif peut être menacée par une hausse du nombre de cyberattaques.
- Pour maintenir l'accès aux systèmes informatiques, Ontario Créatif a mis en œuvre de nombreux protocoles de sécurité, notamment pour s'assurer que tous les appareils utilisés pour le travail à domicile sont équipés des derniers logiciels de sécurité et que le personnel accède à l'environnement de travail au moyen d'un réseau privé virtuel sécurisé, de bureaux à distance et/ou d'appareils de l'organisme.
- Plusieurs protocoles ont été établis, notamment pour sensibiliser le personnel au signalement des pourriels et au traitement des courriels suspects, et pour évaluer les logiciels et d'autres applications (par exemple, Zoom) avant d'autoriser leur utilisation par le personnel à des fins professionnelles.

MESURES DE RENDEMENT

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

En raison des répercussions de la COVID-19, Ontario Créatif a révisé les cibles de ses indicateurs de rendement clés pour 2020-2021 en fonction des meilleures données et informations disponibles à l'heure actuelle. Ces cibles sont prudemment ambitieuses et reposent sur les hypothèses posées dans le présent addenda, à savoir notamment que la COVID-19 persistera tout au long de l'exercice 2020-2021 et que l'Ontario sera capable de gérer le virus de manière à maintenir l'étape 2 ou 3 du déconfinement.

Par ailleurs, des mesures en lien avec la COVID-19 ont été élaborées pour rendre compte des nouvelles activités et mesures mises en œuvre par l'organisme face à la pandémie. On trouvera dans le tableau ci-après des précisions sur les cibles antérieures et révisées de l'organisme, ainsi que les résultats du premier trimestre 2020-2021.

Indicateur de rendement clé	Résultats pour le T1 2020-2021	Cible révisée en raison de la COVID-19	Cible initiale pour 2020-2021	Résultats réels en 2019-2020	Résultats réels en 2018-2019	Résultats réels en 2017-2018	Notes
Objectif stratégique n° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI							
1. Valeur estimée des crédits d'impôt (en millions)	240 \$	600 \$	600 \$	621 \$	840 \$	747 \$	Résultats non définitifs
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	12,94 \$	10,00 \$	15,00 \$	13,59 \$	20,64 \$	17,80 \$	Résultats non définitifs
b) Investissement par le biais du Fonds du livre	s. o.	0,60 \$	0,57 \$	0,60 \$	0,57 \$	0,72 \$	Résultats encore indisponibles
c) Investissement par le biais du Fonds pour la production cinématographique (Production)	17,27 \$	18,00 \$	20,00 \$	18,49 \$	20,66 \$	17,82 \$	Résultats non définitifs
d) Investissement par le biais du Fonds pour les produits MIN (Production)	s. o.	2,00 \$	1,85 \$	2,17 \$	1,96 \$	2,21 \$	Résultats encore indisponibles
e) Investissement par le biais du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	s. o.	0,70 \$	0,75 \$	0,70 \$	1,01 \$	0,72 \$	Résultats encore indisponibles
f) Investissement par le biais du Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM)	s. o.	4,50 \$	Note 10	5,84 \$	4,18 \$	4,83 \$	Résultats encore indisponibles
g) Investissement par le biais du Programme de veille stratégique	1,01 \$	0,90 \$	1,50 \$	0,91 \$	1,75 \$	1,73 \$	Résultats non définitifs
3. Rendement du capital investi (recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)							
a) Fonds du livre	s. o.	2,00 \$	3,50 \$	s. o.	7,10 \$ ND	4,79 \$	Résultats encore indisponibles
b) Financement de l'exportation (Fonds pour l'exportation et Fonds pour les produits MIN : Développement des marchés internationaux)	s. o.	100 \$	175,00 \$	s. o.	169,05 \$	177,86 \$	Résultats encore indisponibles
c) Fonds pour les produits MIN : Aide à la promotion	s. o.	2,00 \$	2,00 \$	s. o.	3,69 \$ ND	1,55 \$	Résultats encore indisponibles
d) Fonds d'aide aux éditeurs de revues	s. o.	0,75 \$	1,20 \$	s. o.	0,93 \$ ND	1,19 \$	Résultats encore indisponibles
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 (en millions)	s. o.	45,00 \$	NOUVEAU	s. o.	30,23 \$	97,77 \$	Résultats encore indisponibles

b) Investissements et capitaux propres du secteur privé obtenus grâce au soutien du FOPM (en millions)	s. o.	12,75 \$	NOUVEAU	s. o.	13,56 \$	12,00 \$	Résultats encore indisponibles
c) Nombre d'emplois créés et/ou préservés grâce aux projets du FOPM (ETP)	s. o.	298	NOUVEAU	s. o.	611	551	Résultats encore indisponibles
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	3 929	14 000	22 000	32 625	35 280	22 962	Résultats non définitifs
Objectif stratégique n° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES							
1. Production cinématographique et télévisuelle							
a) Nombre de productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario	0	36	145	170	152	137	Résultats non définitifs
Ontariennes	0	21	85	102	92	74	Résultats non définitifs
Étrangères	0	15	60	68	60	63	Résultats non définitifs
b) Valeur des productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario (en millions)	0 \$	330 \$	1 320 \$	1 638 \$	1 316 \$	1 480 \$	Résultats non définitifs
Ontariennes	0 \$	130 \$	520 \$	674 \$	512 \$	525 \$	Résultats non définitifs
Étrangères	0 \$	200 \$	800 \$	964 \$	803 \$	955 \$	Résultats non définitifs
c) Nombre de productions ontariennes et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif	24	38	150	140	154	150	Résultats non définitifs
2. Bureau de Los Angeles							
a) Nombre de pistes générées par le Bureau de Los Angeles	9	60	120	110	120	216	Résultats non définitifs
b) Proportion des projets soutenus par le Bureau de Los Angeles qui ont été tournés en Ontario	0 %	60 %	30 %	60 %	32 %	34 %	Résultats non définitifs
c) Valeur des projets soutenus par le bureau de Los Angeles qui ont été tournés en Ontario (en millions)	226 \$	125 \$	500 \$	654 \$	343 \$	953 \$	Résultats non définitifs
3. Influence des médias sociaux							
a) Score Sysmos	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	58,4	Résultats non définitifs
b) Nombre de nouveaux abonnements aux chaînes d'Ontario Créatif dans les médias sociaux	1 363	1 500	1 500	2 822	3 996	1 443	Résultats non définitifs

4. Empreintes médiatiques							
a) Nombre d'empreintes médiatiques (en millions)	0,3	50,0	50,0	71,7	184,6	31,7	Résultats non définitifs
b) Nombre d'empreintes médiatiques du Prix littéraire Trillium (en millions)	59,5	60,0	60,0	126,5	4,5	172,0	Résultats définitifs
c) Reprises dans des communiqués de presse (Prix littéraire Trillium seulement)	471	NOUVEAU	NOUVEAU	s. o.	s. o.	s. o.	NOUVELLE MESURE POUR 2020-2021
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	21	60	60	76	64	69	Résultats non définitifs
b) Nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants et participantes à des initiatives menées ou soutenues par Ontario Créatif	s. o.	10 000	20 000	12 375 ND	35 359	24 436	Résultats encore indisponibles
c) Nombre de relations/pistes d'affaires établies grâce au volet Développement de l'industrie de la musique du FOPM	s. o.	6 000	NOUVEAU	s. o.	s. o.	12 111	Résultats encore indisponibles
2. Développement des activités à l'étranger							
a) Nombre de marchés où Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique (y compris en ligne)	1	11	9	7	6	17	Résultats non définitifs
b) Nombre de marchés étrangers dans le cadre desquels des participantes et participants ontariens bénéficient d'un soutien aux activités d'exportation (y compris en ligne)	44	150	200	181	241	346	Résultats non définitifs
3. Initiatives collaboratives							
a) Nombre d'activités collaboratives menées par Ontario Créatif	0	4	5	5	4	7	Résultats non définitifs
b) Nombre de relations d'affaires établies grâce à des rencontres lors d'activités collaboratives	0	900	1 200	772 ND	1 167	1 757	Résultats non définitifs
c) Nombre d'accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	3	4	6	4	6	6	Résultats non définitifs
d) Valeur (s'il y a lieu) des accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	15 250 \$	5 000 \$	20 000 \$	13 750 \$	23 000 \$	29 100 \$	Résultats non définitifs
3. Veille stratégique							

a) Nombre de projets de veille stratégique publiés	1	8	8	10	10	9	Résultats non définitifs
b) Nombre de profils sectoriels mis à jour	1	8	8	8	8	7	Résultats non définitifs
c) Nombre de consultations uniques des profils sectoriels sur le site Web de l'organisme	2 698	15 000	15 000	s. o.	14 816	15 128	Résultats non définitifs
d) Nombre de nouveaux documents ajoutés à la Bibliothèque de recherche en ligne	21	150	80	s. o.	92	116	Résultats non définitifs
e) Nombre de visiteurs uniques de la Bibliothèque de recherche en ligne	880	3 000	2 500	s. o.	2 094	3 662	Résultats non définitifs
f) Nombre de consultations uniques du bulletin de veille stratégique	558	1 500	1 500	1 457	1 297	s. o.	Résultats non définitifs
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)	782	1 800	2 300	2 588	2 464	2 287	Résultats non définitifs
b) Temps de traitement moyen tous crédits d'impôt confondus (semaines)	33,6	30,0	34,0	35,1	33,8	41,9	Résultats non définitifs
c) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	3,2	4,0	4,0	5,2	3,9	5,3	Résultats non définitifs
d) Nombre total de produits examinés pour crédit d'impôt	1 263	2 700	2 700	2 947	3 183	3 047	Résultats non définitifs
2. Service							
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 382	4 600	4 600	3 055 ND	4 521	4 779	Résultats non définitifs
b) Nombre de demandes de renseignements ministérielles	11	100	60	144	97	136	Résultats non définitifs
c) Sondage sur la satisfaction de la clientèle (environ tous les 5 ans)	s. o.			s. o.	s. o.	Réalisé	
Catalyseur stratégique n° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES							
1. Pourcentage de membres du personnel appartenant à l'organisme depuis 5 ans ou plus	s. o.	55 %	55 %	s. o.	62,9 %	62,5 %	Résultats encore indisponibles
2. Pourcentage de membres du personnel ayant des plans d'amélioration du rendement et d'apprentissage	s. o.	95 %	95 %	s. o.	94,3 %	94,4 %	Résultats encore indisponibles
3. Pourcentage de membres du personnel ayant pris part à une ou plusieurs activités de perfectionnement professionnel au cours de l'année	s. o.	95 %	95 %	s. o.	98,6 %	94,4 %	Résultats encore indisponibles

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) – Note 9							
a) Indice de participation	s. o.	+9,0	+4,0	+9,6	+7,7	+4,4	Résultats encore indisponibles
b) Indice d'inclusion	s. o.	+5	+4,0	+5,2	+5,3	+4,1	Résultats encore indisponibles
c) Obstacles au rendement	s. o.	+3,5	+12,0	+3,4	+12,4	s. o.	Résultats encore indisponibles
d) Indépendance et innovation	s. o.	+2	0,0	+1,7	-2,5	s. o.	Résultats encore indisponibles
e) Apprentissage et perfectionnement	s. o.	+9	+11,0	+9,1	+11,6	s. o.	Résultats encore indisponibles
f) Pratiques de leadership – direction/cadres supérieurs	s. o.	+12	+2,0	+11,6	+2,3	s. o.	Résultats encore indisponibles
g) Qualité du service	s. o.	+14	+10,0	+14,2	+10,6	s. o.	Résultats encore indisponibles
h) Communication organisationnelle	s. o.	+19	+14,0	+19,0	+14,4	s. o.	Résultats encore indisponibles
i) Taux de réponse au sondage	s. o.	+15	+12,0	+29,8	+12,0	s. o.	Résultats encore indisponibles

Note: « ND » signifie « Non définitifs ».

Indicateur de rendement clé	Résultats pour le T1 2020-2021	Cible pour 2020-2021	Notes

MESURES DE RENDEMENT LIÉES À LA COVID-19

a) Nombre d'engagements d'investissement qui ont été modifiés compte tenu des nouvelles priorités liées à la COVID-19	s. o.	NOUVEAU	Nouvelle mesure – collectée tous les ans
b) Montant des fonds versés plus tôt que prévu en guise de soutien face à la COVID-19	s. o.	NOUVEAU	Nouvelle mesure – collectée tous les ans
c) Amélioration, en pourcentage, du temps d'analyse moyen pour les six crédits d'impôt au cours du trimestre, par rapport à la moyenne annuelle de l'exercice précédent	40 %	NOUVEAU	Nouvelle mesure – collectée tous les trimestres
e) Nouvel espace d'entreposage ou de studio procuré par Ontario Créatif pour la production cinématographique	235 000	NOUVEAU	Nouvelle mesure – collectée tous les trimestres
f) Importance des stratégies établies par Ontario Créatif pour soutenir les organismes bénéficiaires face à la COVID-19	s. o.	NOUVEAU	Nouvelle mesure (résultats issus du sondage en cours sur les retombées économiques)
g) Appui à la capacité de travail des employés et des équipes : niveau d'interaction avec le personnel, travail à domicile	s. o.	NOUVEAU	Nouvelle mesure (résultats issus du sondage interne sur la participation des employés)

BUDGET FINANCIER

Le budget révisé s'appuie sur les hypothèses figurant dans le présent addenda, c'est-à-dire notamment que la COVID-19 persistera tout au long de l'exercice 2020-2021 et que l'Ontario sera capable de gérer le virus de manière à maintenir l'étape 2 ou 3 du déconfinement.

Les plans et activités de base décrits dans le plan d'activités et dans cet addenda devraient coûter 39,4 millions de dollars, auxquels il faut ajouter 2,3 millions de dollars au titre d'initiatives stratégiques de courte durée consistant à octroyer des soutiens essentiels à l'industrie sans imposer une charge supplémentaire au gouvernement ou au ministère. L'organisme prévoit des recettes de 37,4 millions de dollars et s'appuiera sur des réserves et fonds affectés à l'interne d'un montant de 2,7 millions de dollars pour compenser en partie ses dépenses. Bien que la réaffectation stratégique et les économies contrebalancent en partie le manque à gagner en frais d'administration des crédits d'impôt et en revenus de placements, l'organisme prévoit un déficit budgétaire net de 1,4 million de dollars.

Le budget révisé pour 2020-2021 prévoit une diminution des recettes de 1,7 million de dollars par rapport au budget initial du plan d'activités, laquelle contribue également au déficit. Le recul des recettes s'explique par les taux d'intérêt nettement plus bas et par la baisse prévue des frais liés aux demandes de crédit d'impôt en raison de l'arrêt complet de la production cinématographique et télévisuelle pendant les cinq premiers mois de 2020-2021, suivi d'un redémarrage lent et prudent. Il est prévu que les demandes de crédit d'impôt dans tous les secteurs diminuent d'environ 50 %, notamment dans les trois crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle.

L'organisme a stratégiquement réaffecté des fonds vers de nouvelles initiatives d'aide et de relance liées à la COVID-19, telles que les campagnes de marketing *Achetez. Diffusez. Soutenez* et *Prêt pour l'action* et vers d'autres initiatives en faveur de la diversité et de l'inclusion. Des fonds ont également été réaffectés pour compenser les coûts accrus auxquels l'organisme doit faire face en raison de la pandémie, notamment les coûts liés au matériel informatique indispensable au travail à distance et les mesures de santé et de sécurité.

L'organisme prévoit des économies nettes de 274 000 dollars, qui compenseront en partie le manque à gagner dû à l'annulation ou à la modification des activités en raison de la COVID-19. Ces économies concernent notamment l'annulation de voyages et de manifestations, les achats publicitaires et articles promotionnels, les fournitures de bureau et certains coûts opérationnels.

ÉBAUCHE DE RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS FINANCIÈRES

AGENCY: ONTARIO CREATES (\$ Thousands)	DRAFT FINANCIAL FORECAST SUMMARY		
	2020-21 <i>OC Business Plan Addendum Budget (August 2020)</i>	2021-22 <i>FORECAST</i>	2022-23
REVENUE			
MHSTCI Funding (Note 1)	35,421.6	35,412.3	35,412.3
Self-generated (Note 2)	2,015.5	3,377.8	3,377.8
TOTAL REVENUE	37,437.1	38,790.1	38,790.1
EXPENDITURES			
Salaries & Benefits (Note 3)	8,087.0	8,208.0	8,330.7
Operations (Note 4)	2,180.2	2,328.8	2,342.0
Grants	27,961.2	27,728.0	27,728.0
Program Delivery	1,127.8	1,183.9	1,174.2
TOTAL EXPENDITURES	39,356.2	39,448.7	39,574.9
Net Surplus/(Deficit) before Other Items	-1,919.1	-658.6	-784.8
Other Items (funded from cash reserves):			
- Time-limited Strategic Initiatives	2,250.0	0.0	0.0
Net Deficit Before Cash Reserves	-4,169.1	-658.6	-784.8
- Utilization of Internally-restricted Net Assets	465.5	0.0	0.0
- Draw from (Return to) Cash Reserves	2,250.0	0.0	0.0
Effective Deficit	-1,453.6	-658.6	-784.8
Closing Unrestricted Net Assets	1,752.5	1,093.9	309.1

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

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

L'équipe informatique de l'organisme joue un rôle déterminant pour permettre au personnel de travailler à distance et d'exécuter des programmes à temps pendant la pandémie. Voici les principaux projets en cours ou achevés :

- **Travail à distance** : Au début du mois de mars, l'équipe informatique d'Ontario Créatif s'est attelée à rendre rapidement le travail à distance possible pour les 78 ETP de l'organisme. Il a fallu consacrer beaucoup de temps et de ressources pour garantir l'accès sécuritaire du personnel aux réseaux informatiques, dans l'optique d'assurer la poursuite des opérations, des programmes et des services de l'organisme et de répondre aux besoins des bénéficiaires. De nouveaux appareils et matériels prenant en charge les protocoles de travail à domicile ont été achetés. Ils se substitueront aux remplacements planifiés au cours des prochaines années. L'équipe informatique de l'organisme continue d'épauler les membres du personnel et d'assurer le suivi des dossiers dans cette période de travail à distance.
- **Campagne Prêt pour l'action** : En juin, le Bureau du cinéma de l'organisme a lancé le site Web *Prêt pour l'action*. Ce site renferme des directives et des ressources complètes consacrées à la réouverture du secteur de la production cinématographique et télévisuelle dans le contexte de la COVID-19.
- **Signatures électroniques** : L'organisme accélère la mise en œuvre d'un projet visant l'utilisation de signatures électroniques fiables et sécurisées pour les certificats de crédit d'impôt et les accords de paiement de transfert.
- **Site Web de l'organisme** : Une nouvelle version du site Web de l'organisme a été lancée en juillet. Doté d'une structure rafraîchie et moderne, le nouveau site est convivial et fonctionnel sur tous les appareils et entièrement conforme à la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, qui entre en vigueur en janvier 2021. Il comprend de nouveaux outils destinés aux auteurs de demande, notamment un calculateur du montant estimatif des crédits d'impôt et un outil permettant de déterminer si une région particulière se situe à l'intérieur ou à l'extérieur de la région du grand Toronto aux fins de la prime régionale.
- **Mises à niveau du système de GRC** : La réaffectation des ressources informatiques aux activités d'aide au travail à distance a retardé la mise en œuvre de deux mises à niveau importantes du système de gestion des relations avec la clientèle (GRC). Ces mises à niveau sont désormais prévues pour l'été et le début de l'automne.

NOUVELLES INITIATIVES MENÉES EN PARTENARIAT

Afin d'améliorer son efficacité et son rendement, l'organisme collabore avec des partenaires publics et privés pour proposer des activités et des services particuliers qui appuient les industries des médias de la création. Voici quelques-uns des partenariats nouvellement établis ou révisés à la suite de la COVID-19 :

- **Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA)** : Afin de favoriser la relance du secteur du cinéma et de la télévision, Ontario Créatif s'est associée à l'ACTRA Toronto pour mettre au point la campagne et le site Web *Prêt pour l'action*.
- **Groupe VICE Media** : Ontario Créatif s'est associé à VICE pour réaliser des travaux de recherche s'appuyant sur le panel VICE Voices de VICE. Ce partenariat vise à produire des renseignements essentiels sur le marché, qui aideront l'organisme et les entreprises des industries ontariennes de la création à s'adapter aux tendances de demain en matière de création et de consommation de contenus.
- **Festival international du film de Toronto (TIFF)** : L'organisme octroie au TIFF un soutien opérationnel annuel de 300 000 dollars. Compte tenu des conséquences de la COVID-19, l'édition de cette année sera organisée en ligne.
- **Partenariats stratégiques** : Ontario Créatif continuera de rechercher des occasions de collaboration stratégique avec d'autres partenaires fédéraux et provinciaux pour établir des kiosques et des initiatives de marque sur les principaux marchés mondiaux, lorsque ces derniers sont tenus en ligne.

PLAN DE COMMUNICATION

Pendant la période de riposte à la COVID-19, le plan de relations publiques et la stratégie de médias sociaux habituels d'Ontario Créatif ont été suspendus. Un plan temporaire, décrit ci-dessous, a été adopté pour tenir compte de l'actuelle crise de santé publique et de ses effets dévastateurs sur les industries ontariennes de la création, dans le droit fil des messages publics du gouvernement et du MIPSTC. Ce plan est révisé régulièrement et modifié au besoin, au fur et à mesure des phases de relance et des difficultés rencontrées par la province, l'organisme et les industries ontariennes de la création.

OBJECTIFS

- Démontrer qu'Ontario Créatif maintient la prestation de ses programmes et de ses services.
- Positionner l'Ontario comme une province ouverte aux affaires et une destination de premier plan une fois que la crise de santé publique se sera atténuée.
- Mettre en valeur les contenus et les créateurs de l'Ontario.
- Susciter un sentiment de fierté parmi les acteurs de l'industrie et les consommateurs à l'égard des industries ontariennes de la création et de leur riposte à une situation difficile.

STRATÉGIE DE RELATIONS PUBLIQUES

- Ontario Créatif joue un rôle moteur en tenant ses différents publics clés au courant des dernières répercussions de la pandémie de COVID-19 sur leur industrie respective et des mesures de soutien offertes.
- Faire preuve de résilience : encourager un récit sur la sécurité, la réouverture et la relance. Ontario Créatif continue d'amplifier et de célébrer avec panache les stratégies innovantes adoptées par ses partenaires sectoriels pour s'adapter à la « nouvelle normalité » et se remettre au travail.

- Faire preuve d'engagement : Ontario Créatif utilise sa voix solidement établie pour articuler les phases et les étapes d'une relance échelonnée, et structurer les initiatives de reconstruction qui favoriseront, à terme, l'économie ontarienne et la création d'emplois.
- Mettre l'accent sur la relance et les cas de réussite.