

# ONTARIO CRÉATIF PLAN D'ACTIVITÉS 2023-2024



Révisé le 30 janvier 2023

## TABLE DES MATIÈRES

<b>I. RÉSUMÉ</b> .....	2
<b>II. MANDAT</b> .....	5
<b>III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT</b> .....	8
<b>IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES</b> .....	19
<b>V. TOUR D'HORIZON DES ACTIVITÉS ET PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS DE L'ORGANISME</b> .....	24
<b>VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS</b> .....	30
<b>VII. ATTÉNUATION DES RISQUES : STRATÉGIES DE DÉTECTION, D'ÉVALUATION ET D'ATTÉNUATION DES RISQUES</b> .....	31
<b>VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL</b> .....	32
<b>IX. MESURES DU RENDEMENT</b> .....	35
<b>X. BUDGET FINANCIER</b> .....	44
<b>XII. EXPLOITATION DE PARTENARIATS : INITIATIVES MENÉES AVEC DES TIERS</b> .....	51
<b>XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2023-2024</b> .....	54
<b>XIV. PLAN DE COMMUNICATION</b> .....	59
<b>XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE DE MANDAT DE L'ORGANISME</b> .....	61
ANNEXE A : DÉTAIL DES PROGRAMMES ET DES ACTIVITÉS.....	66
ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES.....	105

## I. RÉSUMÉ

Face aux difficultés de ces dernières années, les industries de la création de l'Ontario ont fait preuve de résilience, plusieurs secteurs ayant réalisé des progrès considérables pour retrouver leurs perspectives économiques d'avant la pandémie. Les sociétés qui les constituent continuent de se montrer à la hauteur des défis qui se sont présentés, tandis qu'Ontario Créatif leur offre un soutien flexible le temps qu'elles trouvent leur voie dans le paysage changeant.

En 2021-2022 et en 2022-2023, jusqu'à présent, les industries de la création de l'Ontario sont parvenues à dépasser les attentes, produisant un contenu salué par la critique et apprécié chez nous, au Canada, et dans le monde entier :

- En 2021, l'Ontario a enregistré le chiffre record de 2,88 milliards de dollars d'activité de production cinématographique et télévisuelle, avec 232 projets intérieurs et étrangers tournés dans la province.
- Toronto a été nommée, par la revue *Movie Maker*, 2<sup>e</sup> ville où il fait bon vivre et travailler en tant que cinéaste en 2022, un bond de 10 places par rapport à 2021.
- En tout, 12 films soutenus par le Fonds pour la production cinématographique ont été projetés au Festival international du film de Toronto (TIFF) de 2022, soit un chiffre record, et des productions réalisées en Ontario ont figuré aux programmes de festivals de cinéma, notamment le Festival de Cannes et le TIFF, et ont été sélectionnées et récompensées au TIFF et aux Prix de la Screen Actors' Guild, entre autres distinctions.
- La maison d'édition Coach House Books, bénéficiant de l'appui du Fonds du livre, a compté deux sélections au Prix Giller 2022, y compris le lauréat, *The Sleeping Car Porter* de Suzette Mayr, et nombre d'ouvrages publiés par des éditeurs ontariens ont été retenus dans le cadre des Prix littéraires du Gouverneur général 2022, la publication d'Owlkids *The Sour Cherry Tree* ayant remporté le prix dans la catégorie Littérature jeunesse – livres illustrés.
- Le Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique a accordé son soutien au lauréat du Prix de musique Polaris 2022, Pierre Kwenders, par l'intermédiaire de sa maison de disques, Arts & Crafts. Les musiciens ontariens ont reçu les louanges de la critique à l'occasion des Prix JUNO en moissonnant 50 % des sélections et 18 victoires (dont celles de six artistes appuyés par Ontario Créatif).
- Les sociétés ontariennes ont dominé la toute première édition des Prix du jeu indépendant canadien, récoltant neuf victoires, dont celles du Meilleur jeu sur console pour *Chivalry 2* (Torn Banner Studios) et du Meilleur jeu sur appareils mobiles pour *Grindstone* (Capybara Games).
- Lors des Prix du magazine canadien 2022, le Grand Prix du magazine est allé à la publication ontarienne *Inuit Art Quarterly*, tandis que *The Walrus* a été le grand gagnant en décrochant quatre Médailles d'or et une d'argent.

Ontario Créatif est fier des résultats obtenus en 2021-2022 et de la contribution connexe au soutien des industries de la création au moment où elles en avaient le plus besoin. Voici quelques exemples :

- 31 % d'amélioration des délais de traitement des demandes de crédit d'impôt par rapport à l'exercice précédent, garantissant aux sociétés de recevoir leurs paiements plus vite et de pouvoir réinvestir dans la création de contenu et financer leurs activités

- 460500 pieds carrés de studios supplémentaires obtenus pour veiller à avoir suffisamment de place pour accueillir une saison chargée de tournage cinématographique et télévisuel dans la province
- Présence virtuelle stratégique assurée à l'occasion de 13 manifestations aux quatre coins de la planète, y compris le Festival de Cannes, la Foire du livre de Francfort et le MIPCOM, en collaborant avec nos partenaires pour maximiser l'impact de nos investissements
- Prestigieux rendez-vous de collaboration organisés pour nos secteurs des livres, du cinéma, de la télévision et de la musique, ayant généré 940 relations d'affaires et près de 175000 dollars d'accords directs
- Rendement du capital investi dans le développement des marchés internationaux de 224,88 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif
- Près de 185 millions d'empreintes médiatiques générées au total, couverture associée au Prix littéraire Trillium comprise, et plus de 4400 nouveaux abonnements à nos chaînes de médias sociaux, ayant contribué à amplifier les réalisations de nos talentueux créateurs ontariens et à sensibiliser les nouveaux venus au sein de l'industrie et les communautés sous-représentées à nos programmes et services

Tout au long de l'exercice 2022-2023, l'organisme a concentré son attention sur l'élaboration d'un nouveau plan stratégique. Nous sommes fiers de présenter, dans le plan d'activités qui suit, la vision et la mission émergentes que nous nous efforcerons d'accomplir dans les quelques années à venir :

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

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

**Nos valeurs :** collaboration, inclusion, sens des responsabilités, souci du service, leadership

Le présent plan d'activités explique comment Ontario Créatif compte tirer parti de ses ressources existantes pour appuyer les attentes énoncées dans la lettre de mandat de 2023-2024 du ministre et les mesures initiales de son nouveau plan stratégique. Le plan d'activités présente un statu quo budgétaire équilibré, sans solliciter la moindre augmentation des ressources financières ou humaines de l'organisme. Les dépenses d'Ontario Créatif en 2023-2024 devraient s'élever à 39,4 millions de dollars, initiatives stratégiques limitées dans le temps non comprises. Les recettes en 2023-2024 devraient être de 40,6 millions de dollars (constituées de 35,4 millions de dollars de financement de fonctionnement de la part du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et de 5,1 millions de dollars de recettes propres, y compris les frais d'administration des crédits d'impôt, les intérêts et d'autres recettes).

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

En 2023-2024, Ontario Créatif est disposé à puiser environ 0,6 million de dollars dans ces fonds de réserve afin d'activer, pour un montant total de 1,775 million de dollars, une série d'initiatives à durée limitée qui s'appuieront sur les programmes existants et les prolongeront, et de favoriser la



mise en œuvre du premier exercice de son nouveau plan stratégique, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et en limitant le surplus de pression sur les ressources humaines. Ces initiatives importantes consisteront à prolonger l'initiative de promotion de la diversité dans le cadre des fonds sectoriels ainsi qu'à renouveler le programme Accélération pour l'entrepreneuriat noir et autochtone.

Ontario Créatif a examiné les priorités du gouvernement et du ministère, soit la croissance et la compétitivité économiques, la relance après la COVID-19, le développement de la main-d'œuvre, la réduction des formalités administratives, le développement économique régional et l'investissement dans l'infrastructure. En outre, l'organisme a pris en considération les priorités énoncées dans la lettre de mandat qui lui a été adressée, notamment la collaboration et l'innovation, la réactivité, la diversité et l'inclusion, la formation et l'entrepreneuriat, la modernisation des crédits d'impôt, ainsi que la mesure du rendement et la production de rapports connexes. Les programmes et les services ont été minutieusement conçus pour s'aligner sur ces thèmes et générer les résultats correspondants. L'organisme continuera de veiller à fonctionner de manière responsable, transparente et conforme à toutes les directives pertinentes, comme il lui incombe de le faire en qualité d'organisme provincial régi par un conseil d'administration.

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

- le renforcement des capacités et le développement de la main-d'œuvre
- la diversité et l'inclusion/l'accessibilité
- la liaison régionale
- l'écoresponsabilité
- le service à la clientèle/l'amélioration des processus opérationnels
- le développement des marchés internationaux
- la démonstration de son impact

Ces thèmes imprègnent aussi bien les programmes de base que les initiatives limitées dans le temps qu'Ontario Créatif se propose d'entreprendre en 2023-2024, détaillés à l'annexe A.

Comme toujours, Ontario Créatif s'efforcera d'offrir un soutien flexible, efficace et sur mesure aux industries de la création de la province, d'autant plus qu'elles tentent de se frayer un chemin parmi les écueils de la reprise, de la reconstruction et de la transformation pour suivre l'évolution du marché, accélérée par la pandémie. Les secteurs travaillent d'arrache-pied pour mettre en place des initiatives collaboratives et des possibilités de formation afin de veiller à ce que, quitte à reconstruire, ce soit en tant que sociétés diversifiées, plus durables et plus résilientes. Ontario Créatif a hâte de rendre ces initiatives possibles. Nous avons la certitude que les industries de la création de l'Ontario, fortes des initiatives décrites dans le présent plan d'activités et étayées par la feuille de route que constitue notre nouveau plan stratégique, sont fin prêtes à se relever et à apporter emplois de qualité et prospérité économique à la province, et ce, grâce à son infrastructure de premier ordre, à ses talents de classe mondiale, à son environnement commercial dynamique et compétitif, et à ses politiques gouvernementales favorables.

## II. MANDAT

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

### OBJECTIFS

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

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

### GOVERNANCE ET RELATIONS AVEC LES MINISTÈRES

Ontario Créatif est responsable devant le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) de l'accomplissement de son mandat. Ce dernier converge directement avec la vision du ministère, à savoir établir un secteur culturel solide et stable et une économie de la création prospère en aidant les producteurs de l'Ontario à créer du contenu multimédia compétitif sur la scène internationale, qui génère des emplois au sein de l'économie du savoir de l'Ontario. Organisme essentiel à la prestation de programmes et d'activités à destination des industries des médias de la création de la province, Ontario Créatif appuie l'objectif du ministère consistant à favoriser l'expansion des industries de la création de l'Ontario pour stimuler la création d'emplois, la croissance économique et l'innovation.

Les initiatives présentées dans le plan d'activités concordent avec notre lettre de mandat. Des précisions quant à cette concordance figurent à la section XV (Réponse aux attentes énoncées dans la lettre de mandat de l'organisme).

Ontario Créatif entretient également des relations de travail avec le ministère des Finances (MFO) et le ministère du Développement économique, de la Création d'emplois et du Commerce (MDECEC) en ce qui concerne la prestation des programmes et le maintien des relations avec les parties prenantes. L'organisme prend une part active au renforcement des partenariats avec les autres ministères, s'il y a lieu, afin de tirer le meilleur parti possible des possibilités pour les parties prenantes et d'accéder à des ressources qui favorisent l'accomplissement de son mandat.

## **CONSEIL D'ADMINISTRATION**

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

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

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

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

## **RAPPORT ANNUEL, AUDIT ET INVESTISSEMENTS**

Ontario Créatif est tenu de remettre au ou à la ministre un rapport annuel de ses activités, y compris des états financiers audités signés par le président ou la présidente du conseil d'administration et par un autre de ses membres, ainsi que tout autre document demandé par le ou la ministre, le cas échéant. L'audit est mené chaque année par le Bureau du vérificateur général ou de la vérificatrice générale de l'Ontario.

L'alinéa 8 (3) e) du règlement de constitution d'Ontario Créatif restreint les investissements à sa disposition. À la lumière de ces paramètres, la stratégie d'investissement de l'organisme est élaborée en consultation avec le comité d'audit du conseil d'administration et approuvée par ledit conseil. Ontario Créatif investit actuellement ses fonds dans des acceptations bancaires et des billets de dépôt au porteur des banques de l'annexe I ou II, au taux en vigueur pour les périodes déterminées, conformément à l'orientation générale émanant du comité d'audit.

## **ACCESSIBILITÉ ET DIVERSITÉ**

Ontario Créatif soutient activement et respecte toutes les lois et directives ontariennes régissant l'accessibilité, y compris la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario (LAPHO)*. Ses politiques et son plan d'accessibilité pluriannuel sont affichés sur son site Web. Dans le cadre de son Comité de participation des employés et dans l'axe des engagements pris dans son

plan stratégique, l'organisme a élaboré un plan d'action pour la diversité et formé un groupe d'étude sur la diversité et l'inclusion. Ontario Créatif est déterminé à intégrer la diversité dans l'ensemble de ses programmes, politiques et services, et à continuer d'offrir ses services et programmes aux groupes sous-représentés. Il poursuivra de manière proactive son travail de sensibilisation afin que ses services soient mis en avant et accessibles aux particuliers et aux sociétés partout en Ontario.

## **ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL RESPECTUEUX**

Ontario Créatif est déterminé à promouvoir et à cultiver un milieu de travail respectueux, correspondant à la description suivante :

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

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

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

## **RESPONSABILITÉ**

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

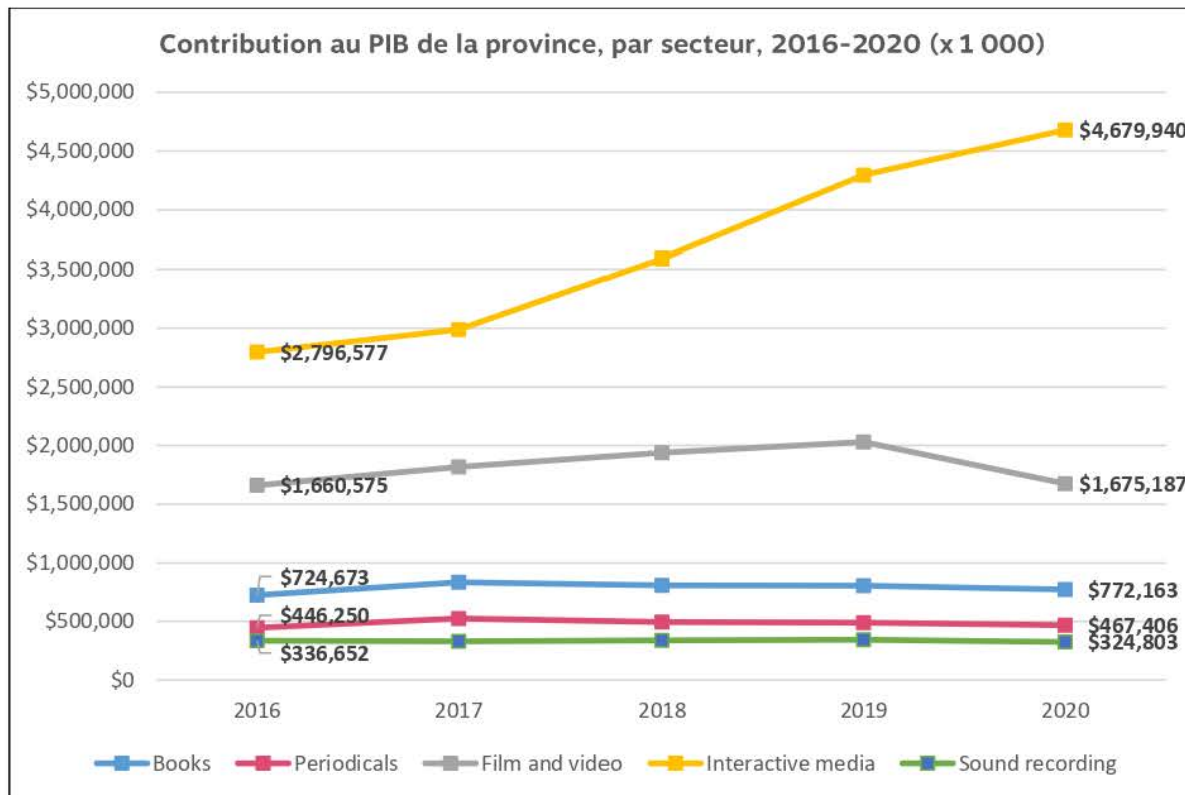


### III. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

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

L'Ontario abrite le secteur culturel le plus important du Canada, contribuant au produit intérieur brut (PIB) de la province pour environ 27 milliards de dollars, ce qui représente 3,3 % de son empreinte économique. De surcroît, l'Ontario compte le plus grand nombre d'emplois culturels au Canada, avec plus de 250 000 emplois<sup>1</sup>.

Par conséquent, l'Ontario possède de dynamiques industries de l'édition du livre, des revues multimédias, du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs (MIN) et de la musique, lesquelles bénéficient du soutien d'Ontario Créatif. Ces secteurs contribuent au PIB de la province à hauteur de plus de 7,9 milliards de dollars et ont été source d'emploi pour plus de 59 000 personnes en 2020<sup>2</sup>. Ils remportent également un franc succès à l'international, comme en témoignent les 4,5 milliards de dollars de produits et de services exportés dans le monde entier en 2020<sup>3</sup>. Collectivement, ces industries de la création constituent une vitrine de ce que l'Ontario a de meilleur à offrir et en font un lieu où il fait mieux vivre, travailler et investir.



English

French

<sup>1</sup> Statistique Canada, «Tableau 1 : Produit intérieur brut (PIB) de la culture et du sport en proportion de l'ensemble de l'économie, 2020», *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2016 à 2020*, publié le 2 juin 2022. Mesure uniquement l'impact direct, du point de vue du produit. Les emplois culturels s'entendent du nombre d'emplois liés à la production de biens et/ou de services ayant trait à la culture au sein de cette industrie.

<sup>2</sup> Analyse d'Ontario Créatif d'après Statistique Canada [données de 2020 tirées du Compte satellite de la culture].

<sup>3</sup> Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, «Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 100 000)», publié le 4 octobre 2022.

Books	Livres
Periodicals	Périodiques
Film and video	Films et vidéos
Interactive media	Médias interactifs
Sound recording	Enregistrement sonore
\$ 500 000 (example, please follow the same model for all the numbers in the chart)	500 000 \$

Source : Statistique Canada, Tableau 36 10 0452 01, «Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)».

À l'image de l'économie globale, chacun de ces secteurs a été considérablement perturbé par les effets de la pandémie de COVID-19. Très divers et ressentis différemment dans chaque secteur, ces effets ont notamment été les suivants : perte de recettes et d'emplois, difficultés d'accès à de nouveaux marchés, coûts irrécupérables et nécessité de s'adapter à des habitudes d'achat des consommateurs changeantes. Bien que les premiers signes de reprise économique constatés au quatrième trimestre de 2021 soient encourageants, il reste encore un long chemin à parcourir jusqu'au rétablissement complet pour de nombreux secteurs des industries de la création de l'Ontario<sup>4</sup>.

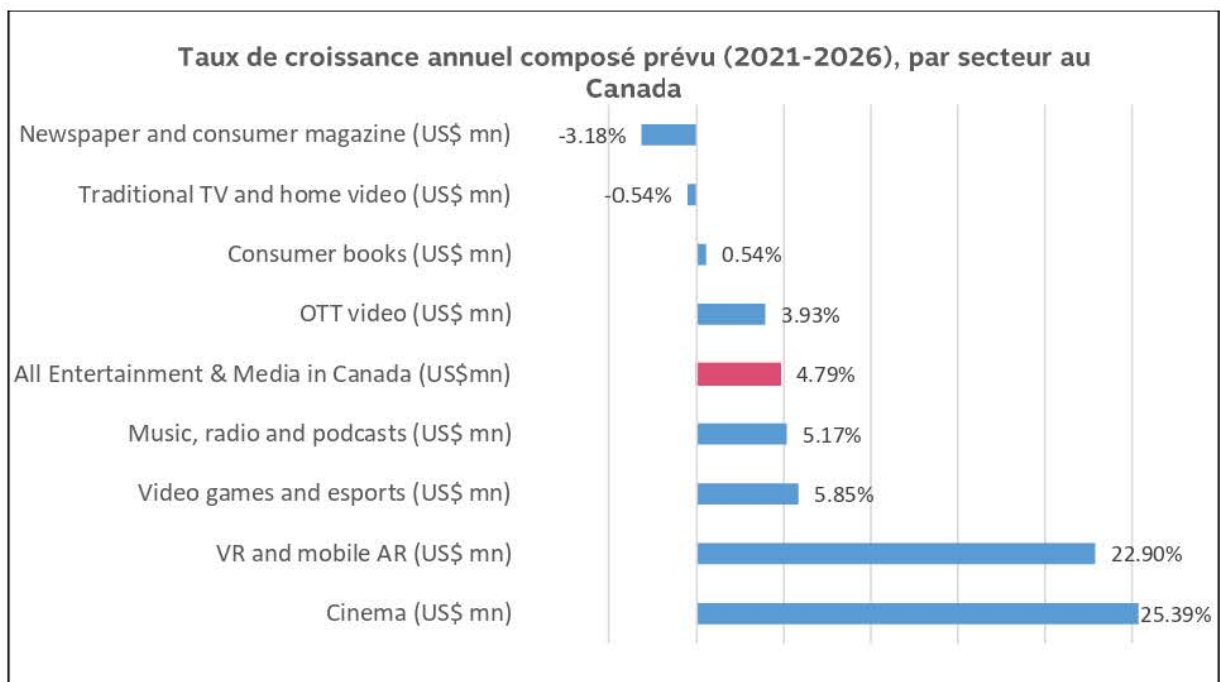
Ces industries jouent en outre un rôle prépondérant dans la relance de l'économie à la suite de la pandémie de COVID-19. Selon les données de PwC, la dépense globale en divertissement et médias devrait progresser de 55 milliards de dollars américains en 2021 à 70 milliards d'ici à 2026<sup>5</sup>. Dans le contexte postpandémique de 2021-2026, les prévisions de PwC indiquent que les segments qui connaîtront la croissance la plus rapide seront probablement ceux des cinémas (taux de croissance annuel composé [TCAC] de 25,39 %), de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée (RV et RA, TCAC de 22,9 %), des jeux vidéo et du sport électronique (TCAC de 5,85 %), de la musique (TCAC de 5,17 %) et de la télévision par contournement (TPC, TCAC de 3,93 %)<sup>6</sup>. Les segments les plus importants devraient rester la télévision traditionnelle et la vidéo domestique (malgré un déclin marginal de 7,8 à 7,6 milliards de dollars américains entre 2021 et 2026), et les jeux vidéo et le sport électronique (augmentation prévue de 4,2 à 5,6 milliards de dollars américains sur la période de cinq ans). Les deux segments suivants du point de vue de la taille sont la TPC et la musique, la radio et la baladodiffusion (ce dernier incluant les concerts), tous deux censés franchir la barre des 3 milliards de dollars avant la fin de la période. Les prévisions de PwC mettent également en relief le potentiel de croissance de concepts et de biens numériques émergents, comme le métavers et les jetons non fongibles (NFT), susceptibles de perturber les industries du divertissement et des médias<sup>7</sup>.

<sup>4</sup> Statistique Canada, «Indicateurs nationaux de la culture, premier trimestre de 2022», consulté le 8 juillet 2022.

<sup>5</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> *Ibid.*



<b>English</b>	<b>French</b>
<b>Newspaper and consumer magazine (US\$ mn)</b>	<b>Journaux et magazines d'intérêt général (M USD)</b>
<b>Traditional TV and home video (US\$ mn)</b>	<b>Télévision traditionnelle et vidéo domestique (M USD)</b>
<b>Consumer books (US\$ mn)</b>	<b>Livres grand public (M USD)</b>
<b>OTT video (US\$ mn)</b>	<b>Télévision par contournement (M USD)</b>
<b>All Entertainment &amp; Media in Canada (US\$ mn)</b>	<b>Ensemble du secteur canadien du divertissement et des médias (M USD)</b>
<b>Music, radio and podcasts (US\$ mn)</b>	<b>Musique, radio et baladodiffusion (M USD)</b>
<b>Video games and esports (US\$ mn)</b>	<b>Jeux vidéo et sport électronique (M USD)</b>
<b>VR and mobile AR (US\$ mn)</b>	<b>RV et RA sur appareils mobiles (M USD)</b>
<b>Cinema (US\$ mn)</b>	<b>Cinéma (M USD)</b>
<b>4,79%</b> (example, please follow the same model for all the numbers in the chart)	<b>4,79 %</b>

Source : PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

## LIVRES

- Le secteur de l'édition du livre de l'Ontario a contribué pour 772 millions de dollars au PIB de la province et représenté 6000 emplois en 2020<sup>8</sup>. Cette même année, le secteur a

<sup>8</sup> Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01, «Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)», publié le 2 juin 2022.



versé 64 % du total national des salaires, traitements et avantages sociaux et enregistré 65 % des recettes d'exploitation nationales<sup>9</sup>.

- Les données sur les ventes recueillies par BookNet Canada indiquent que les unités vendues au sein du marché canadien ont diminué de 2,7 % en 2020 et que les sociétés appartenant à des intérêts canadiens ont été les plus profondément touchées<sup>10</sup>.
- En 2020, l'Ontario a exporté pour plus de 446 millions de dollars de livres à l'étranger<sup>11</sup>.
- PwC prévoit que, sur la période 2021-2026, les recettes des médias imprimés augmenteront au TCAC de 0,3 % et que celles des livres électroniques connaîtront une croissance encore plus rapide (1,1 %) <sup>12</sup>. À l'heure actuelle, les médias imprimés représentent le gros du marché canadien, avec 67,5 % des recettes totales en 2021<sup>13</sup>.

## CINÉMA ET TÉLÉVISION

- L'Ontario constitue un centre de production cinématographique et télévisuelle majeur. En 2021, l'industrie ontarienne du cinéma et de la télévision a injecté la somme record de 2,88 milliards de dollars dans l'économie de la province et franchi le seuil des 48000 emplois directs et indirects équivalents temps plein (ETP) de grande valeur générés<sup>14</sup>.
- Même si ces résultats records peuvent en partie être attribués à la reprise après les arrêts survenus dans l'industrie en 2020, ils résultent majoritairement du nouvel essor de la production grâce aux rigoureux protocoles de santé et de sécurité adoptés par l'Ontario, à ses incitations financières, à l'expansion continue de ses studios, à la diversité de son bassin de talents et à son attractivité comme lieu de tournage.
- Les données sur la production ontarienne montrent que la contribution de la production cinématographique et télévisuelle intérieure à l'économie de la province s'est élevée à 965 millions de dollars en 2021, dont 707 millions de dépenses engagées pour les séries télévisées intérieures<sup>15</sup>.
- L'Ontario reste un marché attractif pour la production étrangère, grâce au dynamisme de l'industrie de la télévision. Les niveaux de production étrangère en 2021 ont totalisé plus de 1,9 milliard de dollars<sup>16</sup>.
- D'après les prévisions de PwC, le marché canadien va continuer de délaisser les marchés de la radiodiffusion linéaire et de la télévision traditionnelle par abonnement pour les services

---

<sup>9</sup> Statistique Canada, Tableau 21-10-0200-01, «Éditeurs de livres, statistiques sommaires», aux 2 ans (dollars sauf indication contraire), CANSIM (base de données), publié le 22 février 2022.

<sup>10</sup> Ed Nawotka, «Publishing in Canada 2021: Kate Edwards on Challenges in Publishing», *Publishers Weekly*, 24 septembre 2021.

<sup>11</sup> Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, «Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1000000)», publié le 4 octobre 2022.

<sup>12</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2021*, 2022. Les données correspondent aux dépenses de toutes les productions faisant appel aux incitations et services administrés par Ontario Créatif. Elles n'incluent pas les annonces publicitaires télévisées, les vidéos de sociétés, les vidéoclips ou la production interne des diffuseurs.

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> *Ibid.*



de diffusion en continu. Le marché de la TPC devrait croître à un TCAC constant de 3,9 % jusqu'en 2026, l'arrivée de nouveaux services étant attendue sur le marché, par exemple celui de MGM<sup>17</sup>.

## PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

- L'industrie des médias interactifs de l'Ontario a généré 4,7 milliards de PIB et franchi la barre des 26000 emplois en 2020<sup>18</sup>.
- D'après les données recueillies par l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD), c'est en Ontario qu'on trouve le plus grand nombre de sociétés de jeux vidéo canadiennes (32 %), suivi par le Québec (31 %) et la Colombie-Britannique (17 %)<sup>19</sup>.
- Les données glanées par Interactive Ontario sur l'impact de la pandémie de COVID-19 indiquent que les sociétés du secteur MIN domiciliées en Ontario ont accusé une chute de 38 % des recettes mensuelles et enregistré des coûts irrécupérables et/ou supplémentaires d'une valeur de 25900 dollars en moyenne<sup>20</sup>.
- Les exportations internationales totales des médias interactifs numériques de l'Ontario ont dépassé 1,25 milliard de dollars en 2020<sup>21</sup>.
- Selon PwC, les ventes de jeux sur support physique se taillent la part du lion au sein du marché canadien du jeu vidéo et y représentent 41,3 % de l'ensemble des ventes<sup>22</sup>. Toutefois, la vente d'exemplaires physiques en boîte a baissé de 10,2 % en 2021<sup>23</sup>. Il y a cependant des raisons d'être optimistes, puisqu'une augmentation de l'ordre de 7,1 % de la pratique sociale/occasionnelle du jeu vidéo est venue partiellement contrebalancer l'essoufflement des ventes physiques<sup>24</sup>.

## REVUES

- Le secteur de l'édition de revues de l'Ontario a contribué à hauteur de 467 millions de dollars au PIB de la province et a représenté 3500 emplois en 2020<sup>25</sup>.
- L'Ontario perçoit 62 % des recettes de l'industrie canadienne de l'édition de périodiques<sup>26</sup>.
- Les éditeurs de revues restent aux prises avec un écosystème médiatique en évolution rapide et une transformation des modèles de recettes, les médias imprimés devenant des produits de «luxe», auxquels le public, confronté à la non-réglementation des plateformes de médias sociaux et se méfiant de plus en plus des «fausses nouvelles», accorde une

---

<sup>17</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>18</sup> Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01, «Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)», publié le 2 juin 2022.

<sup>19</sup> Association canadienne du logiciel de divertissement, *L'industrie canadienne du jeu vidéo 2021*, p. 11.

<sup>20</sup> Interactive Ontario, *Measuring the Impact of COVID-19 on the IDM Industry*, p. 1-3.

<sup>21</sup> Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, «Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1000000)», publié le 4 octobre 2022.

<sup>22</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01, «Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, 2020, perspective du produit (x 1000)», consulté le 27 juin 2022.

<sup>26</sup> Statistique Canada, Tableau 21-10-0053-01, «Éditeurs de périodiques, statistiques sommaires», aux 2 ans (dollars sauf indication contraire), CANSIM (base de données), publié le 29 mars 2021.

confiance accrue<sup>27</sup>. Du côté des médias numériques, les modèles de recettes changent face à la suppression des témoins de tierce partie par les navigateurs, contraignant les éditeurs à améliorer leurs stratégies de données internes ou à forger de nouveaux partenariats stratégiques<sup>28</sup>.

- Les revues ontariennes ont représenté plus de 17 millions de dollars d'exportations en 2020<sup>29</sup>.
- Les prévisions de PwC montrent que la pandémie de COVID-19 a exacerbé le déclin que subissait le marché des magazines d'intérêt général. Les recettes du secteur des revues ont chuté de 22,6 % en 2020 et devraient continuer de s'amenuiser de 3,3 % jusqu'en 2026<sup>30</sup>. Même si le secteur des magazines d'intérêt général numériques devrait croître au taux de 1,9 % sur cette période, ce n'est pas suffisant pour compenser le recul du marché de l'imprimé<sup>31</sup>.

## MUSIQUE

- Le secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique de l'Ontario a contribué pour 325 millions de dollars au PIB de la province et représenté près de 3000 emplois en 2020<sup>32</sup>. Ces données n'incluent pas les concerts.
- Le secteur de l'enregistrement sonore et de la distribution d'enregistrements de l'Ontario comptabilise environ 73 % du total des recettes sectorielles nationales<sup>33</sup>. Ces données n'incluent ni l'édition musicale ni les concerts.
- Le secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition de musique de l'Ontario a exporté pour près de 242 millions de dollars en 2020<sup>34</sup>.
- D'après PwC, la diffusion en continu de musique numérique a augmenté de 14,8 % en 2021, les consommateurs de musique canadiens ayant atteint le seuil de 2 milliards de diffusions en une seule semaine pour la première fois en novembre 2021<sup>35</sup>.
- Selon l'Association canadienne de musique sur scène, les concerts constituaient un moteur clé de l'industrie musicale avant la pandémie de COVID-19, contribuant pour plus de 3 milliards de dollars au PIB du Canada et comptant 72000 employés<sup>36</sup>.
- Ce secteur en particulier a été considérablement bouleversé par la fermeture généralisée des salles pendant la pandémie. En 2020, les recettes du secteur ont dégringolé de 46 %<sup>37</sup>.

---

<sup>27</sup> UPM et FIPP, *The Future of Media*, 2021, p. 12-15.

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, «Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1000000)», publié le 4 octobre 2022.

<sup>30</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Statistique Canada, Tableau 36-10-0452-01, «Les indicateurs de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, par province et territoire, perspective du produit (x 1000)», publié le 27 mai 2021.

<sup>33</sup> Statistique Canada, Tableau 21-10-0055-01, «Enregistrement sonore et édition de musique, statistiques sommaires», aux 2 ans (dollars sauf indication contraire), CANSIM (base de données), consulté le 31 mai 2021.

<sup>34</sup> Statistique Canada, Tableau 12-10-0116-01, «Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1000000)», publié le 4 octobre 2022.

<sup>35</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>36</sup> Association canadienne de musique sur scène, *Written Submission for the 2022 Pre-Budget Consultations*, 2022, p. 1.

<sup>37</sup> Association canadienne de musique sur scène, campagne *Pour l'amour de la musique*, consulté le 4 octobre 2022.

- PwC prévoit un certain degré de reprise au sein du marché des concerts, avec des recettes grimant à un TCAC de 16,5 % en 2026, mais ne pense pas qu'elles reviendront aux niveaux d'avant la pandémie d'ici là<sup>38</sup>.

## INDUSTRIES DE LA CRÉATION : DÉFIS ET POSSIBILITÉS

- Les effets de la pandémie de COVID-19, de même que ses conséquences économiques, continuent de se faire sentir dans l'ensemble des industries de la création, bien que de différentes façons. Alors que certains secteurs ont presque entièrement récupéré et affichent les perspectives économiques d'avant la pandémie, d'autres tentent toujours de se frayer un chemin parmi des obstacles à la reprise pérenne.
  - Pour les éditeurs de livres et de revues, les problèmes de chaîne d'approvisionnement, notamment l'accès à la pâte de bois, et l'accroissement des coûts d'expédition non récupérables se sont montrés déstabilisants et ont entraîné de nombreux retards de production.
  - Même si l'industrie des concerts a majoritairement repris après les fermetures généralisées, l'impact de la COVID-19 à long terme est important. Une étude commandée par la Canadian Independent Music Association laisse supposer que les recettes du secteur indépendant (y compris l'enregistrement sonore, l'édition de musique et les concerts) ne retourneront pas aux niveaux pré-COVID-19 avant 2023-2024 au bas mot<sup>39</sup>.
  - En ce qui concerne les industries de la production de contenu pour écran, la situation semble plus positive, les données récentes de Statistique Canada indiquant que les secteurs du cinéma et de la télévision et des produits multimédias interactifs numériques se sont largement rétablis après les baisses liées à la COVID-19.
- Le gouvernement fédéral a redéposé le projet de loi C-11, *Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion*, qui vise à ce que les plateformes numériques contribuent au système canadien de radiodiffusion et à la création de contenu canadien. Bien que le projet de loi ait fait l'objet d'une controverse à certains égards, il bénéficie d'un solide soutien de la part des secteurs des arts, de la culture et du patrimoine<sup>40</sup>. Les participants au Sommet national sur la culture organisé par le ministère du Patrimoine canadien en mai 2022 ont souligné qu'il fallait réglementer les plateformes numériques pour préserver les recettes clés et l'identité culturelle canadienne<sup>41</sup>.

<sup>38</sup> *Ibid.*

<sup>39</sup> Canadian Independent Music Association, «New Report Outlines Devastating Impact of COVID-19 On Canadian Independent Music Industry», décembre 2020, <https://cimamusic.ca/news/recent-news/read.article/17882/new-report-outlines-devastating-impact-of-covid-19-on-canadian-independent-music-industry>, consulté le 4 octobre 2022.

<sup>40</sup> Patrimoine canadien, *Sommet national sur la culture : l'avenir des arts, de la culture et du patrimoine – Les 2,3 et 4 mai 2022 – Rapport final*, p. 5.

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

- Les préoccupations au sujet de la diversité, de l'équité et de la représentation valable aussi bien dans le contenu que parmi la main-d'œuvre restent un problème, mais constituent aussi une formidable occasion pour les industries de la création. Même si des promesses fort médiatisées ont été faites en faveur de la parité entre les genres et les races au sein du secteur, il s'avère difficile de mesurer les progrès véritablement accomplis. Plusieurs grandes études ont été publiées dans une tentative de répondre au besoin en données en vue de stimuler le changement social dans le secteur, notamment *Réduire l'écart : L'impact et la représentation des travailleurs autochtones, noirs et de couleur de la musique sur scène au Canada* de l'Association canadienne de musique sur scène, et les rapports *Être vu·e, Être compté·e* et *Être entendu·e* du Bureau de l'écran des Noirs, qui traitent de la rentabilité et de la viabilité du contenu noir et offrent des outils pour créer du contenu authentique et inclusif. De plus, plusieurs initiatives sectorielles proposent des accélérateurs et des programmes de mentorat visant à améliorer la représentation dans un certain nombre de secteurs, comme le programme Showrunner Catalyst de CBC et de BIPOC TV & Film, le Women in the Studio National Accelerator d'Éditeurs de Musique au Canada et le Mentorship Program de l'organisme BIPOC of Publishing in Canada.
- Le développement de la main-d'œuvre et le renforcement des capacités sont devenus des considérations importantes au sein des industries de la création, tout particulièrement dans le contexte postpandémique. L'augmentation de la demande à laquelle est confronté l'Ontario en qualité de destination attractive pour la production cinématographique et télévisuelle va de pair avec une pression accrue pour acquérir le surplus de travailleurs qualifiés et de studios permettant d'y répondre. Les sociétés de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques sont aux prises avec plusieurs écueils, comme une pénurie mondiale des talents en milieu de carrière et de grade supérieur<sup>42</sup>.
- Les industries de la création continuent de faire face à des marchés en pleine mutation et des modèles de recettes changeants. Le regroupement sectoriel reste une préoccupation pour les maisons d'édition partout dans le monde (y compris au Canada). En novembre 2022, une cour américaine a bloqué un projet de fusion entre Penguin Random House et Simon & Schuster par crainte qu'il pèse sur la concurrence au sein du marché du livre<sup>43</sup>. Le milieu des produits MIN est également le théâtre de plusieurs fusions et acquisitions de premier plan. L'ascension continue et l'emprise commerciale accrue des plateformes numériques et de médias sociaux comme TikTok, qui est devenue l'application non ludique la plus lucrative de l'App Store iOS et de Google Play<sup>44</sup>, transforment les modes de découverte et de consommation de toutes formes de contenu créatif, ainsi que les moyens de le monétiser pour les sociétés qui le produisent.
- Les inquiétudes à l'égard du climat et de l'écoresponsabilité restent omniprésentes dans tous les secteurs des industries de la création. L'initiative Écran vert Ontario (EVO) d'Ontario Créatif a lancé son plan stratégique 2021-2023 afin d'orienter l'élaboration d'un plan vert pour une production cinématographique et télévisuelle écoresponsable en Ontario. L'organisme Music Declares Emergency Canada continue de mobiliser l'industrie de la musique en faveur de l'activisme climatique et a organisé le tout premier Canadian Climate Music Summit à Toronto en octobre 2022<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> Digital Media at the Crossroads, *The Digital Media Universe: Measuring the Revenues, the Audiences and the Future Prospects*, p. 32.

<sup>43</sup> Constance Grady, «The Planned Penguin Random House-Simon & Schuster merger has been struck down in court», Vox, 1<sup>er</sup> novembre 2022.

<sup>44</sup> Ashley King, «TikTok Remains Highest Grossing App with \$914.4MM In Quarterly Revenue», *Digital Music News*, 2 octobre 2022, consulté le 4 octobre 2022.

<sup>45</sup> Site Web de Music Declares Emergency Canada, consulté le 4 octobre 2022.



- Les technologies et les applications émergentes comme les NFT, le métavers et l'intelligence artificielle (IA) continuent de faire l'objet d'un engouement qui se manifeste sous différentes formes nouvelles et passionnantes. PwC révèle que le soutien réglementaire vis-à-vis de l'investissement en faveur de ces types de biens numériques donne à penser que la croissance du Web3 pourrait dépasser celle des autres marchés au Canada à court terme<sup>46</sup>.

## FINANCEMENT ET ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

- Au vu des répercussions de la pandémie de COVID-19 sur le secteur, le gouvernement fédéral a déployé tout un éventail d'aides financières d'urgence à l'intention des sociétés et des créateurs individuels. Ces aides comprenaient un soutien financier direct offert au secteur de la musique (y compris un financement spécifiquement destiné au secteur des concerts), au secteur audiovisuel (notamment une indemnité liée aux problèmes d'assurance), aux librairies, aux travailleurs du secteur des arts et des spectacles sur scène, au secteur de la radiodiffusion, ainsi qu'aux organismes sans but lucratif. Le versement de ces fonds a principalement pris la forme d'une injection ponctuelle visant à aider à surmonter les défis immédiats posés par la pandémie et a désormais pris fin. La suppression progressive de ces fonds d'urgence pousse l'industrie à se rétablir à court ou moyen terme<sup>47</sup>.
- Les organismes de financement explorent constamment de nouvelles méthodes de collecte de données démographiques en élaborant leurs plans d'action en matière d'équité, de diversité et d'inclusion. Téléfilm Canada recueille des données démographiques clés auprès des auteurs de demande dans le cadre de ses programmes Développement, Long métrage documentaire, Talents en vue et Développement, par le biais d'un questionnaire facultatif portant sur l'identité autochtone, l'identité raciale et ethnique, l'identité et l'expression de genre, l'appartenance à une communauté 2SLGBTQIA+, la situation de handicap et l'appartenance à une communauté de langue officielle en situation minoritaire<sup>48</sup>. Le Fonds des médias du Canada (FMC) a annoncé la mise en œuvre d'un nouveau processus d'auto-identification baptisé PERSONA-ID, qui recueille les données démographiques des auteurs de demande. Ce processus est obligatoire pour les personnes souhaitant présenter une demande en vertu d'une initiative liée au genre ou à la diversité et facultatif pour tous les autres auteurs d'une demande au FMC<sup>49</sup>.

## ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE GÉNÉRAL

- L'énoncé économique d'automne prévoit un déficit de 12,9 milliards de dollars pour 2022-2023 et un déficit moins élevé pour chacun des deux exercices suivants (8,1 milliards de dollars pour 2023-2024 et 0,7 milliard pour 2024-2025)<sup>50</sup>.
- Selon les prévisions, l'Ontario devrait compter 324000 emplois nets supplémentaires en 2022. Le taux de chômage devrait atteindre une moyenne de 5,7 % en 2022, soit un niveau inférieur à celui de 8,0 % en 2021 et légèrement supérieur au taux pré-pandémique de 5,6 % en 2019. Il

<sup>46</sup> PwC, *Global Entertainment and Media Outlook, 2021-2026: Canada*, juin 2022.

<sup>47</sup> Gouvernement du Canada, «COVID-19 : Soutien aux secteurs de la culture, du patrimoine et du sport», 15 septembre 2022, consulté le 4 octobre 2022.

<sup>48</sup> Téléfilm Canada, «Collecte de données et auto-identification», consulté le 4 octobre 2022.

<sup>49</sup> Fonds des médias du Canada, «Le FMC lance un nouveau processus d'auto-identification», 16 février 2022, consulté le 4 octobre 2022.

<sup>50</sup> Ministère des Finances de l'Ontario, *Perspectives économiques et revue financière de l'Ontario 2022 : Le plan de l'Ontario pour bâtir : Progrès à ce jour*, 2022, <https://budget.ontario.ca/fr/2022/fallstatement/pdf/2022-fall-statement-fr.pdf>, consulté le 15 novembre 2022.

devrait ensuite augmenter pour atteindre 6,3 % en moyenne en 2023 et 2024, du fait de la croissance de la main-d'œuvre qui restera supérieure à celle de l'emploi, avant de ralentir en 2025<sup>51</sup>.

- Au deuxième trimestre de 2022, le PIB réel de l'Ontario a augmenté de 0,9 %, après une croissance de 1,1 % au trimestre précédent. Le PIB réel était supérieur de 2,2 % au niveau enregistré au quatrième trimestre de 2019 (avant la pandémie), à la faveur de la hausse des dépenses des ménages et des exportations<sup>52</sup>. Dans l'ensemble, le PIB réel de l'Ontario devrait augmenter de 3,7 % en 2022 sur 12 mois, et croître de 3,1 % en 2023. La croissance économique devrait ensuite ralentir, avec une hausse prévue du PIB réel de 2,0 % en 2024 et de 1,9 % en 2025<sup>53</sup>.
- Le dollar canadien (CAD) a perdu en valeur par rapport au dollar américain (USD) ces derniers mois et devrait se négocier entre 0,75 et 0,76 USD au quatrième trimestre de 2022<sup>54</sup>.
- Les prévisionnistes s'attendent à des récessions au cours de l'année à venir dans de nombreuses économies mondiales, notamment le Royaume-Uni, les États-Unis et la zone euro, même si le ralentissement canadien devrait être modéré selon les normes historiques. Les tensions inflationnistes pourraient avoir atteint un sommet, mais continuent de constituer un risque majeur<sup>55</sup>. L'inflation fait grimper le coût des projets appuyés par Ontario Créatif et influe sur le rendement du capital investi (RCI). Les sociétés sont susceptibles de choisir de réduire leurs activités ou d'être contraintes de dépenser plus pour réaliser les mêmes activités.

## DÉMOGRAPHIE ONTARIENNE<sup>56</sup>

- L'Ontario abrite plus de 14,2 millions de personnes, soit 38,5 % de la population du Canada. La population de l'Ontario a augmenté de 5,8 % depuis le dernier recensement (2016).
- La majorité des Ontariens et des Ontariennes (93,5 %) citent l'anglais comme première langue officielle parlée.
- Le taux de bilinguisme français-anglais est de 10,8 %, 3,4 % de la population mentionnant le français comme première langue officielle parlée. En outre, 22,4 % de la population déclare plus d'une langue parlée à la maison. Au total, plus de 4 millions d'Ontariens et d'Ontariennes ont indiqué une langue non officielle comme langue maternelle.
- La population autochtone de l'Ontario a augmenté de 10 % depuis 2013, et compte à présent plus de 406000 personnes. Plus de 19000 Ontariens et Ontariennes ont mentionné une langue autochtone comme langue maternelle.
- Tandis que la majorité des Ontariens et des Ontariennes vivent dans les centres de population, 13,3 % d'entre eux habitent des régions rurales.

---

<sup>51</sup> *ibid.*

<sup>52</sup> Ministère des Finances de l'Ontario, « Comptes économiques de l'Ontario au T2 2022 », <https://www.ontario.ca/fr/page/comptes-economiques-de-lontario>, consulté le 15 octobre 2022.

<sup>53</sup> Ministère des Finances de l'Ontario, « Chapitre 2 », *Budget de l'Ontario 2022*, <https://budget.ontario.ca/fr/2022/chapter-2.html>, consulté le 15 octobre 2022.

<sup>54</sup> Économique RBC, « Perspectives macroéconomiques », septembre 2022, <https://leadershipavise.rbc.com/atterrissage-tumultueux-en-vue-au-canada/>, consulté le 26 septembre 2022.

<sup>55</sup> *ibid.*

<sup>56</sup> *Statistique Canada*, « Indicateurs clés du Recensement de la population de 2021 selon la géographie : Ontario », consulté le 10 novembre 2022.

- Les immigrants constituent 30 % de la population, les immigrants récents (qui ont immigré en Ontario entre 2016 et 2021) représentant 13,9 % de la population immigrante en Ontario.

## **ONTARIO CRÉATIF – INTERNE**

- L'organisme entame un nouveau cycle de planification stratégique. Un nouveau plan quinquennal sera lancé au début de la nouvelle année civile, lequel entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2023. Fruit d'une vaste consultation menée auprès du personnel, du conseil d'administration, de spécialistes et des parties prenantes, le plan énonce les facteurs de succès (objectifs stratégiques) et les catalyseurs qui guideront l'organisme dans les prochaines années.
- La structure organisationnelle de l'organisme a subi plusieurs modifications en 2022-2023, le Groupe du développement de l'industrie ayant notamment été rebaptisé « Investissement dans l'industrie et promotion du secteur », certains postes ont fait l'objet d'un réalignement et des changements ont été apportés à la structure hiérarchique pour simplifier les processus décisionnels. Deux postes de chef ont été créés au sein du service des crédits d'impôt pour remédier à l'étendue des responsabilités et améliorer le flux opérationnel.
- Ontario Créatif reste focalisé sur la promotion d'industries de la création reflétant la diversité en Ontario. En effet, favoriser une diversité accrue aussi bien dans le contenu qu'au sein du réservoir de talents constituera un tremplin majeur pour mettre les industries de la création de la province sur la voie d'une réussite économique pérenne.
- Le personnel d'Ontario Créatif a adopté un mode de travail hybride depuis la reprise du retour progressif au bureau, en avril 2022.
- Le bail quinquennal des bureaux de l'organisme expire en octobre 2023; un examen des options est en cours avec Infrastructure Ontario tout au long de l'exercice 2022-2023.
- Un examen du mandat d'Ontario Créatif supervisé par le MTCS est programmé au quatrième trimestre de l'exercice financier en cours, le rapport final étant attendu pour le premier trimestre de 2023-2024.



## IV. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

### INTRODUCTION

Ontario Créatif a le plaisir de communiquer le cadre de son nouveau plan stratégique quinquennal, actuellement en phase finale d'élaboration. Il sera intentionnellement audacieux et ambitieux, tout en restant rationnel afin de veiller à ce que les résultats désirés puissent être obtenus. La consultation menée pour échauffer ce plan est de loin le plus vaste processus de mobilisation mis en œuvre par Ontario Créatif, puisqu'elle a nécessité de prendre contact avec plus de 700 parties prenantes par le biais d'un sondage, de groupes de consultation et d'entretiens particuliers. Ont participé les auteurs de demande au titre des programmes (retenus ou non), les chefs de file des industries de la création, le conseil d'administration, le personnel, des représentants du ministère, des universitaires et des spécialistes en technologie.

Ontario Créatif sollicitera l'approbation du ministère en vue de publier le plan avant sa date d'entrée en vigueur, fixée au 1<sup>er</sup> avril 2023. La présente section donne un aperçu du nouveau cadre stratégique prévu pour l'organisme. La section XIII du plan d'activités s'intéresse de plus près aux mesures et initiatives spécifiques qu'il est prévu de mettre en place au cours du premier exercice du plan.

### MISSION ET VISION

#### VISION

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

#### MISSION

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

### VALEURS

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

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



## **OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET CATALYSEURS**

Ontario Créatif propose toute une gamme de services dans le cadre de ses programmes de financement, de crédit d'impôt et de développement de l'industrie. Ces programmes se sont avérés efficaces et continueront de focaliser l'attention de l'organisme. Malgré les progrès réalisés, il reste encore des lacunes sectorielles que l'organisme peut tâcher de pallier grâce à ses objectifs stratégiques. En outre, alors qu'Ontario Créatif s'efforce d'atteindre ses objectifs stratégiques tout en assurant la gestion des précieux programmes et services actuellement proposés, l'organisme devra renforcer ses bases solides en se focalisant sur ses catalyseurs internes.

### **Objectif stratégique n° 1 : Renforcer les capacités**

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

- Travailler dans un esprit de collaboration pour faire en sorte que les industries ontariennes de la création soient diversifiées, durables et engagées sur la voie de la croissance grâce à une main-d'œuvre forte et qualifiée et à une solide infrastructure de soutien

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- l'adoption de critères d'évaluation de la diversité dans tous les programmes
- l'initiative de promotion de la diversité
- Accélération et d'autres initiatives en matière de diversité, d'équité, d'inclusion et d'accessibilité (DEIA)
- Écran vert Ontario
- l'aide au développement de l'industrie
- l'aide à la production et au repérage
- la contribution au développement des infrastructures
- la collecte de données démographiques
- l'élaboration d'un plan d'accessibilité pluriannuel

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Établir et mettre en œuvre une stratégie de développement de la main-d'œuvre
2. Apporter un soutien ciblé aux entreprises et aux projets dirigés par des personnes issues de la diversité qui présentent un fort potentiel de croissance économique et culturelle
3. Mettre à profit le rôle moteur de l'initiative Écran vert Ontario et étendre la portée de la stratégie de durabilité dans toutes les industries de la création

### **Objectif stratégique n° 2 : Doper la croissance**

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

- Soutenir la croissance des entreprises ontariennes de la création en investissant dans la création et la distribution d'œuvres de propriété intellectuelle (PI), en favorisant le développement des activités et en facilitant la collaboration dans chaque secteur et à l'échelle intersectorielle, grâce à des programmes modernes, adaptés et éclairés

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- les fonds d'investissement de base
- les crédits d'impôt

- les initiatives de collaboration et de partenariat
- le programme et les produits de recherche et de veille stratégique
- les initiatives de développement régional
- les comités consultatifs des industries

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Actualiser les programmes d'investissement de base pour tenir compte de l'évolution des possibilités d'affaires et concentrer les investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes
2. Améliorer les activités de communication et de liaison avec les entreprises émergentes et les nouveaux acteurs des industries de la création
3. Établir un partenariat avec le gouvernement pour simplifier les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt
4. Élaborer un plan de développement régional

### **Objectif stratégique n° 3 : Stimuler l'investissement**

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

Générer des investissements dans l'économie ontarienne de la création en faisant de la province une destination commerciale diversifiée, durable, innovante, compétitive et de renommée mondiale

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- les programmes d'investissement de base et les crédits d'impôt
- l'attraction des investissements étrangers
- les programmes en partenariat et les initiatives collaboratives
- les indicateurs de rendement clés (IRC)

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Trouver de nouvelles possibilités de partenariat et de parrainage avec le secteur privé pour accroître les capacités dans les domaines prioritaires d'Ontario Créatif
2. Envisager des modèles de financement innovants pour accroître les investissements dans les industries ontariennes de la création
3. Développer les productions cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères dans toutes les régions de l'Ontario
4. Établir un partenariat avec le gouvernement en vue de la modernisation continue des crédits d'impôt

### **Objectif stratégique n° 4 : Favoriser le développement international**

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

- Promouvoir de façon stratégique les contenus, les entreprises, les services et les talents de l'Ontario dans le monde entier pour conquérir des marchés, atteindre de nouveaux publics, créer des débouchés à l'exportation, tisser des partenariats commerciaux et attirer des investissements étrangers

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- les programmes de développement des marchés internationaux
- les programmes de marketing
- les initiatives de développement des activités à l'étranger
- les activités de communication
- les parrainages

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Examiner et améliorer les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux
2. Simplifier l'accès aux fonds d'aide au développement international et à la croissance des entreprises
3. Étoffer la proposition de valeur de la marque Ontario
4. Optimiser les partenariats noués avec des marques

### **Catalyseur n° 1: Offrir une expérience client exceptionnelle**

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

- Faire preuve d'excellence en matière de service en offrant en temps opportun des programmes et des services qui sont modernes, accessibles, inclusifs, réactifs et transparents et qui demeurent au diapason des besoins changeants du secteur

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- des améliorations et mises à jour de l'infrastructure informatique
- le transfert prévu des applications informatiques (Portail de demande en ligne, Photothèque numérique des extérieurs, etc.) dans le nuage
- l'évaluation régulière des commentaires de la clientèle à l'appui de l'amélioration des programmes et des services
- l'examen régulier des programmes
- les comités consultatifs des industries
- le comité d'accessibilité

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Examiner et améliorer l'accessibilité des programmes d'investissement et de crédit d'impôt
2. Mettre en œuvre une feuille de route pour les technologies de l'information afin d'accroître l'efficacité et d'améliorer l'expérience des parties prenantes
3. Renforcer les capacités et les outils de mesure du rendement

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

*Pour Ontario Créatif, cela signifie :*

Veiller au maintien d'un climat de travail et d'une culture d'équipe qui accordent la priorité au développement et au bien-être de notre personnel et renforcent le sentiment d'appartenance. Mettre à profit les technologies, les politiques et les valeurs communes pour promouvoir la collaboration et optimiser la productivité et l'efficacité.

*La méthode d'Ontario Créatif pour y parvenir :*

Mettre en œuvre des activités courantes telles que :

- le Sondage sur l'expérience employé au sein de la fonction publique de l'Ontario (FPO)
- le Comité de participation des employés
- le groupe d'étude sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DEI)
- la gestion du rendement et les plans d'apprentissage et de perfectionnement
- les possibilités de mentorat et de développement de carrière

Mener de nouvelles initiatives stratégiques, notamment :

1. Définir la culture d'Ontario Créatif et sa proposition de valeur au personnel
2. Promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme
3. Élaborer un modèle de travail hybride flexible, inclusif et efficace



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

### INTRODUCTION

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

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

1. **Investissement dans l'industrie et promotion du**

**secteur** : assure le soutien des sociétés des médias de la création afin qu'elles puissent créer et commercialiser du contenu, entreprendre des activités stratégiques d'expansion commerciale, accéder à de nouveaux marchés et étendre leurs activités. Les trois unités formant le Groupe de l'investissement dans l'industrie et de la promotion du secteur sont Développement de l'industrie (financement de l'investissement, soutien international et initiatives stratégiques), le Bureau ontarien de promotion de la musique (BOPM, financement de l'investissement, soutien international et initiatives stratégiques) et le Bureau du cinéma (services de marketing, de promotion, de renforcement des capacités et d'investissement de l'étranger). Collectivement, elles encouragent et favorisent la collaboration intersectorielle et intrasectorielle, contribuant à la croissance économique des entreprises de l'industrie de la création de l'Ontario.

**En 2021-2022, 460500 pieds carrés de studios supplémentaires ont été trouvés pour les producteurs cherchant à**

2. **Le Groupe des programmes de crédits d'impôt et de financement** : coadministre cinq crédits d'impôt<sup>57</sup> remboursables avec l'Agence du revenu du Canada (ARC). Le Groupe donne son avis au MTCS, et assure la compilation et le suivi de statistiques sur les crédits d'impôt qui orientent ensuite les conseils stratégiques formulés à l'intention du gouvernement quant à la situation des industries des médias de la création et à l'efficacité des crédits d'impôt.

3. **Le Groupe des activités opérationnelles et de la recherche (AOR)** : assure la planification générale et le soutien opérationnel dont Ontario Créatif a besoin pour atteindre ses objectifs, notamment dans les domaines de la planification stratégique et opérationnelle, de la veille stratégique et des statistiques, des services financiers, des technologies de l'information, de la production de rapports sur les résultats en matière de rendement, et des opérations administratives. Le

**Avec plus de 6200, le nombre de visiteurs uniques de la Bibliothèque de recherche en ligne (BRL) a augmenté de 26 % en 2021-2022, par rapport à l'exercice précédent.**

<sup>57</sup> Dans le budget de l'Ontario 2015, il a été annoncé que le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES) serait abandonné. Une société admissible peut présenter une demande de CIOES à l'égard d'enregistrements sonores admissibles ayant débuté avant le 23 avril 2015, mais peut uniquement appliquer le crédit d'impôt aux dépenses admissibles engagées avant le 1<sup>er</sup> mai 2015.

Groupe appuie le MTCS et l'industrie en procédant à la collecte et à la diffusion de statistiques sectorielles, et suit l'évolution des politiques fédérales (par exemple, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Fonds des médias du Canada). Un soutien en matière de ressources humaines (RH) est apporté à l'organisme par le ministère des Services au public et aux entreprises (MSPE) par l'entremise de son service centralisé, RH Ontario.

4. **Le Bureau de la direction générale et des communications** : englobe le bureau de la présidence-direction générale, le conseil d'administration d'Ontario Créatif et l'équipe des communications, à qui il incombe d'appuyer l'ensemble des activités de communication de l'organisme, conformément au plan de communication figurant à la section XIV.

## PRIORITÉS DE L'ORGANISME

Le plan d'activités d'Ontario Créatif est en phase avec les priorités du gouvernement et du ministère, soit la croissance et la compétitivité économiques, la relance après la COVID-19, le développement de la main-d'œuvre, la réduction des formalités administratives, le développement économique régional et l'investissement dans l'infrastructure. De surcroît, il tient compte des priorités énoncées dans la lettre de mandat qui lui a été adressée, notamment la collaboration et l'innovation, la réactivité, la diversité et l'inclusion, la formation et l'entrepreneuriat, la modernisation des crédits d'impôt, ainsi que la mesure du rendement et la production de rapports connexes. Les programmes et services sont axés sur ces thèmes et l'organisme veille à fonctionner de manière responsable, transparente et conforme à toutes les directives pertinentes, comme il lui incombe de le faire en qualité d'organisme provincial régi par un conseil d'administration.

**En 2021-2022, les délais de traitement de l'ensemble des crédits ont été 35 % plus rapides qu'en 2020-2021 et 61 % plus rapides qu'en 2017-2018.**

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

- le renforcement des capacités et le développement de la main-d'œuvre
- la diversité et l'inclusion/l'accessibilité
- la liaison et le développement régionaux
- l'écoresponsabilité
- le service à la clientèle/l'amélioration des processus opérationnels
- le développement des marchés internationaux
- la démonstration de son impact

Ces thèmes imprègnent aussi bien les programmes de base que les initiatives limitées dans le temps qu'Ontario Créatif propose d'entreprendre en 2023-2024, comme en témoigne l'annexe A.

## PROGRAMMES, SERVICES ET ACTIVITÉS

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

**Les investissements d'Ontario Créatif ont appuyé plus de 1100 sociétés en 2021-2022, subventions accordées et certificats de crédit d'impôt délivrés compris.**



## QUE FINANÇONS-NOUS? PRINCIPES CLÉS

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

L'organisme investit dans des activités nouvelles, pas dans les activités principales. Il partage le risque avec les auteurs de demande retenus; le financement se limite à un pourcentage du budget total du projet, de sorte que la société bénéficiaire garde la responsabilité de lever d'autres fonds publics et privés, et de puiser dans ses propres ressources pour pouvoir entreprendre l'activité.

Les critères de décision servant à déterminer quelles demandes sont financées mettent l'accent sur plusieurs facteurs, à savoir :

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

**Le RCI du Fonds pour l'exportation a atteint 224,88 dollars en 2020-2021, soit une hausse de 130 % par rapport à 2019-2020.**

**Le prestigieux rendez-vous collaboratif du BOPM, Business is Better with Music, a mobilisé des centaines de participants de près de 150 sociétés des quatre coins du Canada, générant plus de 150000 dollars d'accords directs en 2021-2022.**

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

## TABLEAU 1 : SOMMAIRE DES PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT DE BASE

Fonds	But	Détail des changements apportés au programme en 2023-2024
Fonds du livre	Financement destiné aux éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens afin d'accroître leur viabilité financière et leur croissance commerciale globale par le biais d'activités de marketing ou d'activités permettant de créer ou de renforcer leur capacité numérique. Jusqu'à 150 000 dollars par éditeur et par année, en fonction du type de projet, des recettes de ventes, et de la remise et de l'évaluation de plans de projet.	Pas de modification importante en 2023-2024.

<b>Fonds pour la production cinématographique</b>	<p>Soutien destiné aux producteurs ontariens à l'égard de projets de long métrage qui sont prêts à entrer en production ou en sont aux étapes finales du développement. Le fonds comporte trois volets : 1) Développement – prêt sans intérêt de 25 000 dollars maximum pour n'importe quelle étape du développement; 2) Production – avance remboursable de 400 000 dollars maximum en dernier recours pour boucler le financement; 3) Initiative pour le marketing et la distribution – subvention de 25 000 dollars maximum pour mener des activités de développement du public. Les projets doivent faire l'objet d'une diffusion auprès du grand public (en salles ou numérique) et être d'une durée supérieure à 75 minutes. Budget minimal de 1 million de dollars pour les drames et de 600 000 dollars pour les documentaires.</p>	<p>Pas de modification importante en 2023-2024.</p>
<b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	<p>Financement visant à appuyer les nouveaux projets d'expansion commerciale d'éditeurs de revues domiciliés en Ontario et appartenant à des intérêts canadiens, y compris les projets qui aident les éditeurs à s'adapter et à se préparer à relever les défis du numérique au sein d'un marché en évolution rapide. Jusqu'à 75 000 dollars par éditeur, en fonction du type de projet.</p>	<p>Pas de modification importante en 2023-2024.</p>
<b>Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques</b>	<p>Soutien financier destiné à des sociétés domiciliées en Ontario appartenant à des intérêts canadiens afin de faire progresser des produits liés à des PI exclusives à l'étape de la production et de créer des produits/contenus multimédias interactifs numériques immédiatement commercialisables. Un soutien est également accordé aux activités suivantes : définition du concept, activités préliminaires de sociétés émergentes, développement des marchés internationaux, aide à la découvrabilité et commercialisation, et développement de l'industrie.</p>	<p>Pas de modification importante en 2023-2024.</p>
<b>Développement des activités à l'étranger</b>	<p>Soutien stratégique et financier destiné à créer de nouveaux débouchés à l'étranger par le biais du Fonds d'Ontario Créatif pour le développement des marchés internationaux afin de compenser les coûts liés à la fréquentation de marchés, aux opérations de mise en place de stands collectifs lors de marchés, et à l'accroissement de la présence promotionnelle et stratégique en vue d'améliorer l'accès aux marchés et la visibilité.</p>	<p>Pas de modification importante en 2023-2024.</p>



<b>Programme de développement de l'industrie</b>	Soutien financier et stratégique ciblé pour les associations professionnelles et organisatrices de manifestations établies dans les secteurs de l'édition et de la production de contenu pour écran à l'égard d'activités qui génèrent de nouvelles possibilités de croissance commerciale et de renforcement des capacités pour les professionnels de l'industrie de la création de l'Ontario.	Pas de modification importante en 2023-2024; maintien de la priorité accordée aux demandes favorisant la diversité, le développement de la main-d'œuvre et les activités de commerce interentreprises à impact élevé.
<b>Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique (FOIIM)</b>	Le FOIIM vise à renforcer et à stimuler la croissance des sociétés du secteur de la musique de l'Ontario et à soutenir ce secteur en plein essor. Ontario Créatif offre un soutien financier afin de dynamiser l'activité et l'investissement et de soutenir les sociétés et organismes du secteur de la musique de l'Ontario en accroissant leur présence économique et culturelle au Canada et dans le monde.	Pas de modification importante en 2023-2024.
<b>Programme de veille stratégique (PVS)</b>	Soutien financier pour les organismes sans but lucratif et constitués en personne morale de l'industrie qui entreprennent des initiatives de veille stratégique visant à rassembler, à formuler et à diffuser de l'information stratégique favorisant la croissance d'un ou de plusieurs secteurs de la création en Ontario.	Pas de modification importante en 2023-2024; maintien de la priorité accordée aux demandes favorisant la diversité et le développement de la main-d'œuvre.

## TABLEAU 2 : CRÉDITS D'IMPÔT

<b>Crédit d'impôt</b>	<b>But</b>
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO)	Crédit d'impôt remboursable de 35 % des dépenses admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles admissibles de sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles. Un taux de crédit d'impôt bonifié de 45 % s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 % sur les premiers 240000 dollars de dépenses admissibles de main-d'œuvre s'applique aux premières productions admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP)	Crédit d'impôt remboursable de 21,5 % des dépenses admissibles ontariennes de main-d'œuvre et autres engagées à l'égard des productions cinématographiques et télévisuelles admissibles de sociétés sous contrôle canadien ou étranger et domiciliées en Ontario qui sont admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)	Crédit d'impôt remboursable de 18 % des dépenses admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard d'animation et d'effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles par des sociétés sous contrôle canadien ou étranger domiciliées en Ontario.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs numériques (CIOPMIN)	Crédit d'impôt remboursable de 40 % (35 % dans le cadre d'un achat de services) des dépenses admissibles ontariennes engagées pour créer des produits MIN en Ontario par des sociétés sous

	contrôle canadien ou étranger et domiciliées en Ontario qui sont admissibles.
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition (CIOME)	Crédit d'impôt remboursable de 30 % des dépenses admissibles engagées à l'égard d'œuvres littéraires admissibles d'auteurs canadiens par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles.

### TABLEAU 3 : SERVICES DU BUREAU DU CINÉMA

Photothèque numérique des extérieurs (PNE)	Répertoire en ligne permettant aux professionnels de l'industrie d'accéder à 9000 lieux de tournage dans toute la province.
Service de consultation en matière de production	Le Bureau du cinéma donne des conseils aux producteurs qui envisagent l'Ontario comme destination pour investir dans une production, et apporte une aide à la résolution des problèmes sur le terrain aux productions en tournage dans la province. Les services de consultation comprennent des conseils en matière d'extérieurs, des visites d'extérieurs et la mise en relation des producteurs avec les fournisseurs, les prestataires et les travailleurs locaux.

### TABLEAU 4 : INITIATIVES LIMITÉES DANS LE TEMPS

Domaine de programme	Initiative	Notes
Bureau ontarien de promotion de la musique	Fonds Accélération pour les entrepreneurs noirs et autochtones (musique)	Maintien de cette initiative pour une troisième année.
Bureau ontarien de promotion de la musique	Initiative de promotion de la diversité (musique)	Maintien de cette initiative pour une troisième année.
Programme de développement de l'industrie	Initiative de promotion de la diversité (Développement de l'industrie)	Maintien de cette initiative dans le cadre du Fonds pour la production cinématographique, du Fonds du livre, du Fonds d'aide aux éditeurs de revues, du Fonds pour les produits MIN et du Programme de développement de l'industrie.

\* Voir la section XIII (Plan de mise en œuvre 2023-2024), p. 54, pour obtenir des précisions sur les initiatives.

## FONCTIONNEMENT DE L'ORGANISME

Outre les activités habituelles, les priorités opérationnelles pour l'exercice à venir incluront le bail et l'aménagement des bureaux, dans le but de réduire l'empreinte physique de l'organisme. Le bail quinquennal actuel de ses bureaux expire le 31 octobre 2023. En 2023-2024, l'organisme poursuivra la finalisation de l'aménagement de ses locaux en collaboration avec Infrastructure Ontario.

La section « Groupe des activités opérationnelles et de la recherche », qui figure à l'annexe A, donne des précisions quant aux activités opérationnelles prévues.

## VI. RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

- Les programmes et activités définis dans ce plan reposent sur un statu quo en matière de ressources financières et humaines.
- Les principales ressources financières comprennent les fonds de fonctionnement reçus de la part du MTCS, d'un montant minimal de 35,45 millions de dollars par exercice en 2023-2024, 2024-2025 et 2025-2026. Le plan nécessite en outre un montant estimatif de recettes propres de 5,2 millions de dollars en 2023-2024, de 5,2 millions en 2024-2025 et de 5,4 millions en 2025-2026. Le montant total des coûts opérationnels, initiatives stratégiques limitées dans le temps non comprises, est estimé à 39,4 millions de dollars, en 2023-2024, 39,3 millions en 2024-2025 et 39,4 millions en 2025-2026.
- La stratégie de réduction budgétaire de l'organisme a toujours consisté à atténuer l'impact direct des coupes sur l'industrie en ajustant les calendriers, en maîtrisant les dépenses, en procédant à des modifications de programmes, en augmentant les recettes et en réduisant la portée de programmes, ainsi qu'à assurer la viabilité financière et stratégique à long terme de la planification stratégique et opérationnelle de l'organisme. Le budget des programmes et services de base est équilibré, et les réserves de trésorerie ne sont utilisées que pour appuyer des initiatives limitées dans le temps qui ne génèrent pas d'attentes à long terme de la part des parties prenantes. Ainsi, l'organisme limite les coûts et ses activités sont rationalisées et efficaces.
- Au titre des nouveautés figurant dans son nouveau plan stratégique, Ontario Créatif compte étudier les partenariats avec d'autres entités afin de générer des recettes, à l'appui de la priorité consistant à rechercher les possibilités de cette nature, définie dans la lettre de mandat (une obligation imposée à l'échelle gouvernementale à tous les organismes provinciaux régis par un conseil d'administration).



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

Chaque trimestre, Ontario Créatif met à jour un registre des risques et le présente au MTCS. Le registre des risques évalue les facteurs de risque qui pèsent sur les activités actuelles et futures de l'organisme et son environnement, de même que leurs répercussions. Ontario Créatif a élaboré des stratégies complètes pour atténuer tous les risques qu'il a décelés et s'efforcera, au fur et à mesure de leur évolution ou de l'émergence de nouveaux risques, d'informer le MTCS et d'agir judicieusement afin de réduire le plus possible les conséquences négatives.

Le registre des risques complet au deuxième trimestre de 2022-2023 figure à l'annexe B.

## VIII. RESSOURCES HUMAINES ET DOTATION EN PERSONNEL

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

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

Un certain nombre de changements organisationnels ont eu lieu en 2022-2023. Le Groupe du développement de l'industrie a été rebaptisé Investissement dans l'industrie et promotion du secteur, et les postes de chef au sein du service ont été reclassés en postes de direction, ce qui a permis de supprimer un poste supérieur. La structure plus horizontale vise à améliorer la vitesse et l'efficacité du flux de l'information et de la prise des décisions. Il y a aussi eu des changements structurels et des réalignements de postes au sein du service des communications, du bureau de la direction générale et du service des crédits d'impôt, notamment la création de deux postes de chef pour réduire l'étendue des responsabilités, optimiser les processus opérationnels et remédier aux problèmes de capacité en matière de volume de travail.

Dans le cadre d'un sondage de l'ensemble des employés de la FPO mené en avril 2022, le personnel d'Ontario Créatif a affiché un fort taux de participation de 92 % (contre 60 % dans toute la FPO), de même qu'un solide indice de mobilisation de 73,9 (contre 69,2 dans toute la FPO). Bien que les résultats aient été plutôt positifs dans l'ensemble, les indicateurs ont fait état d'un déclin dans de nombreux domaines par rapport à l'exercice précédent, à l'image des autres secteurs de la FPO.

Le Comité de participation des employés a été créé en 2018, lequel a élaboré un plan d'action détaillé pour mobiliser le personnel. Parmi ses réalisations récentes, citons l'organisation d'une activité bénévole collective, la promotion d'une meilleure connaissance des catégories de salariés de la FPO et le renouvellement d'un programme d'accompagnement. Le Comité travaillera en étroite collaboration avec la direction pour répondre aux priorités issues du récent Sondage sur la participation des employés, et appuyer les orientations et les mesures figurant dans le plan stratégique.

Ontario Créatif travaille continuellement à l'amélioration de l'organisme et de son milieu de travail. En 2022-2023, les membres de l'équipe de direction ont fait l'objet d'évaluations tous azimuts afin de déceler les possibilités de progrès. Le nouveau plan stratégique comprend deux catalyseurs internes promettant d'offrir une expérience client exceptionnelle pour le premier et de développer le pouvoir d'agir des équipes pour le second. Cela signifie que l'organisme continuera de veiller à ce que les programmes soient sensibles aux besoins des parties prenantes, mettra davantage à profit les technologies, et mettra l'accent sur l'épanouissement, le développement et le bien-être du personnel.

Ontario Créatif est déterminé à travailler main dans la main avec son personnel à l'amélioration de son milieu de travail tout au long de l'année à venir, notamment grâce à plusieurs initiatives décrites dans le cadre des engagements pris dans le nouveau plan stratégique. En 2023-2024, l'organisme compte commencer à définir sa culture et sa proposition de valeur à ses employés, à

promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme, et à élaborer un modèle de travail hybride flexible, inclusif et efficace. Les mesures spécifiques qu'il est prévu de prendre cette année sont décrites à la section XIII (Plan de mise en œuvre) et consisteront, entre autres, à élargir le programme de mentorat des employés par des activités sectorielles et à mettre l'accent sur le renforcement de l'esprit d'équipe et l'efficacité dans un environnement hybride.

Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'effectif par classe d'emploi de l'unité de négociation ainsi qu'une estimation du nombre d'ETP :

#### **CAPACITÉ EN ETP**

<b>GCS/CTI</b>	<b>SRC</b>	<b>Exclus</b>	<b>SEFPO</b>	<b>AEEGAPCO</b>	<b>TOTAL</b>
3	8	0	62	5	78

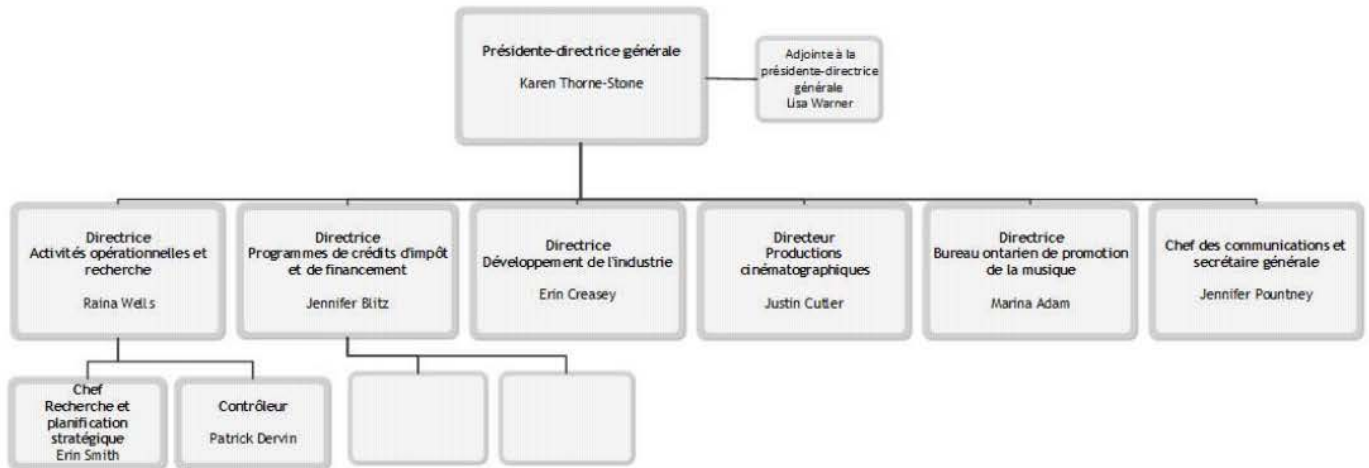
#### **ETP PRÉVUS**

<b>2024-2025</b>	<b>2025-2026</b>
78	78

# ORGANIGRAMME

au 16 novembre 2022

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





## IX. MESURES DU RENDEMENT

Les mesures du rendement d'Ontario Créatif indiquent de manière régulière si ses programmes et activités atteignent leurs objectifs, et donnent un aperçu de la santé globale des industries de la création de l'Ontario. Les mesures du rendement fondées sur les résultats de l'organisme ont été conçues de manière à cadrer parfaitement avec son plan stratégique et avec les objectifs stratégiques du MTCS.

En 2023-2024, lorsqu'il lancera son nouveau plan stratégique quinquennal, l'organisme évaluera les IRC actuels et les réalignera sur le nouveau cadre stratégique, et il concevra de nouveaux indicateurs de résultats. De plus, il réalisera une carte détaillée des données et un manuel d'instructions en vue d'améliorer l'harmonisation du processus de collecte des résultats, notamment l'examen des données saisies dans les formulaires de demande. Le Groupe des activités opérationnelles et de la recherche se chargera en outre de chercher et d'acquérir un logiciel d'analyse opérationnelle. Il s'agira d'une première étape dans une démarche d'amélioration de la gestion des données, de production de rapports et de création de représentations visuelles plus convaincantes, et ce, afin de rédiger de meilleurs articles sur les retombées et les résultats des programmes et des services d'Ontario Créatif.

Le tableau suivant présente les résultats périodiques au 30 septembre 2022 (deuxième trimestre) à l'égard des indicateurs de rendement clés. Les mesures en vert correspondent à celles que l'organisme pense conserver dans son nouveau cadre; celles en jaunes seront probablement modifiées lors du réalignement sur le nouveau plan stratégique; celles en rouge devraient être abandonnées. Des objectifs sont prévus pour toutes les mesures en vert et en jaune.

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

**Mesures de rendement d'Ontario Créatif au T2 2022-2023**

au 30 septembre 2022

Légende :

Vert – mesure qui devrait être conservée telle quelle

Jaune – mesure qui devrait être modifiée

Rouge – mesure qui devrait être progressivement abandonnée

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023	2023-2024	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Objectif stratégique n° 1 : STIMULER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET L'EMPLOI</b>								
<b>1. Valeur estimée des crédits d'impôt (millions)</b>	140 \$	127 \$	600 \$	680 \$	723 \$	690 \$	621 \$	
<b>2. Valeur de levier (montant de financement additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)</b>								
a) Investissement par le biais de l'ensemble des crédits d'impôt	13,31 \$	12,19 \$	15,00 \$	15,00 \$	16,30 \$	14,53 \$	13,59 \$	
b) Investissement par le biais du Fonds du livre	-	0,62 \$	0,65 \$	0,65 \$	0,73 \$	0,65 \$	0,60 \$	
c) Investissement par le biais du Fonds pour la production cinématographique (Production)	13,96 \$	-	20,00 \$	20,00 \$	26,41 \$	19,73 \$	18,49 \$	Note 8
d) Investissement par le biais du Fonds pour les produits MIN (Production)	2,82 \$	-	3,00 \$	3,00 \$	3,46 \$	2,75 \$	2,17 \$	
e) Investissement par le biais du Fonds d'aide aux éditeurs de revues	0,81 \$	-	0,70 \$	0,80 \$	0,95 \$	0,92 \$	0,70 \$	
f) Investissement par le biais du Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique	-	5,12 \$	5,50 \$	5,50 \$	4,64 \$	5,09 \$	5,84 \$	
g) Investissement par le biais du Programme de veille stratégique	1,45 \$	-	1,25 \$	2,25 \$	2,14 \$	1,31 \$	0,91 \$	
<b>3. Rendement du capital investi (recettes de ventes générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif)</b>								
a) Fonds du livre	-	-	2,00 \$	4,50 \$	Note 2	4,63 \$	5,54 \$	

b) <b>Financement de l'exportation</b> (Fonds pour l'exportation et Fonds pour les produits MIN : Programme de développement des marchés internationaux)	-	-	100,00 \$	175,00 \$	Note 2	224,88 \$	95,63 \$	Note 9
c) <b>Fonds pour les produits MIN : Programme d'aide à la promotion</b>	-	-	2,00 \$	3,00 \$	Note 2	2,52 \$	3,22 \$	
d) <b>Fonds d'aide aux éditeurs de revues</b>	-	-	0,75 \$	2,00 \$	Note 2	3,91 \$	0,52 \$	
<b>4. Indicateurs de croissance économique et d'emploi relatifs au Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique</b>								
a) Augmentation des recettes brutes pour les sociétés soutenues par le <b>FOIM</b>	Résultats annuels		45,00 \$	45,00 \$	n.d.	(17,80 \$)	(14,30 \$)	Notes 5 et 10
b) Investissements et capitaux propres du secteur privé obtenus grâce au soutien du <b>FOIM</b> (millions)	Résultats annuels		12,75 \$	12,75 \$	n.d.	17,20 \$	11,58 \$	Note 5
c) Nombre d'emplois créés et/ou préservés par les sociétés soutenues par le <b>FOIM</b> (ETP)	Résultats annuels		500	500	n.d.	306	478	Note 5
<b>5. Autres indicateurs de croissance économique et d'emploi</b>								
a) Nombre de semaines de travail créées et/ou préservées grâce aux projets du <b>Fonds pour les produits MIN</b> et du <b>Fonds pour la production cinématographique</b>	8 266	Résultats non définitifs	20 000	25 000	25 300	24 415	32 625	
b) Indice de création d'emplois (nombre d'emplois par million de dollars d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
c) Indice de la qualité des emplois (salaire moyen par emploi)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
d) Indice du RCI économique (PIB par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
e) Effet de levier des investissements (fonds du secteur privé par dollar d'aide d'Ontario Créatif)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023 Objectif	2023-2024 Objectif	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Objectif stratégique n° 2 : PROMOUVOIR LES INDUSTRIES</b>								
<b>1. Production cinématographique et télévisuelle</b>								
a) Nombre de <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario	64	68	140	175	151	104	170	
Intérieures	24	40	70	100	83	61	102	
Étrangères	40	28	70	75	68	43	68	
b) Valeur des <b>productions cinématographiques et télévisuelles</b> tournées en Ontario (millions)	696 \$	608 \$	1 500 \$	2 000 \$	1 793 \$	1 246 \$	1 638 \$	

Intérieures	185 \$	209 \$	375 \$	600 \$	520 \$	370 \$	674 \$	
Étrangères	511 \$	398 \$	1 125 \$	1 400 \$	1 273 \$	876 \$	964 \$	
c) Nombre de productions intérieures et étrangères en cours de repérage actif accédant aux services de repérage d'Ontario Créatif	40	23	90	120	105	114	140	
<b>2. Bureau de Los Angeles pour la production cinématographique et télévisuelle à Toronto (Ontario)</b>								
a) Nombre de pistes générées par le <b>Bureau de Los Angeles</b>	54	64	100	140	110	112	110	
b) Proportion des <b>projets soutenus par le Bureau de Los Angeles</b> tournés en Ontario	19	11	40	55	57	Nouvelle mesure en 2021-2022		Note 6
c) Valeur des <b>projets soutenus par le Bureau de Los Angeles</b> tournés en Ontario (millions)	327 \$	221 \$	800 \$	1 100 \$	1 000 \$	969 \$	654 \$	
<b>3. Influence des médias sociaux</b>								
a) Score Sysomos	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	8/10	
b) Nombre de nouveaux abonnements aux chaînes d'Ontario Créatif dans les médias sociaux	1 351	912	2 500	5 000	4 411	5 006	2 822	
<b>4. Empreintes médiatiques</b>								
a) Nombre d'empreintes médiatiques (millions)	2,2	8,7	50,0	50,0	48,3	110,3	71,7	
b) Nombre d'empreintes médiatiques du <b>Prix littéraire Trillium</b> (millions)	142,4	-	150,0	150,0	135,7	59,5	126,5	
c) Reprises dans des communiqués de presse ( <b>Prix littéraire Trillium</b> seulement)	149,0	-	500,0	500,0	574,0	471,0	Nouvelle mesure en 2020-2021	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023 Objectif	2023-2024 Objectif	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Objectif stratégique n° 3 : ENCOURAGER LA COLLABORATION ET L'INNOVATION</b>								
<b>1. Aide au développement de l'industrie</b> (Programme de développement de l'industrie, aide à la promotion du secteur, autres aides d'Ontario Créatif au développement de l'industrie)								
a) Nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif	68	7	60	80	67	58	76	
b) Nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants à des initiatives menées ou soutenues par Ontario Créatif	40	200	6 500	12 000	11 274	6 424	14 214	
c) Nombre de relations/pistes d'affaires établies grâce au soutien du <b>FOIIM</b>	Résultats annuels		6 000	6 000	n.d.	n.d.	n.d.	Note 5



Initiatives pour l'industrie de la musique								
<b>2. Développement des activités à l'étranger</b>								
a) Nombre de marchés au sein desquels Ontario Créatif a orchestré une présence stratégique	5	3	8	10	13	6	7	
b) Nombre de marchés étrangers dans le cadre desquels des participants ontariens bénéficient d'un soutien des activités d'exportation	24	27	150	130	117	129	181	
<b>3. Initiatives collaboratives</b>								
a) Nombre d'activités collaboratives menées par Ontario Créatif	0	2	4	4	2	3	5	
b) Nombre de relations d'affaires établies grâce à des rencontres lors d'activités collaboratives	0	1 050	700	1 000	940	1 210	1 050	
c) Nombre d'accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	0	0	4	10	17	4	4	
d) Valeur (le cas échéant) des accords/options découlant d'activités collaboratives après 12 mois	0 \$	0 \$	15 000 \$	75 000 \$	173 750 \$	22 500 \$	13 750 \$	
<b>4. Veille stratégique</b>								
a) Nombre de projets de <b>veille stratégique</b> publiés	0	1	8	8	11	6	10	
b) Nombre de <b>profils sectoriels</b> mis à jour	0	0	8	8	7	11	8	
c) Nombre de consultations uniques des <b>profils sectoriels</b> sur le site Web de l'organisme	1 527	1 339	15 000	6 000	7 408	6 217	12 830	
d) Nombre de nouveaux documents ajoutés à la <b>Bibliothèque de recherche en ligne</b>	0	19	60	60	46	33	141	
e) Nombre de visiteurs uniques de la <b>Bibliothèque de recherche en ligne</b>	2 917	1 557	5 000	10 000	6 262	4 975	2 142	
f) Nombre de consultations uniques du <b>bulletin de veille stratégique</b>	45	77	1 000	1 000	780	1 234	1 551	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023 Objectif	2023-2024 Objectif	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Catalyseur stratégique n° 1 : ASSURER L'EXCELLENCE DES SERVICES ET DES ACTIVITÉS</b>								
<b>1. Prestation des programmes</b>								
a) Nombre de demandes reçues (fonds et crédits d'impôt)	893	627	2 200	2 400	2 345	2 248	2 588	Note 1

b) Délai de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus (semaines)	20,8	20,6	25,0	20,0	16,5	25,3	35,1	
c) Temps moyen d'analyse des dossiers de crédit d'impôt (semaines)	8,1	6,9	5,0	5,0	5,7	3,9	5,2	
d) Nombre total de produits examinés pour crédit d'impôt	447	680	2 700	2 700	1 928	3 611	2 947	
e) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (délai moyen de traitement des demandes, semaines)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
f) Indice de l'efficacité de la prestation des programmes (coût moyen par demande)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	Note 3	Note 3	Note 3	
<b>2. Service</b>								
a) Nombre d'appels et de courriels de service	1 153	1 089	4 000	4 000	4 290	4 805	4 186	
b) Nombre de demandes de renseignements ministérielles	25	41	100	100	109	90	144	
c) Sondage sur la satisfaction de la clientèle (environ tous les 5 ans)	Résultats annuels		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	Note 4
<b>3. Mesures du rendement relatives aux risques</b>								
a) Pourcentage des risques gérés atténués depuis le dernier trimestre	-7 %	0 %	10 %	10 %		Nouvelle mesure en 2021-2022		
b) Pourcentage de risques ayant une cote intermédiaire ou basse (cote de 10 ou inférieure)	86 %	92 %	80 %	80 %		Nouvelle mesure en 2021-2022		

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023 Objectif	2023-2024 Objectif	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Catalyseur stratégique n° 2 : AUTONOMISER LES PERSONNES ET LES ÉQUIPES</b>								
1. Pourcentage de membres du personnel appartenant à l'organisme depuis 5 ans ou plus	Résultats annuels		60 %	60 %	72,1 %	62,5 %	57,5 %	
2. Pourcentage de membres du personnel ayant des plans d'amélioration du rendement et d'apprentissage	Résultats annuels		95 %	95 %	Note 2	94,4 %	100,0 %	
3. Pourcentage de membres du personnel ayant pris part à une ou plusieurs activités de perfectionnement professionnel au cours de l'année	Résultats annuels		95 %	95 %	Note 2	94,4 %	97,5 %	
<b>4. Sondage des employés de la FPO (écart entre les résultats d'Ontario Créatif et de la FPO au Sondage sur la participation des employés, au moment de sa publication)</b>								
a) Indice de mobilisation	Résultats annuels		+9,0	+8,0	n.d.	+7,4	+9,6	
b) Indice d'inclusion	Résultats annuels		+5,0	+5,0	n.d.	+4,6	+5,2	
c) Obstacles au rendement	Résultats annuels		+8,0	n.d.	n.d.	+13,3	+3,4	

d) Indépendance et innovation	Résultats annuels	+1,0	+2,0	n.d.	+1,0	+1,7	Note 7
e) Apprentissage et perfectionnement	Résultats annuels	+10,0	n.d.	n.d.	+7,9	+9,1	
f) Pratiques de leadership	Résultats annuels	+10,0	+5,0	n.d.	+11,0	+11,6	
g) Qualité du service	Résultats annuels	+8,0	n.d.	n.d.	+8,0	+14,2	Note 7
h) Communication organisationnelle	Résultats annuels	+14,0	n.d.	n.d.	+14,3	+19,0	
i) Taux de réponse au sondage	Résultats annuels	+25,0	+30,0	n.d.	+29,0	+29,8	

Indicateur de rendement clé	Résultats trimestriels 2022-2023		Objectifs		Résultats des exercices précédents			Notes
	T1	T2	2022-2023 Objectif	2023-2024 Objectif	2021-2022 Réels	2020-2021 Réels	2019-2020 Réels	
<b>Mesures de suivi liées à la COVID-19</b>								
Nombre d'engagements d'investissement qui ont été modifiés compte tenu des nouvelles priorités liées à la COVID-19	Résultats annuels		n.d.	n.d.	129	391	Nouvelle mesure en 2020-2021	
Dollars alloués aux mesures de santé et de sécurité liées à la COVID-19	Résultats annuels		n.d.	n.d.	989 619 \$	Nouvelle mesure en 2021-2022		

**NOTES :**

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

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

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

(2) Les résultats ne sont pas encore disponibles.

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

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

(5) Les résultats obtenus en 2019-2020 ne sont pas comparables à ceux des exercices précédents en raison d'une réduction du financement à partir de 2019-2020 (de 15 à 7 millions de dollars) préalablement à l'examen du programme en fin d'exercice. Le Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) a fait l'objet d'une relance en 2020-2021 sous le nom de Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique, avec des paramètres différents. Les résultats de 2019-2020 ne sont pas comparables à ceux de 2020-2021 et des exercices ultérieurs en raison de paramètres de programme différents introduits en 2020-2021.

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

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

(8) Les valeurs de levier du Fonds pour la production cinématographique (Production) 2021-2022 n'incluent pas les soutiens additionnels liés à la COVID-19.

(9) Le chiffre de 2019-2020 a été rectifié. Le chiffre précédemment publié de 125,12 \$ excluait par erreur les données du Programme de développement des marchés internationaux du Fonds pour les produits MIN.

(10) Les chiffres de l'augmentation des recettes brutes sont négatifs du fait des répercussions considérables de la pandémie (notamment les fermetures prolongées de salles, les reports et annulations de tournées, et l'inflation galopante) sur le secteur des concerts tout particulièrement, et sur tout l'écosystème sectoriel de la musique par ricochet.



Ontario Créatif a atteint ou dépassé la plupart des objectifs de rendement en 2021-2022, tout en notant ce qui suit :

- Les objectifs en matière de valeur de levier ont été dépassés pour l'ensemble des fonds et des crédits d'impôt en 2021-2022. La valeur de levier désigne le montant de dépenses additionnelles générées pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. À 26,41 dollars, la valeur de levier du Fonds pour la production cinématographique a notamment été supérieure de 33 % à celle de 2020-2021, signe que les budgets des projets ont été plus importants que prévu. Pour la majorité des fonds et des crédits d'impôt, la valeur de levier a dépassé non seulement les objectifs cette année, mais aussi les résultats des deux derniers exercices (à l'exception du FOIM, dont la valeur de levier était légèrement inférieure par rapport aux niveaux de 2020-2021).
- Les productions cinématographiques et télévisuelles tournées en Ontario ont largement excédé les prévisions, tout particulièrement les productions intérieures, dont le nombre et la valeur ont quadruplé par rapport aux niveaux attendus, la production accumulée ayant pu redémarrer après une période de restrictions. Les productions facilitées par le Bureau de Los Angeles ont également fait mieux que prévu, leur valeur ayant franchi la barre du milliard de dollars. Les projections reposaient sur l'hypothèse que la reprise après la COVID-19 serait plus lente.
- Avec 48,3 millions d'empreintes médiatiques au total (sans compter celles liées au Prix littéraire Trillium), Ontario Créatif a raté de peu sa cible de 50 millions. Les empreintes médiatiques du Prix littéraire Trillium, en revanche, ont représenté plus du double des niveaux de 2020-2021 et égalé ceux de 2019-2020, avec 135,7 millions. La mobilisation via les médias sociaux a été massive, forte de plus de 4400 nouveaux abonnés aux différentes chaînes de l'organisme.
- Nombre des objectifs liés à l'objectif stratégique n° 3 (collaboration et innovation) ont été atteints ou dépassés, à l'image du nombre d'initiatives de développement de l'industrie menées ou soutenues par Ontario Créatif et du nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants. Les 117 marchés étrangers dans le cadre desquels des participants ontariens bénéficient d'un soutien des activités d'exportation étaient en dessous de l'objectif fixé à 150, les restrictions en matière de voyage ayant été maintenues au cours de l'exercice financier. De même, seules deux initiatives collaboratives ont été menées sur quatre prévues. Cependant, la valeur des accords et des options ayant découlé des activités qui ont eu lieu a été particulièrement élevée, l'initiative Business is Better with Music ayant généré 173750 dollars d'accords conclus.
- Dans le domaine de la veille stratégique, 11 projets ont été publiés, soit davantage que les huit attendus.
- Plusieurs objectifs n'ont pas été atteints, notamment ceux liés au nombre de profils sectoriels mis à jour, au nombre de consultations uniques des profils, au nombre de nouveaux documents ajoutés à la Bibliothèque de recherche en ligne et au nombre de consultations uniques du bulletin de veille stratégique. L'effectif incomplet de l'équipe de la recherche pendant la plus grande partie de l'exercice a influé sur les résultats.
- Le délai de traitement moyen, tous crédits d'impôt confondus, s'est révélé plus rapide que prévu, avec une moyenne de 16,5 semaines pour un objectif fixé à 25 semaines.
- Alors que le temps consacré à l'analyse active a légèrement augmenté pour atteindre 5,7 semaines, le temps passé dans la file d'attente avant analyse a considérablement baissé à 10,5 semaines. Un nombre moins important de produits ont été examinés durant cet exercice, dans la mesure où certaines activités de rationalisation amorcées au début de la pandémie de COVID-19 ont été progressivement abandonnées (1928 produits ont été examinés contre 2700 prévus).

## X. BUDGET FINANCIER

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

- Les dépenses de base d'Ontario Créatif en 2023-2024 devraient s'élever à 39,4 millions de dollars, aux fins de la comptabilité, initiatives stratégiques limitées dans le temps non comprises. Si le budget de base n'est pas suffisant, ces initiatives seront financées en puisant dans les réserves de trésorerie.
- Les recettes d'Ontario Créatif en 2023-2024 devraient être de 40,6 millions de dollars, dont un financement de fonctionnement de 35,5 millions de dollars de la part du MTCS et des recettes propres de 5,1 millions de dollars (frais d'administration des crédits d'impôt, intérêts et autres recettes).
- Selon les prévisions, les réserves de trésorerie non engagées à la fin de l'exercice 2023-2024 s'élèveront à 3,718 millions de dollars. Les pratiques fiduciaires d'Ontario Créatif visent à garantir le maintien de réserves financières suffisantes pour satisfaire aux obligations inhérentes aux locations à bail, aux cessations d'emploi et aux dispositions légales, avant d'envisager des affectations à l'appui d'initiatives stratégiques.

**ORGANISME :****ÉBAUCHE DE RÉSUMÉ DES PRÉVISIONS  
FINANCIÈRES AUX FINS DE LA  
PLANIFICATION****ONTARIO CRÉATIF  
(milliers de dollars)****2023-2024      2024-2025      2025-2026****PRÉVISIONS****RECETTES**

Financement du MTCS (note 1)	35 450,3	35 450,3	35 450,3
Recettes propres (note 2)	5 119,5	5 249,9	5 385,5

**RECETTES TOTALES****40 569,8      40 700,2      40 835,8****DÉPENSES**

Salaires et avantages sociaux (note 3)	8 242,6	8 317,6	8 393,3
Fonctionnement (notes 4 et 5)	2 319,7	2 350,7	2 364,1
Subventions	26 762,0	26 762,0	26 762,0
Prestation des programmes (note 6)	1 453,4	1 296,6	1 289,7
TIFF	1 115,0	1 115,0	1 115,0
Provision pour subventions annulées	-500,0	-500,0	-500,0

**DÉPENSES TOTALES****39 392,6      39 341,8      39 424,1****Excédent net avant les autres postes****1 177,2      1 358,4      1 411,7****Autres postes :**

- Initiatives stratégiques limitées dans le temps (note 7)	1 775,0	895,0	0,0
--	---------	-------	-----

**Excédent/(déficit) net****-597,8      463,4      1 411,7****Réserves de trésorerie – début d'exercice****4 315,7      3 717,9      4 181,3****Réserves de trésorerie – fin d'exercice****3 717,9      4 181,3      5 593,1****Notes :**

(1) Les recettes obtenues du MTCS en 2023-2024 comprennent 28,45 millions de dollars d'allocation de base et 7,0 millions de dollars au titre du FOIIM.

(2) Incluant les frais d'administration des crédits d'impôt, les intérêts et d'autres recettes. Les recettes provenant des frais d'administration des crédits d'impôt pour les exercices 2024 et 2025 reflètent les changements de barème récemment approuvés.

(3) En supposant une augmentation de 1 % selon les conventions collectives actuelles.

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

(5) Le bail en cours des locaux expire le 31 octobre 2023. Le coût de location estimé repose sur le document d'analyse des options immobilières d'Infrastructure Ontario (957 000 \$ pour l'exercice 2024 et 976 000 \$ pour l'exercice 2025).

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

(7) Les réserves de trésorerie seront utilisées au besoin pour financer des initiatives limitées dans le temps.



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

Ontario Créatif assure la prestation et le soutien de ses propres services informatiques, et notamment de la maintenance du réseau et des serveurs internes, du service de messagerie électronique, d'une base de données interne à des fins opérationnelles et de trois bases de données qui permettent d'accéder, depuis l'extérieur, à des travaux de recherche sectorielle, à un inventaire de lieux de tournage et aux demandes faites au titre des programmes et crédits d'impôt de l'organisme. Il lui incombe d'assumer les tâches liées à l'approvisionnement et à la sécurité de cette infrastructure.

Des membres du personnel sont chargés de la maintenance et du fonctionnement de l'infrastructure, ainsi que du service à la clientèle interne et externe. Ils ont également pour mission de surveiller l'état du système, d'y apporter des améliorations et de répondre à toutes les demandes d'assistance formulées par le personnel de l'organisme et par les utilisateurs externes de son Portail de demande en ligne (PDL). Ce modèle interne donne à l'organisme la souplesse dont il a grand besoin pour offrir de hauts niveaux de personnalisation et de réactivité en fonction des besoins des clients, et ce, en temps opportun.

### SERVICES À LA CLIENTÈLE

Ontario Créatif est fier de l'avancée de ses travaux pour assurer la prestation électronique de ses services auprès de la clientèle, qui favorise le projet de numérisation des services à l'échelle du gouvernement. Le site Web de l'organisme est sa principale interface avec la clientèle. Les clients accèdent au PDL, à la Photothèque numérique des extérieurs et à la Bibliothèque de recherche en ligne par l'intermédiaire du site Web de l'organisme. Le site permet en outre de présenter les programmes et services d'Ontario Créatif et de communiquer des nouvelles à l'intention et au sujet des parties prenantes.

### SÉCURITÉ ET SURVEILLANCE DU SYSTÈME

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

**En 2021-2022, l'organisme a répondu à plus de 3550 appels et courriels de service sur le Portail de demande en ligne.**

### PRESTATION ÉLECTRONIQUE DES SERVICES

Ontario Créatif assure la prestation électronique des services à la clientèle par le biais du PDL. Tous les auteurs de demande au titre du Développement de l'industrie, du Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique, du Programme de veille stratégique et des

programmes de crédit d'impôt doivent obligatoirement présenter leur demande par le biais du portail. Toute correspondance relative aux demandes passe également par le PDL. En plus d'envoyer des rappels concernant les étapes clés et les livrables, le PDL permet à la clientèle de vérifier l'état de ses demandes. Les tâches de maintenance et d'assistance technique liées au système sont accomplies par le personnel TI. Les améliorations sont approuvées par la direction en fonction des besoins opérationnels de l'organisme et des fonds disponibles.

La base de données interne de l'organisme permet au personnel d'interagir avec le PDL afin d'administrer les programmes et de gérer les contacts et la correspondance de l'organisme. Un module lié aux manifestations, permettant d'envoyer des invitations aux contacts sur le PDL et de faciliter le suivi des inscriptions sur place lors des manifestations présentielles à l'aide de codes QR, est désormais en place. Des données démographiques sont aussi recueillies par le biais du PDL sur la base du volontariat. Comme pour les autres systèmes, les tâches liées à la maintenance et à l'assistance technique sont réalisées par le personnel interne, et les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

La BRL et la PNE fournissent des services à la clientèle de l'organisme. Le contenu de ces deux médiathèques est tenu à jour par le personnel. Ces bases de données font l'objet d'un contrat de maintenance prévoyant une assistance technique pour résoudre les problèmes ainsi qu'un taux garanti quant aux améliorations apportées aux systèmes. Les demandes d'amélioration sont formulées par le personnel du service de la recherche, du Bureau du cinéma et du service de la TI, qui collabore avec le fournisseur externe pour les mettre en œuvre. Les améliorations sont mises en œuvre selon la procédure exposée plus haut.

## RÉALISATIONS RÉCENTES

Voici les projets informatiques et les améliorations des systèmes réalisés récemment :

- Le nouveau site Web de l'organisme, conçu pour répondre aux exigences de la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario*, a été lancé en 2020. De nouveaux outils visant à améliorer l'expérience utilisateur des auteurs de demande de crédit d'impôt ont été créés et mis à disposition sur le site Web, notamment une calculatrice du montant estimatif de crédit d'impôt et un outil permettant de déterminer si une région spécifique se trouve à l'intérieur ou à l'extérieur de la région du grand Toronto (RGT) aux fins de la prime régionale.
- L'équipe TI a achevé l'étude des processus disponibles pour délivrer des certificats de crédit d'impôt électroniques intégrant les fonctions de sécurité appropriées. Le projet est terminé et a été lancé en décembre 2021.
- Système d'établissement de tickets du Service de dépannage informatique pour aider les utilisateurs internes : après que l'équipe TI s'est procuré le logiciel, le projet est passé par des phases de mise en œuvre et de test, et le lancement a eu lieu au début du mois d'octobre 2021.
- Afin de faciliter le retour du personnel de l'organisme sur le lieu de travail, en avril 2022, l'équipe TI a élaboré des politiques en matière de travail à distance et hybride ayant trait aux questions relevant de la TI, notamment l'emploi du matériel, la date de mise hors service des ordinateurs de bureau et l'utilisation des stations d'accueil.
- Le processus d'approvisionnement de la solution de TI aux fins du projet de signature numérique est achevé.
- Conception et déploiement d'un module de mise en commun de l'information avec l'ARC permettant aux agents des deux organismes d'accéder aux mêmes documents sur les sociétés dans le cadre de leurs champs d'examen respectifs : lancé en mai 2021, le projet a limité les doubles emplois, simplifié l'examen et accéléré les audits. Ce projet pilote tient désormais lieu de modèle que l'ARC projette de reproduire avec les autres provinces et le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC).

En 2022-2023 :

- La mise à niveau de l'infrastructure de sécurité et de TI a été déployée. Le pare-feu a été mis à niveau et le site Web de l'organisme a été déplacé vers un serveur Azure qui en a considérablement amélioré la vitesse de chargement et de navigation.
- Le réseau téléphonique des bureaux a été modernisé : des téléphones logiciels permettent désormais de passer des appels depuis des ordinateurs de bureau au moyen d'une application ou d'une solution autonome.
- L'équipe TI continuera d'appuyer les plans du Groupe des crédits d'impôt pour internaliser la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO). Ce projet est actuellement en phase de mise en œuvre.
- L'équipe TI appuiera les efforts du service de recherche et de planification stratégique pour améliorer la collecte de données sur les rôles commerciaux et créatifs clés au sein des sociétés et productions soutenues par Ontario Créatif. Ce projet est presque terminé, le formulaire de collecte des données étant en cours de finalisation.
- Grâce au financement du fonds d'accélération Faire progresser l'Ontario, Ontario Créatif va amorcer la conception d'une série de fonctionnalités pour l'équipe et les bénéficiaires des crédits d'impôt. Les travaux commenceront en 2022-2023 et se poursuivront jusqu'en 2023-2024. Leur étendue comprend l'amélioration du tableau de bord et de l'horloge des crédits d'impôt afin de proposer une meilleure expérience et de nouveaux renseignements utiles aux parties prenantes qui utilisent le PDL. Une analyse relative à l'automatisation sera effectuée en vue de simplifier le traitement des crédits d'impôt, notamment concernant les possibilités d'intégrer l'IA et les robots conversationnels. L'équipe TI se chargera de définir et de mettre en œuvre une série de changements technologiques touchant les crédits d'impôt afin de réduire les délais de traitement pour les bénéficiaires (dossier d'examen électronique, tableau de bord répondant aux normes en matière de service, robot conversationnel doué d'IA, identification numérique, recours à l'IA pour améliorer constamment le module d'évaluation des risques).

#### **PLAN RELATIF À LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION 2023-2024**

- L'organisme continuera de transférer dans le nuage les applications d'interaction avec la clientèle (PDL, PNE, BRL) pour contribuer à en améliorer la sécurité, l'accès et la souplesse.
- L'équipe TI continuera de peaufiner la modernisation des systèmes de gestion des relations avec la clientèle (GRC) et procédera constamment à des améliorations de la base de données.
- Le projet visant à internaliser la fonction d'évaluation des risques liés aux crédits d'impôt sera entièrement déployé.
- Les travaux susmentionnés relatifs à une série d'améliorations du traitement des crédits d'impôt et amorcés grâce au financement du fonds d'accélération Faire progresser l'Ontario se poursuivront pendant tout l'exercice 2023-2024 et comprendront l'étude des possibilités d'automatisation, l'intégration de l'IA et des robots conversationnels, et l'amélioration constante du module d'évaluation des risques.
- L'équipe TI continuera de procéder à la numérisation des processus administratifs tels que la facturation et les contrats.
- En outre, elle prendra part au cadrage et à la planification d'un projet visant à lancer une nouvelle Photothèque numérique des extérieurs à la pointe de la technologie pour le Bureau du cinéma de l'Ontario.
- Elle continuera d'appuyer les politiques en matière de travail à distance et hybride de l'organisme.
- Comme indiqué plus haut, elle continuera d'assurer la sécurité et la surveillance réseau.
- Elle aidera l'équipe AOR à mettre au point un nouveau cadre d'IRC, à concevoir une carte des données et un manuel d'instructions et à examiner les données saisies dans les formulaires de demande.

- Elle appuiera, au besoin, l'équipe AOR dans son projet de recherche et d'acquisition d'un logiciel d'analyse opérationnelle pour améliorer la gestion des données et la production de rapports connexes.



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

Ontario Créatif travaille en étroite collaboration avec une variété de partenaires dans le cadre d'initiatives ciblées. Le prolongement des partenariats actuels et l'établissement de nouveaux partenariats constituent l'une des priorités stratégiques de l'organisme, la collaboration avec des entités internes et externes lui permettant d'accroître grandement son impact, et ce, sans qu'il soit nécessaire d'exploiter des ressources supplémentaires. Dans la droite ligne des attentes définies dans la lettre de mandat de 2023-2024 pour ce qui est de collaborer avec autrui afin de susciter une innovation efficace dans tous les secteurs d'activité, Ontario Créatif est constamment à l'affût de partenariats adaptés avec des entités locales, régionales, fédérales et internationales privées, sans but lucratif et publiques qui l'aident à progresser vers la réalisation de son mandat et de ses objectifs stratégiques.

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

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

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

### **INITIATIVE ÉCRAN VERT ONTARIO**

- Ontario Créatif s'est associé à 27 parties prenantes, y compris des syndicats, des associations professionnelles sectorielles, des sociétés offrant des services de production, des producteurs, des studios et des administrations municipales partenaires, dans le but de financer et d'assurer la prestation de l'initiative Écran vert Ontario.
- Les partenaires apportent un soutien financier, stratégique et tactique afin de mettre en place les activités de l'initiative.
- Plus de 400 travailleurs du cinéma ont suivi les cours sur le climat et la production écoresponsable et sur le calcul de l'empreinte carbone offerts par l'initiative.
- En 2023-2024, après avoir mené à bien le premier plan biennal, Écran vert Ontario lancera un nouveau plan stratégique quinquennal et commencera de travailler sur l'élaboration de tactiques de mise en œuvre.

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

- Ontario Créatif est le mécanisme employé par le MTCS pour financer annuellement la gestion et l'entretien de la collection de films de la province détenue par la Film Reference Library (ancienne Cinémathèque Ontario) et les programmes de projection de films de la TIFF Cinémathèque. En 2021-2022, un financement de 815000 dollars a été fourni à cette fin. En 2021-2022, l'organisme a également accordé 300000 dollars de soutien opérationnel au TIFF, 120000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs pendant le festival, et 20000 dollars à l'initiative Film Circuit du TIFF par l'intermédiaire du Programme de

développement de l'industrie.

### **COCRÉATION**

- Ontario Créatif s'associe à Screen Australia, à la New Zealand Film Commission, au British Film Institute, à l'Irish Film Board et à Creative Scotland pour mettre en œuvre cette initiative de développement des activités de coproduction au sein de l'industrie du long métrage.
- Ontario Créatif a instauré et supervisé cette initiative afin de mieux faire connaître l'industrie, de créer des débouchés pour les producteurs ontariens, et de placer l'organisme, l'industrie et la province sur l'échiquier mondial.
- Le programme a fait ses débuts à Cannes en 2017, plus de 30 producteurs de longs métrages ayant eu plus de 200 réunions d'affaires entre pays et régions anglophones.
- Après deux années de manifestations virtuelles, CoCréation est revenue au présentiel à l'occasion du Festival de Cannes, en mai 2022, et a mis en valeur les producteurs ontariens délégués du Bureau de l'écran autochtone et du Bureau de l'écran des Noirs.

### **STANDS DU CANADA À L'ÉTRANGER**

- Ontario Créatif s'associe à Téléfilm Canada et à d'autres provinces pour installer des «stands» sous la marque Canada sur les principaux marchés internationaux des secteurs du cinéma et de la télévision, afin de permettre aux producteurs ontariens de bénéficier d'un soutien opérationnel, d'un espace de rencontre, d'une présence au sein de groupes de spécialistes et d'invitations à des activités de réseautage.
- Ontario Créatif contribue grandement à assurer la présence du Canada sur les marchés suivants : le Festival de Cannes, le MIP-TV, le MIPCOM, Sunnyside of the Doc, le TIFF et la Berlinale. L'organisme assure également la présence de partenaires sur des marchés internationaux tels que South by South West (SXSW), le Reeperbahn Festival et la conférence connexe, Kidscreen, la Game Developers Conference et la Gamescom.
- Enfin, Ontario Créatif s'associe à Téléfilm et à d'autres provinces dans le cadre d'activités internationales qui ne comprennent pas l'installation d'un stand, mais qui assurent une présence canadienne coordonnée et permettent aux producteurs de faire des affaires, par exemple Séries Mania.

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

- Le Programme d'aide au développement des produits MIN du Fonds pour les produits MIN s'adresse aux créateurs qui proposent des produits multimédias numériques prometteurs ou qui évoluent de la création de contenu pour écran traditionnel vers le numérique, et les aide à acquérir des compétences en affaires, en promotion et en présentation de projets. Ce programme est offert en tirant parti de l'expertise et du rayonnement des organismes partenaires Women in Film and Television-Toronto, Hand Eye Society, Interactive Ontario, WebSeries Canada et l'Afrotropolis Arts Collective, ce qui limite le fardeau administratif que représente sa mise en œuvre pour Ontario Créatif, tout en renforçant les capacités des partenaires.
- En 2022-2023, le Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN a lancé un programme de subventions en partenariat avec le Fonds des médias du Canada. Les diplômés du programme de formation du Programme d'aide au développement des produits MIN et les sociétés appartenant à des personnes issues de communautés sous-représentées admissibles ont droit à une subvention maximale de 20000 dollars à l'égard des étapes préliminaires du développement, Ontario Créatif et le FMC finançant chacun la moitié de la somme. En août 2022, Ontario Créatif s'est associé au Service des délégués commerciaux, au partenaire provincial Creative BC et à Medienboard Berlin-Brandenburg pour organiser la conférence Canadian German Interactive Exchange. Se déroulant sur trois jours à Berlin, en Allemagne, le rendez-vous a consisté en un forum pour les entreprises du secteur des produits multimédias interactifs

numériques en quête de possibilités de coproduction, ainsi qu'en des présentations sur les incitations financières et des visites de studios.

- En août 2022, Ontario Créatif s'est associé au Service des délégués commerciaux pour assurer la prestation d'activités stratégiques à DevCom et à la Game Developers Conference, et a organisé une séance de réseautage interentreprises au sein du Pavillon du Canada.
- En septembre 2022, Ontario Créatif s'est associé à Interactive Ontario pour organiser la toute première vente ontarienne sur la plateforme de jeu Steam, sous le slogan «Play the North». Plus de 200 jeux de concepteurs ontariens étaient concernés par la vente.

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

- Le programme Accélération est conçu pour soutenir la prochaine génération de professionnels noirs et autochtones de l'industrie de la musique, renforcer leur capacité, et leur permettre de créer un contenu de grande qualité et de conserver la propriété intellectuelle et le contrôle de leurs propres récits. Les activités de mentorat et de renforcement des capacités sont mises en œuvre en partenariat avec des organisations telles qu'AVANCE, l'International Indigenous Music Summit, la Semaine de la musique canadienne (CMW) et l'Indie Week, ce qui contribue à augmenter leur rayonnement et leur impact tout en limitant le fardeau administratif pour Ontario Créatif.

#### **BUREAU DE CERTIFICATION DES PRODUITS AUDIOVISUELS CANADIENS**

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

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

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

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

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

#### **PARTENARIATS DANS LE CADRE DE BUSINESS IS BETTER WITH MUSIC**

- Ontario Créatif s'est associé à l'Economic Club of Canada et à Conscious Economics pour continuer la série de manifestations interentreprises *Business is Better with Music*, visant à mettre en relation les parties prenantes de l'industrie musicale avec le secteur canadien de l'entreprise. Ces manifestations ont donné lieu à de nouveaux partenariats, par exemple les activations organisées avec l'Aéroport Billy Bishop, ArtHaus et la Ville de Toronto.



## XIII. PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2023-2024

Le résumé des prévisions financières et les descriptions des programmes et services figurant dans le présent plan d'activités reposent sur un statu quo en matière de ressources financières et humaines. Le plan stratégique d'Ontario Créatif est parvenu à son terme en 2021-2022 et la conception d'un nouveau plan a été reportée d'un an afin de mieux saisir les répercussions à long terme de la COVID-19 sur les industries de la création de l'Ontario. En 2022-2023, Ontario Créatif a gardé le cap des objectifs et des activités figurant dans son plan actuel, le temps d'élaborer un nouveau plan quinquennal qui débutera en 2023-2024.

### PLAN DE MISE EN ŒUVRE 2023-2024

Le tableau ci-dessous dresse la liste des activités spécifiques qui seront menées en 2023-2024 à l'appui des quatre objectifs et des deux catalyseurs stratégiques.

N <sup>o</sup>	OBJECTIF	TACTIQUE 2023-2024
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N<sup>o</sup> 1 : RENFORCER LES CAPACITÉS</b>		
1	Établir et mettre en œuvre une stratégie de développement de la main-d'œuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Organiser un colloque intersectoriel afin d'échanger les résultats de recherches récentes et de définir les objectifs d'une stratégie pour la main-d'œuvre</li> <li>b. Élaborer une stratégie, déterminer les partenaires pertinents, les besoins en dotation et les coûts</li> <li>c. Organiser un salon de l'emploi virtuel pour le secteur cinématographique</li> </ul>
2	Apporter un soutien ciblé aux entreprises et aux projets dirigés par des personnes issues de la diversité qui présentent un fort potentiel de croissance économique et culturelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Maintenir l'initiative de promotion de la diversité dans l'ensemble des programmes du Groupe du développement de l'industrie et du BOPM <i>[au cours des exercices 1 et 2]</i></li> <li>b. Maintenir le programme Accélération <i>[au cours des exercices 1 et 2]</i></li> <li>c. Mettre l'accent sur la capacité et la croissance des exportations des parties prenantes de l'industrie musicale franco-ontarienne; appuyer une initiative d'activation et d'exportation à l'échelle nationale</li> <li>d. Réaliser une étude de marché du contenu franco-ontarien</li> <li>e. Mettre en œuvre un plan d'accessibilité pluriannuel (en cours d'élaboration) <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></li> </ul>
3	Mettre à profit le rôle moteur de l'initiative Écran vert Ontario et étendre la portée de la stratégie de durabilité dans toutes les industries de la création	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Déclencher le premier exercice du nouveau plan stratégique quinquennal d'EVO <i>[au cours des exercices 1 et suivants]</i></li> <li>b. Commencer à élargir les initiatives/mesures de soutien en matière de durabilité au secteur de l'édition (par exemple, calculateur d'empreinte carbone pour l'industrie de l'édition) <i>[au cours des exercices 1 et suivants]</i></li> </ul>
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N<sup>o</sup> 2 : Doper la croissance</b>		
1	Actualiser les programmes d'investissement de base pour tenir compte de l'évolution des possibilités d'affaires et concentrer les	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Recruter un conseiller ou une conseillère qui se chargera d'examiner la structure et les objectifs des programmes concernant la production de contenu pour écran et de les évaluer compte tenu du contexte</li> </ul>



	investissements sur des projets qui entraîneront des retombées importantes	commercial changeant, dans le but de formuler des recommandations visant à améliorer leur alignement afin de cibler les possibilités de valeur b. Recruter un conseiller ou une conseillère qui se chargera d'examiner la structure et les objectifs des programmes concernant la musique et de les évaluer compte tenu du contexte commercial changeant, dans le but de formuler des recommandations visant à améliorer leur alignement afin de cibler les possibilités de valeur
2	Améliorer les activités de communication et de liaison avec les entreprises émergentes et les nouveaux acteurs des industries de la création	a. Veiller à ce que les activités de liaison et de communication liées aux programmes et aux services d'Ontario Créatif s'étendent aux sociétés émergentes et aux nouveaux acteurs (susceptibles de ne pas encore être constitués en personne morale); s'associer aux organismes sectoriels pour améliorer les activités de liaison <i>[au cours des exercices 1 et suivants]</i>
3	Établir un partenariat avec le gouvernement pour simplifier les conditions d'admissibilité aux crédits d'impôt	a. Étudier et mettre en œuvre les modifications des crédits d'impôt définies dans le budget de l'Ontario 2022 et l'énoncé économique d'automne 2022 (élargir l'admissibilité au CIPCTO aux productions destinées à la diffusion en ligne, élargir les dépenses admissibles au CIOESP aux frais de lieux de tournage, étudier la possibilité de délier le CIOESAI et examiner la prime régionale du CIPCTO) b. Collaborer avec le gouvernement et les partenaires sectoriels pour trouver d'autres changements à apporter aux dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt en vue d'en assurer l'efficacité, la valeur et les effets pour ce qui est d'atteindre les priorités gouvernementales <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i>
4	Élaborer un plan de développement régional	a. Lancer un outil d'évaluation des retombées économiques de la production régionale b. Examiner, dans le cadre des plans de modernisation des crédits d'impôt, la prime régionale du CIPCTO pour veiller à ce qu'elle offre des incitations et un soutien efficaces et adéquats aux productions cinématographiques et télévisuelles dans toutes les régions de l'Ontario c. Collaborer avec le gouvernement et des spécialistes du développement économique pour fixer des objectifs en matière de développement régional aux industries de la création et étudier des moyens d'affiner et de cibler les soutiens offerts par Ontario Créatif et les autres soutiens gouvernementaux le plus efficacement possible <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i>
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3 : STIMULER L'INVESTISSEMENT</b>		
1	Envisager des modèles de financement innovants qui réinvestissent dans les industries ontariennes de la création	a. Effectuer, à l'interne, un exercice de collecte de travaux de recherche et de données en vue de compiler les recherches existantes sur les autres

		modèles de financement, de trouver d'autres territoires ayant mis en œuvre des programmes similaires à l'intention des industries de la création, de réaliser une analyse des carences en Ontario et de déterminer le besoin des parties prenantes
2	Développer les productions cinématographiques et télévisuelles ontariennes et étrangères dans toutes les régions de l'Ontario	<p>a. Organiser des présentations et participer à des présentations au Canada et à l'étranger pour attirer des investissements directs afin d'agrandir l'infrastructure de l'industrie cinématographique (par exemple, baux de studios à long terme, studios d'effets visuels, studios, technologies écologiques, matériel) <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></p> <p>b. Cadrer et planifier un projet visant à lancer une nouvelle Photothèque numérique des extérieurs à la pointe de la technologie pour le Bureau du cinéma de l'Ontario</p>
3	Trouver de nouvelles possibilités de partenariat et de parrainage avec le secteur privé pour accroître les capacités dans les domaines prioritaires d'Ontario Créatif	<i>[Aucune mesure en 2023-2024; les travaux débuteront en 2024-2025]</i>
4	Établir un partenariat avec le gouvernement en vue de la modernisation continue des crédits d'impôt	<i>[Aucune mesure en 2023-2024; les travaux débuteront en 2024-2025]</i>
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL</b>		
1	Examiner et améliorer les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux	a. Établir un nouveau plan pluriannuel de développement international; examiner et améliorer les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux qui présentent les débouchés les plus intéressants pour les entreprises des industries de la création de l'Ontario
2	Étoffer la proposition de valeur de la marque Ontario	a. Revoir la production de récits de succès pour mettre l'accent sur les retombées économiques du soutien d'Ontario Créatif. Concevoir un modèle visuel ou une infographie à diffuser dans tous les produits du service des communications afin de mieux faire l'article du succès d'Ontario Créatif
3	Optimiser les partenariats noués avec des marques	<p>a. Évaluer les possibilités de parrainage et de partenariat pour mettre l'accent sur celles qui présentent le plus d'intérêt en vue d'accroître la notoriété des industries de la création de l'Ontario et du contenu qu'elles produisent <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></p> <p>b. Renouveler le parrainage de la Soirée d'ouverture des Prix JUNO – collaborer avec l'Académie canadienne des arts et des sciences de l'enregistrement (ACASE) pour amplifier la présence de l'industrie musicale de l'Ontario aux Prix JUNO 2024 (ayant lieu en Ontario)</p>

4	Simplifier l'accès aux fonds d'aide au développement international et à la croissance des entreprises	<i>[Aucune mesure en 2023-2024; les travaux débuteront en 2024-2025]</i>
<b>CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 1 : OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT EXCEPTIONNELLE</b>		
1	Examiner et améliorer l'accessibilité des programmes d'investissement et de crédit d'impôt	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Achever le projet de publication de versions en langage clair des dispositions réglementaires et législatives relatives aux crédits d'impôt</li> <li>b. Évaluer, dans le cadre du processus d'examen et de renouvellement des programmes, les possibilités pour harmoniser et simplifier les exigences liées à la présentation des demandes dans la mesure du possible <i>[au cours des exercices 1 et suivants]</i></li> <li>c. Évaluer les activités de communication et de liaison pour s'assurer de toucher l'ensemble des parties prenantes de la province; continuer de proposer des séances d'information virtuelles; et chercher des occasions de communiquer avec les parties prenantes se trouvant en dehors de la RGT afin d'offrir un accès plus équitable au personnel d'Ontario Créatif et à son expertise <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></li> <li>d. Utiliser les données démographiques pour contribuer à orienter les stratégies d'information des groupes en quête d'équité afin d'améliorer leur taux d'acceptation au sein des programmes d'investissement d'Ontario Créatif <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></li> </ul>
2	Mettre en œuvre une feuille de route pour les technologies de l'information afin d'accroître l'efficacité et d'améliorer l'expérience des parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Définir et mettre en œuvre une série de changements technologiques portant sur les crédits d'impôt afin de réduire les délais de traitement pour les clients (dossier d'examen électronique, tableau de bord répondant aux normes en matière de service, robot conversationnel doué d'IA, identification numérique, recours à l'IA pour améliorer constamment le module d'évaluation des risques)</li> </ul>
3	Renforcer les capacités et les outils de mesure du rendement	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Finaliser le nouveau cadre d'IRC; réaliser une carte des données et un manuel d'instructions; examiner les données saisies dans les formulaires de demande</li> <li>b. Chercher et acquérir un logiciel d'analyse opérationnelle pour améliorer la gestion des données et la production de rapports connexes</li> </ul>
<b>CATALYSEUR STRATÉGIQUE N° 2 : DÉVELOPPER LE POUVOIR D'AGIR DES ÉQUIPES</b>		
1	Définir la culture d'Ontario Créatif et sa proposition de valeur au personnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Favoriser les objectifs en matière d'apprentissage et de perfectionnement du personnel; élargir le programme de mentorat des employés par des activités sectorielles; mettre l'accent sur le renforcement de l'esprit d'équipe et l'efficacité dans un environnement hybride <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i></li> </ul>
2	Promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Rédiger ou réviser les politiques, pratiques et processus organisationnels en tenant compte des pratiques exemplaires en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (par exemple,</li> </ul>

		pratiques d'approvisionnement, planification des manifestations, embauche et recrutement) <i>[au cours des exercices 1 à 3]</i> b. Mettre en œuvre un nouveau plan d'accessibilité pluriannuel <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i>
3	Élaborer un modèle de travail hybride flexible, inclusif et efficace aligné sur les critères de la FPO	a. Veiller à ce que le personnel soit tenu informé des modifications de l'espace physique de travail à la suite du renouvellement du bail; prévoir suffisamment de temps pour le consulter amplement; l'impliquer dans les processus décisionnels autant que possible <i>[au cours des exercices 1 à 5]</i>



## XIV. PLAN DE COMMUNICATION

Alors que les industries de la création de l'Ontario restent aux prises avec les effets persistants de la pandémie et les défis économiques subséquents, nos communications pour l'exercice 2023-2024 mettront l'accent sur la «vigueur dans la reprise». Notre plan sera aligné sur les objectifs du plan d'activités, à savoir renforcer les capacités, accroître la sensibilisation et stimuler la croissance et l'investissement. Les stratégies employées consisteront notamment à sensibiliser les personnes sous-représentées et nouvellement arrivées dans les industries de la création, à mettre en valeur les succès des sociétés dont les propriétaires sont issus de la diversité, à promouvoir les avantages de l'Ontario comme destination commerciale ainsi que les initiatives et les programmes clés d'Ontario Créatif, et à appuyer les efforts de marketing des sociétés et du contenu ontariens.

### BUT

Accroître la sensibilisation aux programmes d'Ontario Créatif, aux possibilités offertes dans les industries du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de la musique, de l'édition du livre et de l'édition de revues de l'Ontario, et aux sociétés et au contenu provinciaux couronnés de succès, et ce par l'intermédiaire des médias traditionnels et sociaux, de manifestations et d'activités de liaison

### OBJECTIF

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

**En 2021-2022, le total des empreintes médiatiques a frôlé les 185 millions.**

### PUBLICS

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

### APPROCHE

#### *Renforcer les capacités*

- Améliorer les activités de communication et de liaison avec les communautés sous-représentées, les entreprises émergentes et les nouveaux acteurs des industries de la création
- Veiller à ce que les activités de liaison et de communication liées aux programmes et aux services d'Ontario Créatif s'étendent aux sociétés émergentes et aux nouveaux acteurs (susceptibles de ne pas encore être constitués en personne morale); s'associer aux organismes sectoriels pour améliorer les activités de liaison
- Mettre l'accent sur les initiatives telles qu'Écran vert Ontario, les programmes de DEIA et la simplification des services et soutiens aux entreprises

**En 2021-2022, plus de 130000 utilisateurs distincts ont visité le site Web d'Ontario Créatif.**

#### *Doper la croissance*

- Évaluer les possibilités de parrainage et de partenariat pour mettre l'accent sur celles qui présentent le plus d'intérêt en vue d'accroître la notoriété des industries de la création de l'Ontario et du contenu qu'elles produisent
- Renouveler le parrainage de la Soirée d'ouverture des Prix JUNO – collaborer avec l'ACASE pour amplifier la présence de l'industrie musicale de l'Ontario aux Prix JUNO 2024 (ayant lieu en Ontario)
- Appuyer l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de liaison régionale

***Favoriser le développement international***

- Déterminer des indicateurs de succès clés pour formuler la proposition de valeur de la marque Ontario
- Revoir la production de récits de succès pour mettre l'accent sur les retombées économiques du soutien d'Ontario Créatif
- Concevoir un modèle visuel ou une infographie à diffuser dans tous les produits du service des communications afin de mieux faire l'article du succès d'Ontario Créatif

***Offrir une expérience client exceptionnelle***

- Évaluer les efforts de communication et de liaison pour s'assurer de toucher l'ensemble des parties prenantes potentielles de la province; continuer de proposer des séances d'information virtuelles; améliorer les ressources en lignes; et chercher des occasions de communiquer avec les parties prenantes se trouvant en dehors de la RGT afin d'offrir un accès plus équitable au personnel d'Ontario Créatif et à son expertise
- Utiliser les données démographiques pour contribuer à orienter les stratégies d'information des groupes en quête d'équité afin d'améliorer leur taux d'acceptation au sein des programmes d'investissement d'Ontario Créatif
- Réviser et peaufiner le format et le contenu du site Web d'Ontario Créatif pour veiller à utiliser un langage clair et à offrir un accès aisé aux renseignements et aux ressources

## XV. RÉPONSE AUX ATTENTES ÉNONCÉES DANS LA LETTRE DE MANDAT DE L'ORGANISME

Le présent plan d'activités détaille les buts, les objectifs, les orientations stratégiques, les programmes spécifiques, les activités et les initiatives qui permettront à Ontario Créatif de réaliser son mandat au cours de l'exercice à venir. Le nouveau plan stratégique de l'organisme, en cours de finalisation, concentre les ressources sur le renforcement des capacités essentielles, la réunion des conditions de la croissance, la stimulation de l'investissement en Ontario et la promotion du contenu ontarien, tout en s'efforçant de favoriser la réactivité, la collaboration, le sens des responsabilités, le leadership et l'excellence. Ce plan respecte parfaitement et favorise les priorités du gouvernement ainsi que les exigences énoncées dans la lettre de mandat de 2023-2024 adressée à l'organisme par le ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport.

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

- promouvant, améliorant et stimulant les investissements, les emplois et la création de contenu dans les secteurs de l'édition du livre, du cinéma et de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques, de l'édition de revues et de la musique;
- travaillant avec ses partenaires de l'industrie pour stimuler l'économie, créer des emplois pour les Ontariennes et les Ontariens et démontrer que l'Ontario est un endroit où les sociétés du monde entier peuvent prospérer;
- aidant les sociétés à se diversifier et à devenir plus résilientes et plus écoresponsables.

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

Priorités :

1. Croissance économique
2. Collaboration et innovation
3. Réactivité
4. Diversité et inclusion, résilience, compétitivité
5. Attraction des talents et des investissements, formation et entrepreneuriat
6. Modernisation des crédits d'impôt
7. Mesure du rendement et production de rapports connexes
8. Communication de notre actualité

### **1. Croissance économique : cultiver la croissance économique pour favoriser le dynamisme des industries de la création**

- Les programmes de base d'Ontario Créatif sont conçus pour inciter le développement des activités et la création d'emplois. Les mesures du rendement sont en phase avec les principes de la croissance économique.
- Le Bureau du cinéma de l'Ontario assure la promotion de la province comme une destination d'investissement, tandis que l'organisme maintient une présence stratégique lors de prestigieux rendez-vous internationaux, en orchestrant notamment des rencontres interentreprises avec des partenaires internationaux.
- En 2021-2022, 460500 pieds carrés de studios supplémentaires ont été trouvés pour les producteurs cherchant à tourner en Ontario.



- En 2021, la dépense de la production cinématographique et télévisuelle intérieure et étrangère a atteint les 2,88 milliards de dollars.
- 11274 relations d'affaires ont été nouées lors de manifestations de développement de l'industrie organisées ou soutenues par Ontario Créatif.
- Les sociétés ayant bénéficié de l'appui des divers programmes de développement des marchés internationaux ont participé à 117 marchés étrangers.
- 25300 semaines de travail ont été créées ou préservées grâce au Fonds pour les produits MIN et au Fonds pour la production cinématographique.
- Chaque dollar investi dans les crédits d'impôt a entraîné une dépense supplémentaire de 16,30 dollars.
- Les programmes d'exportation ont généré un RCI de 224,88 dollars (2020-2021).

**2. *Collaboration et innovation : collaborer avec d'autres acteurs (organismes, partenaires ministériels, parties prenantes, collectivités) pour susciter l'innovation***

- Dans le but d'atteindre ses objectifs, Ontario Créatif entretient ses partenariats et cherche constamment à en établir de nouveaux avec une grande variété d'acteurs de l'industrie issus des secteurs public et privé. Veuillez consulter la section XII (Initiatives menées avec des tiers) du présent plan d'activités pour obtenir une description des partenariats en cours.

**3. *Réactivité : adapter les programmes d'investissement pour favoriser la reprise et la résilience***

- Ontario Créatif effectue régulièrement des examens de programmes et d'autres recherches, comme des sondages sur la satisfaction de la clientèle. Des commentaires sont recueillis en permanence dans le cadre des discussions des comités consultatifs des industries et d'autres mécanismes pour veiller à ce que les programmes soient sensibles aux besoins de l'industrie.

**4. *Diversité et inclusion, résilience, compétitivité : cibler le financement de projets qui accroissent l'équité, la diversité et l'inclusion, améliorent la durabilité des auteurs de demande, et favorisent la compétitivité des secteurs sur l'échiquier mondial***

- Initiative de promotion de la diversité; élargissement aux secteurs de la musique et de l'édition
- Initiative de mentorat Access durant la CMW pour les talents noirs et autochtones
- Collecte de données démographiques
- Plan d'action visant à promouvoir la diversité et l'équité au sein des industries de la création et de l'organisme
- Chaque dollar investi dans les projets du Fonds pour la production cinématographique (Production) a entraîné une dépense supplémentaire de 26,41 dollars.
- L'exercice 2023-2024 sera le premier dans la mise en œuvre du nouveau plan d'accessibilité pluriannuel d'Ontario Créatif, lequel comprendra des mesures visant à accroître les capacités et l'offre des organismes financés en vue de favoriser une plus grande inclusivité.

En ce qui concerne l'équité entre les régions :

- Renforcement des capacités en collaboration avec les bureaux du cinéma régionaux et municipaux
- Ajouts ciblés à la Photothèque numérique des extérieurs
- Soutien de plusieurs stratégies de développement régional de l'industrie par le biais du PVS
- Prestation de manifestations en ligne pour accroître la portée de toutes les activités



- Prime régionale intégrée dans le CIPCTO, permettant d'augmenter le taux pour les productions intérieures tournées à l'extérieur de la RGT
- Conception d'un calculateur des retombées économiques pour aider les bureaux du cinéma régionaux à estimer les résultats de la production cinématographique et télévisuelle sur leur territoire

#### **5. *Attraction des talents et des investissements, formation et entrepreneuriat***

- Accélération
- Initiative de mentorat Access durant la CMW pour les talents noirs et autochtones
- Soutien de possibilités de mentorat au sein d'équipes techniques sur les plateaux de tournage en partenariat avec le Bureau de l'écran autochtone
- Soutien ciblé de possibilités de formation et de mentorat dans le cadre du Programme de développement de l'industrie pour les sociétés d'édition de films, d'émissions de télévision, de produits multimédias interactifs numériques, de livres et de revues
- Partenariats visant à promouvoir les filières d'emploi dans le secteur du cinéma et de la télévision pour les bassins de main-d'œuvre des diplômés de l'enseignement secondaire, des diplômés de l'enseignement postsecondaire et des secondes carrières
- En 2023-2024, Ontario Créatif organisera un colloque intersectoriel afin d'échanger les résultats de recherches récentes et de formuler les objectifs d'une stratégie pour la main-d'œuvre. Cette manifestation constituera une source de données majeure aux fins de l'élaboration d'une stratégie, dont les partenaires pertinents, les besoins en dotation et les coûts restent à déterminer.

#### **6. *Modernisation des crédits d'impôt : prendre une part active à la modernisation des crédits d'impôt destinés aux médias culturels***

- Le budget provincial d'avril 2022 prévoit plusieurs modifications des crédits d'impôt et contient la promesse d'en examiner d'autres aspects. Nombre de ces modifications étaient alignées sur les priorités stratégiques et administratives qu'Ontario Créatif avait mises en relief comme des options et possibilités par le passé, pour veiller à ce que les crédits d'impôt soient réactifs et plus simples pour les utilisateurs d'une part, et en phase avec les réalités actuelles du marché d'autre part. L'organisme étudiera et mettra en œuvre les modifications des crédits d'impôt définies dans le budget de l'Ontario 2022 et l'énoncé économique d'automne 2022 (élargir l'admissibilité au CIPCTO aux productions destinées à la diffusion en ligne, élargir les dépenses admissibles au CIOSP aux frais de lieux de tournage, étudier la possibilité de délier le CIOESAI et examiner la prime régionale du CIPCTO) et poursuivra sa collaboration avec le gouvernement et les partenaires sectoriels pour trouver d'autres changements à apporter aux dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt en vue d'en assurer l'efficacité, la valeur et les effets pour ce qui est d'atteindre les priorités gouvernementales.
- Dans le cadre des plans de modernisation des crédits d'impôt, Ontario Créatif établira un plan de développement régional qui inclura une participation appropriée à l'examen de la prime régionale du CIPCTO par le gouvernement, pour veiller à ce qu'elle offre des incitations et un soutien efficaces et adéquats aux productions cinématographiques et télévisuelles dans toutes les régions de l'Ontario.

#### **7. *Mesure du rendement et production de rapports connexes : adopter des stratégies éclairées par les données pour évaluer les programmes et produire des rapports connexes; améliorer la collecte de données, les mesures du rendement et la production de rapports connexes***

- En 2023-2024, Ontario Créatif finalisera un nouveau cadre d'IRC aligné sur le nouveau plan stratégique. Un processus visant à chercher et acquérir un logiciel d'analyse opérationnelle pour améliorer la gestion des données et la production de rapports connexes suivra également son cours en collaboration avec l'équipe TI.

#### 8. *Communication de notre actualité :*

- Ontario Créatif maintient une présence active et captivante sur les médias sociaux et utilise les médias traditionnels au besoin. L'organisme s'attache notamment à promouvoir les sociétés et le contenu primés de l'Ontario en recourant à des approches innovantes en matière de mise en valeur, par exemple l'édition de listes de lecture mensuelles ou les événements Facebook Live. En 2021-2022, il a gagné plus de 4400 nouveaux abonnés, toutes chaînes de médias sociaux confondues. Les empreintes médiatiques du Prix littéraire Trillium ont dépassé les 135 millions grâce à 574 reprises d'articles, et celles des autres activités se sont élevées à près de 50 millions.

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

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

L'organisme est investi dans l'amélioration continue de l'ensemble des services et opérations. Voici quelques exemples :

- Les temps d'attente des crédits d'impôt ont été considérablement réduits ces dernières années.
- La prestation numérique a progressé : paiement électronique des frais d'administration des crédits d'impôt, versement des subventions par virement électronique, certificats de crédit d'impôt électroniques.
- Les activités de collecte de données et la production de rapports connexes font l'objet d'améliorations constantes.
- En 2021-2022, les délais de traitement, tous crédits confondus, ont été 35 % plus rapides qu'en 2020-2021.
- Au quatrième trimestre de 2020-2021, l'arriéré des demandes de crédit d'impôt a effectivement été résorbé.

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

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

comme un chef de file et une destination attractive pour l'activité commerciale intérieure et étrangère, et que cela permettra aux industries de la création de la province de poursuivre leur convalescence et de se relever plus résilientes encore de la pandémie, de se reconstruire et de contribuer significativement à la réussite économique de l'Ontario.

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

## PRIORITÉS DE L'ORGANISME

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

- le renforcement des capacités et le développement de la main-d'œuvre
- la diversité et l'inclusion/l'accessibilité
- la liaison régionale
- l'écoresponsabilité
- le service à la clientèle/l'amélioration des processus opérationnels
- le développement des marchés internationaux
- la démonstration de son impact

## INVESTISSEMENT DANS L'INDUSTRIE ET PROMOTION DU SECTEUR

En 2023-2024, les trois initiatives suivantes seront menées dans le cadre de l'ensemble des programmes d'investissement du Groupe de l'investissement dans l'industrie et de la promotion du secteur :

### INITIATIVE DE PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

- En 2023-2024, l'initiative de promotion de la diversité continuera d'être offerte dans le cadre de tous les programmes d'investissement pour le deuxième exercice consécutif, afin d'apporter un soutien ciblé aux entreprises et aux projets dirigés par des personnes issues de la diversité qui présentent un fort potentiel de croissance économique et culturelle. L'initiative de promotion de la diversité a été créée en 2017-2018 sous la forme d'une extension limitée dans le temps du Fonds pour la production cinématographique, ayant accordé 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers (fin en 2019-2020) à des films répondant à la définition provinciale de la diversité, laquelle inclut notamment l'ascendance, la culture, l'origine ethnique, l'identité et l'expression de genre, la langue, les capacités physiques et intellectuelles, la race, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle et le statut socioéconomique. À partir de 2018-2019, Ontario Créatif a alloué 250000 dollars de ce financement au Programme de développement de l'industrie à l'égard d'initiatives dans les secteurs de l'édition du livre et des revues, du cinéma et de la télévision. Conscient de la valeur et de l'impact significatifs d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité, Ontario Créatif maintient le programme avec un niveau de financement réduit en puisant dans ses réserves de trésorerie non engagées depuis 2020-2021. L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées pour l'année à venir. Une stratégie accompagnée d'argumentaires spécifiques sera rédigée et mise à l'essai en 2023-2024 dans le but de remplacer le recours aux réserves de trésorerie par une solution plus pérenne pour soutenir les initiatives favorisant la diversité.

### ACCESSIBILITÉ

- Dans l'optique d'aider les sociétés et les organismes à réaliser des projets accessibles et inclusifs pour les personnes handicapées, les lignes directrices continueront d'autoriser explicitement l'intégration des coûts liés à l'accessibilité par le biais d'un supplément ou d'un poste budgétaire.



- Les lignes directrices seront mises à jour en vue de faire en sorte que les activités financées, en particulier les manifestations, soient accessibles à tous types de participants/d'utilisateurs.
- Des moyens de favoriser l'accessibilité du processus de demande seront également envisagés, par exemple la révision des lignes directrices afin de veiller à ce qu'elles soient rédigées dans un langage clair.

#### **AMÉLIORATION DU PROCESSUS DE DEMANDE**

- Dans le cadre de l'examen et du renouvellement des programmes, Ontario Créatif continuera d'évaluer les possibilités pour harmoniser et simplifier les exigences liées à la présentation des demandes dans la mesure du possible, et ce, pour améliorer le service à la clientèle et réduire les formalités administratives.
- L'organisme évaluera les activités de communication et de liaison pour s'assurer de toucher l'ensemble des parties prenantes de la province, continuera de proposer des séances d'information virtuelles, et cherchera des occasions de communiquer avec les parties prenantes se trouvant en dehors de la région du grand Toronto (RGT) afin d'offrir un accès plus équitable au personnel d'Ontario Créatif et à son expertise.
- Nous veillerons à ce que les activités de liaison et de communication liées aux programmes et aux services d'Ontario Créatif s'étendent aux sociétés émergentes et aux nouveaux acteurs (susceptibles de ne pas encore être constitués en personne morale), et à nous associer aux organismes sectoriels pour améliorer les initiatives de liaison.
- Ontario Créatif utilisera les données démographiques pour contribuer à orienter les stratégies d'information des groupes en quête d'équité afin d'améliorer leur taux d'acceptation au sein des programmes d'investissement d'Ontario Créatif.
- Nous mettrons en œuvre les recommandations formulées dans le rapport d'analyse d'Ontario Créatif concernant les ententes de paiement de transfert conclues avec le gouvernement et veillerons notamment à modifier les exigences des demandes en vue de l'évaluation et de la gestion adéquates des risques financiers et à instaurer un examen standard des états financiers dans le cadre de l'ensemble des programmes d'investissement.

#### **FONDS POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE**

Le Fonds pour la production cinématographique accorde un soutien aux projets ontariens de longs métrages qui sont prêts à être produits, sont en développement ou font l'objet d'une sortie publique.

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

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

##### **LE FONDS COMPORTE TROIS VOLETS :**

- **Développement** – accorde un financement sous la forme d'un prêt sans intérêt à l'égard d'activités de développement
- **Production** – accorde un financement sous la forme d'une avance remboursable, c'est-à-dire d'un financement de dernier recours visant à boucler le financement d'un long métrage

- **Initiative pour le marketing et la distribution (IMD)** – accorde un financement ciblé aux bénéficiaires du Fonds pour la production cinématographique (Production) à l'égard de stratégies nationales innovantes de marketing et de distribution

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

- L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2023-2024.

#### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2021-2022, chaque dollar investi par Ontario Créatif par l'intermédiaire du Fonds pour la production cinématographique a entraîné une dépense supplémentaire de 26,41 dollars au sein de l'économie. De plus, le programme a créé presque 20000 semaines de travail.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

#### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour la production cinématographique et complètera pour une année supplémentaire le programme de base à l'aide de fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.



- Ontario Créatif recrutera un conseiller ou une conseillère qui se chargera d'examiner la structure et les objectifs des programmes concernant la production de contenu pour écran et de les évaluer compte tenu du contexte commercial changeant, dans le but de formuler des recommandations visant à améliorer leur alignement afin de cibler les possibilités de valeur.

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

- Produit par Wildling Pictures, *See For Me* a rapporté l'intégralité de son budget remboursable de 2,3 millions de dollars à ses investisseurs avant même sa sortie commerciale, après avoir conclu 24 ventes couvrant la quasi totalité des principaux territoires – des recettes de vente qui, en fin de compte, ont été supérieures au budget du film. La production du film a été interrompue à la mi-mars 2020, lors du premier stade de la pandémie. Outre le soutien du Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique, la production a touché des fonds au titre du soutien additionnel relatif aux mesures de santé et de sécurité en raison de la COVID-19, offert par Ontario Créatif pour couvrir les coûts supplémentaires afin d'achever la production. IFC a sorti le film aux États-Unis, lequel a remporté un grand succès critique et commercial : jusqu'à présent, le film a généré 750 000 dollars de recettes mondiales.
- Le nombre record de 12 longs métrages soutenus par Ontario Créatif a été projeté lors de l'édition 2022 du Festival international du film de Toronto (TIFF). Il s'agissait des films suivants : *Alice, Darling (Alice, chérie)*; *Black Ice*; *Brother (33 tours)*; *Buffy Sainte-Marie: Carry It On*; *North of Normal: Rosie*; *Something You Said Last Night*; *So Much Tenderness (Tellement de tendresse)*; *Stellar*; *The Colour of Ink*; *The Swearing Jar*; et *The Young Arsonists*. *Black Ice* a remporté le Prix du public pour les documentaires, tandis que le Prix Changemaker est allé à *Something You Said Last Night*. *Stellar* a été retenu comme film d'ouverture de l'ImagineNATIVE Film Festival 2022.
- Les films appuyés figurent à l'affiche de festivals internationaux aux quatre coins de la planète. *Crimes of the Future (Les crimes du futur)*, réalisé par David Cronenberg, a fait partie de la sélection de films en compétition au Festival de Cannes 2022. La coproduction suisse-canadienne soutenue par le Fonds pour la production cinématographique, *Something You Said Last Night* (JA Productions Inc.), a été projetée en avant-première et a décroché le Prix Changemaker au TIFF. Elle suit actuellement le circuit des festivals, à commencer par le Festival international du film de Saint-Sébastien. Le film a été tourné en extérieur à Orillia et incluait un volet de mentorat baptisé Trans Film Mentorship.
- En 2022, le 17<sup>e</sup> Forum annuel sur le financement international (FFI) d'Ontario Créatif est revenu avec succès au format présentiel, plus de 80 producteurs en provenance de l'Ontario, du Canada et du monde entier y ayant pris part.
- De nombreuses productions bénéficiant de l'appui d'Ontario Créatif ont reçu les louanges de la critique aux prix Écrans canadiens. Voici les projets concernés : *Night Raiders (Les voleurs de la nuit)*, *All My Puny Sorrows (Pauvres petits chagrins)*, *The Retreat*, *Delia's Gone*, *Dino Dana: The Movie*, *Charlotte*, *See for Me*, *Captive (La captive)*, *One of Ours*, *Borealis (Boréalis)* et *The Face of Anonymous*. Ils ont cumulativement récolté 34 sélections dans 25 catégories, notamment Meilleur film, Meilleur scénario original, Meilleure adaptation et Meilleure émission documentaire. Six des neuf victoires sont allées à *Night Raiders*, y compris dans les catégories Meilleur scénario original, Interprétation féminine dans un premier rôle et Meilleurs costumes.
- Parmi les films appuyés par Ontario Créatif à Hot Docs 2022, figuraient *Beautiful Scars*, réalisé par Shane Belcourt, *Category: Woman*, réalisé par Phyllis Ellis, et *Unloved: Huronia's Forgotten Children*, réalisé par Barri Cohen. Le film d'ouverture était *Into the Weeds: Dewayne "Lee" Johnson vs. Monsanto Company*, réalisé par Jennifer Baichwal.
- **Diversité et inclusion :** En 2021-2022, l'initiative de promotion de la diversité du Fonds pour la production cinématographique a offert 1,43 million de dollars à des films reflétant la diversité : 12 dans le cadre du volet Production et 29 dans celui du volet Développement. Cinquante-trois pour cent (53 %) des films soutenus par le Fonds pour la production cinématographique ont bénéficié de l'initiative de promotion de diversité, notamment trois projets autochtones et 14 projets de personnes de couleur.
- En 2021-2022, Ontario Créatif s'est associé au Bureau de l'écran autochtone pour appuyer des initiatives régulières de mentorat et de formation sur les plateaux à l'intention des équipes techniques autochtones, notamment sur le plateau des films *Rosie* et *Café Daughter*, également soutenus par le Fonds pour la production cinématographique. Le programme offert sur le tournage de *Rosie* comprenait des postes en tant qu'ombre de la réalisatrice, opérateur ou opératrice et assistant régisseur ou assistante régisseuse d'extérieurs, ainsi que des postes dans les domaines des costumes et de l'électricité.

## FONDS POUR LES PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES

Le Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques (Fonds pour les produits MIN) est conçu pour proposer une gamme de programmes et de ressources visant à offrir aux entreprises culturelles de l'Ontario, ainsi qu'aux associations professionnelles et organisatrices de

manifestations de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques, un appui financier, des conseils stratégiques et un soutien à la recherche.

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

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

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

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

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

- L'organisme maintiendra une initiative de promotion de la diversité dans le cadre du Fonds pour les produits MIN en puisant dans ce dernier l'allocation requise. L'enveloppe prévue par Ontario Créatif pourra être complétée par une contribution de contrepartie d'un organisme partenaire.

#### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2021-2022, le programme a généré presque 5500 semaines de travail et une dépense de près de 3,5 fois le montant investi par Ontario Créatif au sein de l'économie.

Un examen du Fonds pour les produits MIN a été réalisé en 2022 et a donné lieu aux conclusions suivantes :

- Dans l'ensemble, les projets soutenus par Ontario Créatif ont affiché un rendement du capital investi (RCI) de 22 % pendant la période de référence (2015-2020). Concernant les projets qui faisaient l'objet d'une sortie commerciale au moment de l'enquête, le RCI moyen est de 113 %.
- Les bénéficiaires ont attribué 2,74 dollars de recettes des projets à Ontario Créatif pour chaque dollar d'investissement, soit un RCI de 174 %.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

- du nombre d'emplois créés et/ou préservés;



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

#### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour les produits MIN et lancera éventuellement un soutien supplémentaire à l'intention d'équipes et de projets reflétant la diversité, sous réserve d'obtenir l'aide d'un partenaire. Dans le but de mieux soutenir de tels projets et équipes, le Fonds pour les produits MIN continuera d'étudier les possibilités de mentorat et de formation à l'intention des créateurs de contenu émergents et de niveau intermédiaire dans le cadre du Programme d'aide au développement des produits MIN et de nouvelles initiatives menées en partenariat avec des associations professionnelles comme imagineNATIVE, Hand Eye Society, l'Afrotopolis Art Collective et Interactive Ontario.
- Ontario Créatif entreprendra des activités ayant pour principal objectif de faire mieux connaître les sociétés et le contenu du secteur MIN de l'Ontario à l'international et d'accroître la compétitivité de l'Ontario. Il pourra s'agir d'activités promotionnelles, de projets de marketing et d'autres actions ciblées.
- Ontario Créatif recrutera un conseiller ou une conseillère qui se chargera d'examiner la structure et les objectifs des programmes concernant la production de contenu pour écran et de les évaluer compte tenu du contexte commercial changeant, dans le but de formuler des recommandations visant à améliorer leur alignement afin de cibler les possibilités de valeur.

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

- Les studios de développement de jeux ontariens ont dominé la toute première édition des Prix du jeu indépendant canadien, moissonnant neuf victoires, dont celles du Jeu indépendant de l'année, de la Meilleure bande son/musique et de la Meilleure narration pour *Echo Generation* de Cococucumber; de la Meilleure direction artistique et de la Meilleure animation pour *Wytchwood* d'Alientrap Games; de la Meilleure conception sonore et de la Meilleure technologie/innovation pour *The Vale: Shadow of the Crown* de Creative Bytes Studios; du Meilleur jeu sur console pour *Chivalry 2* de Torn Banner Studios; et du Meilleur jeu sur appareils mobiles pour *Grindstone* de Capybara Games.
- En partenariat avec Interactive Ontario, Ontario Créatif a organisé la toute première vente Steam de jeux ontariens (Games from Ontario) afin de mettre en valeur et de célébrer plus de 200 jeux réalisés en Ontario.
- *The Vale: Shadow of the Crown* a remporté le prix Écrans canadiens 2022 de la Meilleure narration dans un jeu vidéo.
- Ontario Créatif s'est associé au Fonds des médias du Canada pour lancer une nouvelle version du Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN en 2023. Les sociétés émergentes et les sociétés confirmées dont plus de 51 % des propriétaires appartiennent à des communautés ayant droit à l'équité peuvent demander un soutien d'un maximum de 20000 dollars à l'égard des étapes préliminaires du développement. La contribution d'Ontario Créatif au programme marque l'inclusion d'un soutien ciblé dans le Fonds pour les produits MIN.
- Le jeu *Ember Knights* de Doom Turtle a été le plus gros lancement de la société sur Steam Accès Anticipé, affichant d'incroyables résultats, dont plus de 1200 évaluations positives.
- Grâce au soutien accordé par le Programme de développement des marchés internationaux, Riyo Games a pu obtenir un investissement considérable de la part d'un éditeur de jeux indépendants majeur pour la production d'un futur nouveau titre, qui s'apprête à entrer en production.
- La nouvelle série éducative sur le monde végétal de Blue Ant Media, *Floralogic*, mettant en vedette les espèces les plus bizarres et originales des règnes végétal et fongique, a effectué un départ fulgurant avec des millions de vues sur YouTube, TikTok et Snapchat.
- **Diversité et inclusion :** *Sloppy Jones*, une série Web de Hop To It Productions, a été diffusée en avant-première dans un certain nombre de festivals aux quatre coins de la planète et sur OUTtv. L'exposition lors de festivals au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Nouvelle-Zélande et en Australie a stimulé avec succès l'audience mondiale d'OUTtv. Les festivals ont notamment servi de tribunes aux créateurs de la série pour promouvoir les voix de femmes et de personnes issues de la diversité au sein des médias, de même que les avantages de la collaboration avec des sociétés ontariennes. *Moment en aide à des*

## **FONDS DU LIVRE**

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

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

- L'organisme maintiendra le volet Promotion de la diversité du Fonds du livre en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2023-2024.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds du livre devrait aider les sociétés d'édition à augmenter leur part de marché en lançant de nouvelles initiatives de marketing numérique, en créant des boutiques en ligne pour toucher les marchés mondiaux, et en tissant des liens avec les libraires grâce à des incitations et promotions clés. Ces projets aident les éditeurs ontariens à se mesurer à de grandes multinationales d'une part, et les publics à découvrir les livres et les auteurs ontariens d'autre part. En 2020-2021, l'exercice le plus récent pour lequel des chiffres de ventes sont disponibles, les bénéficiaires du Fonds du livre ont déclaré gagner en moyenne 4,63 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds du livre.
- Ontario Créatif continuera d'offrir un volet Promotion de la diversité et un supplément au programme de base avec des fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie. Le volet Promotion de la diversité appuiera des sociétés émergentes en plus d'offrir aux sociétés confirmées des incitations visant à accroître les activités d'édition de contenu reflétant la diversité et à développer les partenariats avec des créateurs issus de la diversité.
- Prenant appui sur l'initiative Écran vert Ontario (EVO) dans le secteur cinématographique, Ontario Créatif élargira sa stratégie en matière d'écoresponsabilité à l'ensemble des industries de la création, dans le cadre de son nouveau plan stratégique. La première étape dans cette direction consistera à élargir les initiatives/le soutien en matière de durabilité au secteur de l'édition (par exemple, calculateur d'empreinte carbone pour l'industrie de l'édition).



**SUCCÈS DU FONDS DU LIVRE :** En 2020-2021, l'exercice le plus récent pour lequel ces données sont disponibles, les bénéficiaires du Fonds du livre ont déclaré gagner en moyenne 4,63 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. Les livres publiés par des éditeurs domiciliés en Ontario appartenant à des intérêts canadiens ont joui d'un succès considérable, aussi bien critique que commercial :

- Lauréat du Prix Banque Scotia Giller 2022, *The Sleeping Car Porter*, de Suzette Mayr, a été publié par l'éditeur appuyé par le Fonds du livre Coach House Books. Ce dernier a également publié le recueil de nouvelles *Lesser-Known Monsters of the 21<sup>st</sup> Century*, de Kim Fu, comptant parmi les cinq titres retenus en sélection finale.
- L'édition 2022 a célébré le 35<sup>e</sup> anniversaire du Prix littéraire Trillium, soulignant l'excellence et promouvant la diversité des écrivains ontariens et de leurs œuvres. Les auteurs sélectionnés en 2020, 2021 et 2022 et les éditeurs de leurs livres ont pris part à cette édition spéciale du Prix. Les lauréats étaient les suivants : Ann Shin, *The Last Exiles*; Robert Marinier, *Un conte de l'apocalypse*; Bardia Sinaee, *Intruder*; Chloé LaDuchesse, *Exosquelette*. L'annonce de la sélection finale a touché plus de 12 millions de Canadiens et de Canadiennes par l'intermédiaire des médias traditionnels et sociaux.
- Les éditeurs ontariens étaient présents en force parmi les finalistes des Prix littéraires du Gouverneur général 2022, y compris *The Sour Cherry Tree* de Naseem Hrab et Nahid Kazemi (Owlkids Books), qui a remporté le prix dans la catégorie Littérature jeunesse – livres illustrés, *Finding Edward* de Sheila Murray (Cormorant Books), *Dream of No One but Myself* de David Bradford (Brick Books), *Persephone's Children: A Life in Fragments* de Rowan McCandless (Dundurn Press), *Lady Sunrise* de Marjorie Chan (Playwrights Canada Press), et de nombreux ouvrages dans la catégorie Traduction, dont *Dans la lugubre forêt nos corps seront suspendus*, traduit par Benoit Laflamme (Les Éditions l'Interligne).
- Fort du soutien du Fonds du livre, ECW Press a combiné les nouvelles orientations commerciales prises pendant la première année de la pandémie avec des stratégies de marketing éprouvées. Maintenant le dialogue direct avec les communautés de lecteurs en ligne, l'éditeur a œuvré pour faire le lien entre les consommateurs de ses livres et ses partenaires détaillants et bibliothécaires. En adoptant le meilleur des deux mondes, la société a enregistré ses meilleures ventes, que ce soit chez les libraires indépendants ou auprès des bibliothèques du Canada. En plus de l'augmentation considérable des ventes, la campagne s'est soldée par 10 critiques étoilées dans des revues de bibliothéconomie et des médias traditionnels majeurs.
- **Diversité et inclusion :** En 2023-2024, 11 éditeurs de livres mettent l'accent sur des projets tenant compte de la diversité, de l'équité, de l'inclusion et de l'accessibilité (DEIA). Les Éditions David entreprennent un projet afin de promouvoir leur collection 14/18, une nouvelle série ciblant le public adolescent, par le biais d'une série d'initiatives visant les enseignants, les bibliothécaires et les parents, dans l'optique d'une utilisation dans des classes d'immersion au Canada et aux États-Unis. Annick Press entame un projet pluriannuel pour accroître l'accès aux livres pour enfants dans les collectivités autochtones du Nord du Canada d'une part, et les ventes de tels livres d'autre part. Mené par des Autochtones, le projet commencera par cibler trois collectivités du Nord de l'Ontario : Atikokan, Sioux Lookout et Rainy River. Invisible Publishing dialogue avec des librairies qui appartiennent à des membres de communautés ayant droit à l'équité ou en emploi, en vue de collaborer à des argumentaires de vente pour faire en sorte que les livres trouvent leur lectorat, et travaillera avec ces parties ainsi que des écrivains et des établissements issus de ces communautés pour repenser leur processus de soumission.



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

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

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

- L'organisme maintiendra le volet Promotion de la diversité du Fonds du Fonds d'aide aux éditeurs de revues en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2023-2024.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds d'aide aux éditeurs de revues continuera d'aider les sociétés du secteur des revues multimédias ontariennes à élargir leurs débouchés et à atténuer les risques que présentent l'exploration de nouvelles stratégies en matière de contenu et la diversification des revenus, tout en maintenant les secteurs d'activité traditionnels. Il est prévu que les ventes déclarées par les bénéficiaires du Fonds continuent de générer un bon rendement par rapport au capital investi par Ontario Créatif. En 2021-2022, chaque dollar investi dans le Fonds d'aide aux éditeurs de revues a entraîné une dépense supplémentaire de 0,95 dollar.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds d'aide aux éditeurs de revues.
- Il continuera en outre d'offrir un volet Promotion de la diversité et un supplément au programme de base avec des fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie. Le volet Promotion de la diversité appuiera des sociétés émergentes en plus d'offrir aux sociétés confirmées des incitations visant à accroître les activités d'édition de contenu reflétant la diversité et à développer les partenariats avec des créateurs issus de la diversité.
- L'organisme intégrera les mises à jour de programme de haut niveau jugées appropriées à la suite d'un projet d'étude de l'état du secteur des revues qui s'achèvera au printemps 2023.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour leurs auteurs.

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

- Les revues ontariennes étaient bien représentées aux 45<sup>es</sup> Prix du magazine canadien, qui ont eu lieu en 2022. *The Walrus* a figuré parmi les grands gagnants, décrochant quatre Médailles d'or et une d'argent, tandis que *Toronto Life* en a obtenu trois, une d'or et deux d'argent. Le prix éditorial le plus convoité, le Grand Prix du magazine, est allé à *Inuit Art Quarterly*, Nicholas Hune-Brown de *The Local* s'étant vu décerner le Grand Prix de la rédaction.
- Parmi les lauréats des Prix du magazine canadien B2B, soulignons la Médaille d'or de la Meilleure couverture de l'actualité pour *Azure* et la Médaille d'or de la Meilleure illustration pour *Precedent Magazine*.
- Deux publications bénéficiant de l'appui d'Ontario Créatif ont été sélectionnées dans le cadre des Prix d'excellence en publication numérique 2022, *The Walrus* ayant remporté la Médaille d'or du Meilleur essai personnel et *Azure* la Médaille d'argent dans la même catégorie.
- Annex Business Media organise chaque année plus de 50 manifestations en direct à l'appui de la diffusion globale de ses nombreuses marques de revues interentreprises. La pandémie ayant rendu les rassemblements en personne impossibles, Annex a fait évoluer son activité d'organisation de manifestations pour intégrer, avec l'aide d'Ontario Créatif, des rendez-vous virtuels liés à chacune de ses plus de 65 marques d'édition. Les manifestations virtuelles ont permis à la société de continuer de répondre aux besoins du public et des publicitaires, tout en générant des recettes afin de maintenir l'emploi de sa talentueuse équipe organisatrice, de même que la rentabilité de l'entreprise. Cette innovation a positionné les manifestations virtuelles de telle manière qu'elles ont toute leur place dans le programme événementiel post-COVID-19 d'Annex.
- Exclaim! Media a poursuivi sa fructueuse réorientation consistant à offrir à la fois du contenu imprimé et du contenu numérique. La livraison à domicile et la diffusion accrue grâce aux distributeurs automatiques et d'autres modes de vente dans l'espace public ont réduit la dépendance vis-à-vis des points de vente au détail, et la stratégie de diffusion du contenu en ligne a instauré une communication constante avec le lectorat, qui a entraîné une augmentation des abonnements au bulletin d'information, des interactions dans les médias sociaux et du lectorat en ligne. Ces activités se sont soldées par une hausse de 44 % des recettes de la société.
- **Diversité et inclusion :** En 2022-2023, Ontario Créatif a lancé le volet Promotion de la diversité du Fonds d'aide aux éditeurs de revues, conçu pour éliminer les obstacles à l'accès au Fonds pour les sociétés dont les propriétaires sont issus de la diversité raciale, francophones ou répondent autrement aux dimensions de la définition provinciale de la diversité. Quatre sociétés émergentes ont reçu une aide grâce à ce nouveau volet.
- Le Fonds d'aide aux éditeurs de revues apporte son soutien à des revues multimédias publiées à l'intention d'un lectorat issu de la diversité, notamment *Magnifissance*, qui propose des articles en chinois et en anglais sur des artisans, musiciens, créateurs, chefs d'entreprise et autres figures inspirantes; le magazine *Efe*, une publication multiculturelle destinée au milieu professionnel des instituts de beauté; et *ByBlacks.com*, une publication en ligne au service de la communauté noire du Canada, traitant de sujets allant de l'entrepreneuriat des Noirs à l'éducation, en passant par les relations raciales, l'histoire des Noirs, le conditionnement physique, le rôle parental et l'alimentation.

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

Ontario Créatif accorde un soutien aux éditeurs de livres et aux producteurs de contenu cinématographique et télévisuel de l'Ontario, dans le but d'appuyer un éventail d'activités d'exportation et de développement des activités à l'étranger menées sur une année, notamment la fréquentation de marchés et les voyages commerciaux ciblés, et ce, par le biais d'un Fonds pour le développement des marchés internationaux. (Les activités d'exportation des secteurs de la musique et des produits multimédias interactifs numériques continuent de faire l'objet d'un soutien par l'intermédiaire du Fonds ontarien d'investissement dans l'industrie de la musique [FOIIM] et du Fonds pour les produits MIN.)

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le soutien accordé par le Fonds pour le développement des marchés internationaux aidera les entrepreneurs de l'industrie culturelle ontarienne à nouer des relations essentielles pour favoriser l'augmentation de leurs recettes grâce aux ventes à l'international. En 2020-2021, les bénéficiaires du Fonds pour l'exportation dans les secteurs du livre et du cinéma/de la télévision ont déclaré des ventes internationales de plus de 340 millions de dollars, équivalentes à 287 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

En 2022-2023, les activités incluaient :

- la fréquentation de marchés majeurs tels que le Festival de Cannes, la Gamescom, la Game Developers Conference, la Foire du livre de Francfort, le Festival international des médias de Banff et de nombreux autres;
- la participation d'Ontario Créatif à la pré-mission virtuelle intersectorielle en Australie et en Nouvelle-Zélande organisée par Patrimoine canadien.

### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds pour le développement des marchés internationaux (anciennement le Fonds pour l'exportation) et le programme de développement des activités à l'étranger et, compte tenu des défis auxquels les sociétés ont fait face en raison de la pandémie, maintiendra une admissibilité accrue incluant les activités d'exportation et les initiatives de marketing virtuelles visant à augmenter les ventes et les pistes d'affaires à l'international.



- Le personnel poursuivra sa collaboration avec les membres du Service des délégués commerciaux et du personnel fédéral en vue d'accroître le nombre et l'envergure des débouchés à l'exportation des entreprises ontariennes de la création.
- La simplification des exigences des demandes se poursuivra et elles seront repensées afin de réduire les formalités administratives pour leurs auteurs.
- Des priorités et des possibilités stratégiques seront définies pour chaque secteur.
- Dans le cadre de l'initiative prévue par le plan stratégique consistant à examiner et à améliorer les programmes et les initiatives stratégiques sur les marchés internationaux, Ontario Créatif élaborera un nouveau plan pluriannuel de développement international qui comprendra notamment l'examen et l'amélioration de ceux parmi ces programmes et initiatives qui présentent les meilleurs débouchés pour les entreprises de l'industrie de la création de l'Ontario.

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

- En 2022-2023, les programmes de développement des marchés internationaux d'Ontario Créatif ont attribué un total de 1,5 million de dollars de financement à 163 sociétés des secteurs du cinéma, de la télévision, des produits MIN et de l'édition du livre. Alors que les sociétés recommençaient à voyager à l'étranger, les programmes ont conservé une certaine flexibilité concernant la participation à des manifestations virtuelles et des activités de marketing pertinentes. Les rendez-vous de commerce international ayant eu lieu au Canada étaient aussi admissibles au soutien.
- En 2020-2021, l'exercice le plus récent pour lequel ces données sont disponibles, un rendement du capital investi de 224,88 dollars pour chaque dollar investi par Ontario Créatif a été obtenu dans le cadre du Fonds pour l'exportation des productions cinématographiques et télévisuelles, du Fonds du livre et du Programme de développement des marchés internationaux du Fonds pour les produits MIN.
- Revenant aux manifestations en personne, Ontario Créatif a orchestré CoCréation au Festival de Cannes 2022, en partenariat avec Screen Australia, la New Zealand Film Commission, le British Film Institute, Screen Ireland et Screen Scotland. Le rendez-vous a accueilli des délégués du Bureau de l'écran autochtone et du Bureau de l'écran des Noirs, ainsi qu'une discussion entre spécialistes sur la représentation authentique des voix dans les coproductions internationales.
- En août 2022, Ontario Créatif s'est associé à Creative BC, au Medienboard Berlin-Brandenburg et au Service des délégués commerciaux pour emmener une délégation de 15 sociétés ontariennes de production multimédia interactive numérique à Berlin. L'échange germano-canadien de trois jours incluait une série de présentations de projets et d'incitations, de réunions de commerce interentreprises et de visites de studios.



## **PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE**

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

### **OBJECTIFS DU PROGRAMME :**

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

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

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

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

- L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées en 2023-2024.

### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2021-2022, Ontario Créatif a soutenu ou mené 67 initiatives, créant plus de 11000 pistes d'affaires pour les entrepreneurs de l'industrie des médias de la création. Ces pistes aident généralement à créer de nouveaux partenariats qui engendrent de nouveaux projets et une hausse des recettes pour les sociétés. Le programme a aussi permis aux participants de bénéficier de possibilités en matière de développement des compétences, de transfert des connaissances et de conseil qui seront précieuses pour développer des entreprises compétitives.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

### **PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Dans la droite ligne des priorités du gouvernement et des objectifs déterminés par l'organisme, le Programme de développement de l'industrie continuera à cibler trois domaines prioritaires en 2023-2024. Ce triple objectif sera appliqué à chaque projet pour veiller à ce que les types d'activités suivants bénéficient d'un soutien accru :
  - Développement des compétences, mentorat et renforcement des capacités de la main-d'œuvre
  - Diversité et inclusion
  - Marketing et découvrabilité, y compris des possibilités de commerce interentreprises à impact élevé

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Programme de développement de l'industrie et complètera pour une année supplémentaire le programme de base à l'aide de fonds dédiés aux projets reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.
- Les exigences des demandes seront simplifiées afin de réduire les formalités administratives pour leurs auteurs.

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

- En septembre 2022, Ontario Créatif a mené la toute première édition internationale de l'initiative **De la page à l'écran**, ayant réuni plus de 50 producteurs venus de l'Ontario et du monde entier durant le Festival international du film de Toronto. Pour la première fois, des titres ont été soigneusement sélectionnés pour être présentés aux producteurs sur scène. Il a ainsi été possible d'avoir un aperçu du futur gagnant du Prix Gillier 2022, *The Sleeping Car Porter*.
- Les participants au programme EAVE On Demand Access de l'Institut national des arts de l'écran se sont rencontrés virtuellement tout au long de l'année et en personne à Edmonton (Alberta) du 30 octobre au 4 novembre 2022. Ontario Créatif a financé le déplacement de 16 participants ontariens au programme, qui a pour but de valoriser les voix des personnes autochtones, noires ou de couleur (PANDC) du Canada sur la scène mondiale. Le programme comprenait une importante formation sur le succès au sein des marchés internationaux, ayant inclus un guide pratique sur les coproductions internationales, et a permis aux producteurs de nouer des relations essentielles avec de potentiels partenaires commerciaux des quatre coins de la planète.
- **Diversité et inclusion :** En 2021-2022, l'initiative de promotion de la diversité a offert une aide en faveur d'activités de mentorat et de formation, y compris un mentorat sur les plateaux à l'intention de cinéastes autochtones; de 25 initiatives intersectorielles, comme le programme Bright Lights de l'International Film Festival of South Asia, le programme de stagiaires issus de la diversité de l'Ontario Book Publishers Organization, les programmes de formation du Programme de développement des talents du Fonds pour les produits MIN (notamment un programme visant les créateurs de contenu noirs) et l'International Financing Forum du festival Inside Out.
- Le Programme de développement de l'industrie a appuyé une série de rapports du Bureau de l'écran des Noirs intitulée *Être vu-e : Directives pour la création de contenus authentiques et inclusifs*, comportant des chapitres axés sur diverses communautés sous-représentées : personnes de couleur, personnes handicapées, 2ELGBTQIA+, communautés noires et un rapport spécifique aux médias pour enfants. Le projet a pour but de fournir des directives et des stratégies aux acteurs des industries du cinéma, de la télévision et des médias interactifs numériques pour les aider à commanditer et à créer un contenu plus authentique.
- Ontario Créatif s'est associé à AVANCE, collectif de professionnels noirs de l'industrie musicale au Canada, pour proposer aux sociétés ontariennes une initiative intersectorielle de formation sur la lutte contre le racisme. La première séance sur trois constituait une introduction à la diversité, à l'équité et à l'inclusion à laquelle près de 80 parties prenantes provenant de tous les secteurs ont participé.

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

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

#### OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

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

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

#### **VOLETS DU PROGRAMME :**

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

##### **Création musicale**

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

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

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

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

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

##### **Promotion des concerts**

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

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

#### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

Le FOIM a été lancé en 2020-2021, en remplacement du Fonds ontarien de promotion de la musique. Les indicateurs de mesure du programme incluent :

- le nombre d'emplois créés et/ou préservés;
- la croissance des sociétés (recettes/bénéfice net);
- les placements privés et les capitaux obtenus;
- la valeur de levier associée à la contribution d'Ontario Créatif pour chaque projet;
- le nombre de relations/pistes d'affaires établies par les participants.

Résultats clés du FOIM en 2021-2022 :

- Valeur de levier (montant de dépense additionnel généré pour chaque dollar investi par Ontario Créatif) : 4,64 \$



Résultats de l'industrie après sept ans de soutien du FOPM (2013-2014 à 2019-2020) :

- Près de 30 millions d'exemplaires d'enregistrements de sociétés soutenues par le FOPM vendus dans le monde entier
- 15 millions de personnes ayant assisté à des concerts soutenus par le FOPM
- 3200 artistes directement soutenus
- 54000 pistes d'affaires et affaires générées par les missions d'exportation et les réunions interentreprises

**PRIORITÉS EN 2023-2024 :**

- Ontario Créatif continuera d'offrir le Fonds d'investissement dans l'industrie de la musique et, compte tenu des défis persistants auxquels les sociétés de cette industrie (en particulier dans le secteur des concerts) font face en raison de la pandémie, continuera de faire preuve d'une certaine souplesse à l'égard d'activités alignées sur les objectifs généraux du programme.
- Ontario Créatif continuera d'offrir une initiative de promotion de la diversité et un supplément au programme de base avec des fonds dédiés aux projets et sociétés reflétant la diversité, et ce, en puisant dans ses réserves de trésorerie.
- L'organisme maintiendra Accélération, la nouvelle initiative axée sur l'entrepreneuriat musical noir et autochtone lancée en 2021-2022 sous la forme d'une activité limitée dans le temps. Autre activité de mentorat, la série de manifestations «Access» s'inscrit dans le droit-fil de la priorité accordée par l'organisme au développement de la main-d'œuvre : s'articulant autour de diverses initiatives de réseautage et de renforcement des capacités, elle continuera de proposer une grande variété de conférences et de possibilités de perfectionnement professionnel.
- L'accent sera mis sur la capacité et la croissance des exportations des parties prenantes de l'industrie musicale franco-ontarienne; une initiative d'activation et d'exportation à l'échelle nationale sera appuyée : il s'agira de mettre sur pied une série d'initiatives pour favoriser le développement d'entreprises musicales franco-ontariennes, y compris des travaux de recherche, des manifestations, des missions à destination d'un marché d'exportation.
- L'organisme continuera d'envisager les possibilités de tirer parti de partenariats innovants et non traditionnels en faveur du secteur de la musique, par exemple Business is Better with Music, une initiative intersectorielle visant à optimiser l'impact en créant sur mesure des manifestations ciblées et en étudiant les occasions de collaborer avec des secteurs se trouvant en dehors du mandat d'Ontario Créatif (par exemple, les arts d'interprétation et les entreprises canadiennes).
- Prix JUNO 2024 en Ontario : Les Prix JUNO devraient avoir lieu en présentiel dans une ville ontarienne en mars 2024. Ontario Créatif organisera une soirée d'ouverture et de célébration des Prix pour amplifier la présence de l'industrie musicale de l'Ontario en partenariat avec l'Académie canadienne des arts et des sciences de l'enregistrement (ACASE).
- L'organisme recrutera un conseiller ou une conseillère qui se chargera d'examiner la structure et les objectifs des programmes concernant la musique et de les évaluer compte tenu du contexte commercial changeant, dans le but de formuler des recommandations visant à améliorer leur alignement afin de cibler les possibilités de valeur.
- L'équipe veillera à ce que les activités de liaison et de communication liées aux programmes et aux services d'Ontario Créatif s'étendent aux sociétés émergentes et aux nouveaux acteurs et, s'il y a lieu, s'associera aux organismes sectoriels pour améliorer les initiatives de liaison.



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

- Les musiciens et auteurs ontariens ont reçu les louanges de la critique à l'occasion des Prix JUNO 2022 en décrochant 18 récompenses. Six des 18 lauréats bénéficiaient du soutien d'Ontario Créatif. Haviah Mighty a vécu une soirée d'anthologie, devenant la première artiste féminine à remporter le Prix de l'album/minialbum rap de l'année, tandis que Savannah Ré a remporté le Prix de l'enregistrement R & B/soul de l'année pour la deuxième année consécutive.
- Pour la première fois en trois ans, le gala du Prix de musique Polaris 2022 a eu lieu en personne le 19 septembre au Carlu. Parmi les finalistes ontariens figuraient Charlotte Day Wilson, Ombiigizi et Shad. Le FOIIM a soutenu le lauréat, Pierre Kwenders, par l'entremise de son label, Arts and Crafts.
- Pour la toute première fois, Ontario Créatif a présenté la Soirée d'ouverture des Prix JUNO, avec au programme des festivités la remise de plus de 40 Prix JUNO et cinq prestations, à l'issue de la première Semaine des JUNO à se dérouler en direct et en personne depuis trois ans. Le lauréat ontarien des Prix JUNO 2021 Julian Taylor (bénéficiaire du FOIIM) était l'«ambassadeur» d'Ontario Créatif au centre des médias. À ce titre, il a réalisé des entrevues avec les lauréats ontariens, qui ont ensuite été publiées sur notre compte Instagram. Nous avons publié plus de 18 vidéos et 26 *stories* sur notre profil, pour des résultats positifs.
- **Diversité et inclusion :** En 2021-2022, les 500000 dollars du supplément de promotion de la diversité du FOIIM ont permis d'appuyer en tout 89 sociétés de l'industrie de la musique : 38 au titre du volet Création musicale, 15 au titre du volet Initiatives pour l'industrie de la musique, 15 au titre du volet Développement des marchés internationaux et 21 au titre du volet Promotion des concerts. Ontario Créatif a élargi l'initiative de mentorat Access menée dans le cadre de la conférence de la Semaine de la musique canadienne (CMW).
- Dans le cadre du programme Accélération pour les entrepreneurs de la musique noirs et autochtones, une enveloppe de 300000 dollars a été répartie entre 32 sociétés pour les aider à renforcer leur entreprise et leur capacité au sein des communautés de la musique noire et autochtone.
- L'activation Access CMW durant la Semaine de la musique canadienne a offert un lieu sûr dans le cadre de la conférence pour tenir des activités de réseautage et de mentorat pour les représentants émergents de la musique PANDC (l'«Access CMW Lounge»), en plus d'une séance d'accueil exclusive en présence du lauréat du CMW Social Justice Award et icône du rap, Chuck D, pour les 24 participants.
- Ontario Créatif a appuyé l'organisme sectoriel CIMA dans la coprésentation d'une série de discussions sur le racisme anti-Noirs intitulée *Breaking Down Racial Barriers: Next Steps* (éliminer les obstacles raciaux : prochaines étapes) à l'intention des personnes et sociétés de l'industrie musicale.
- Ontario Créatif a établi une présence stratégique à la New York Song Week (New York) et à l'Americana Fest (Nashville) en appuyant les missions d'exportation de la CIMA et d'Éditeurs de Musique au Canada. L'organisme a organisé une manifestation intersectorielle de commerce interentreprises au Consulat du Canada à New York pour mettre en relation les maisons de disques et éditeurs de musique ontariens avec les principaux décideurs de l'industrie cinématographique et télévisuelle new-yorkaise dans le but de conclure des accords de concession du droit de synchronisation.

## BUREAU DU CINÉMA

Le Bureau du cinéma de l'Ontario propose un ensemble de services aux sociétés cinématographiques et télévisuelles nationales et étrangères, en vue d'attirer en Ontario les investissements liés à la production, à la postproduction, à l'animation et aux effets visuels. Le Bureau du cinéma est un point de contact clé en Ontario pour la plupart des projets cinématographiques et télévisuels. Ses services comprennent notamment l'ultramoderne Photothèque numérique des extérieurs, une aide au repérage gratuite pour toutes les productions envisageant de choisir l'Ontario comme lieu de tournage, des visites de familiarisation, et la prestation de services de facilitation et de dépannage aux productions réalisées dans la province, par l'intermédiaire des Services de liaison pour les productions cinématographiques.

Le Bureau fait office de principal organisme de promotion vantant les avantages de l'Ontario auprès de l'industrie cinématographique mondiale, en menant des initiatives stratégiques de commerce interentreprises et des campagnes publicitaires internationales. Il recueille également des statistiques sur l'activité de production. En 2020 et 2021, il a joué un rôle crucial pour garantir au secteur de la production un retour au travail en toute sécurité, en œuvrant avec ses partenaires à la création du site Web et de la campagne *Prêt pour l'action*.

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

En outre :

- En partenariat avec la Ville de Toronto, Ontario Créatif tient un bureau de promotion à temps plein à Los Angeles, lequel mène des actions sur le terrain afin d'attirer des productions en Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de la province. Ontario Créatif est l'associé-gérant du bureau. Le Bureau de Los Angeles continue d'apporter une précieuse contribution à l'activité de production étrangère en Ontario. En outre, il recueille des renseignements liés à l'expérience client dans le cadre des services aux productions étrangères, qui servent à améliorer l'offre de la province. En 2021-2022, il a favorisé 110 pistes, parmi lesquelles 57 ont fini par être tournées en Ontario, pour des budgets évalués au total à 1 milliard de dollars.
- La collection d'images de la Photothèque numérique des extérieurs primée d'Ontario Créatif ne cesse de croître. En 2022-2023, le Bureau du cinéma a achevé un projet photographique promotionnel en prenant plus de 200 photographies incroyables aux quatre coins de la province pour les utiliser dans de futures annonces publicitaires, messages dans les médias sociaux et ensembles d'images pour les producteurs. À la fin de l'exercice 2021-2022, la Photothèque comptait environ 9100 portefeuilles renfermant plus de 275000 images. Elle est utilisée par plus de 6000 personnes, y compris des propriétaires, des équipes de production locales indépendantes, des producteurs nationaux et internationaux, et le personnel d'Ontario Créatif, qui s'en servent pour créer des ensembles d'images numériques utilisés à la fois pour promouvoir la province et convaincre les productions de tourner en Ontario. En 2021-2022, la Photothèque numérique des extérieurs a fait l'objet de plus de 20000 visites pour consulter ses dossiers d'extérieur.
- Le Bureau du cinéma organise régulièrement des visites promotionnelles de familiarisation ciblant les cadres du secteur international de la production cinématographique et télévisuelle, dans le but de promouvoir les avantages que présente l'Ontario en matière de production et de postproduction, et de favoriser, en fin de compte, les investissements en



faveur de la province. Une visite de familiarisation aux fins de la production cinématographique et télévisuelle – la première depuis 2019 – s’est déroulée du 1<sup>er</sup> au 4 août 2022 et a attiré sept décisionnaires de Los Angeles, représentant des sociétés de production de premier plan, comme AMC, Lionsgate, FilmNation, Macro, Sony, Scott Free et HBO. La visite a permis de faire les présentations et de consolider les liens entre les cadres de Los Angeles et 105 représentants de parties prenantes et du gouvernement de l’Ontario. De North Bay à London (Ontario), les intervenants ontariens ont bien représenté la province. Les cadres ont rencontré, entre autres, des producteurs délégués, des prestataires, des fournisseurs, les directeurs des bureaux du cinéma régionaux/municipaux, les syndicats et les guildes. Ils ont également eu l’occasion de visiter des extérieurs, des studios, des scènes de production virtuelle, et le plus grand plateau de tournage en extérieur du Canada, situé à Pickering (Ontario). La visite a généré deux pistes de production directes d’une valeur estimée à plus de 50 millions de dollars.

Le Bureau du cinéma travaille en étroite collaboration avec les partenaires municipaux, provinciaux et fédéraux à créer une expérience de production fluide en Ontario, et ce, dans toutes les régions. À l’appui de ces efforts, le Bureau du cinéma organise une séance hebdomadaire de discussion ouverte avec plus de 40 représentants de régions et de municipalités, le représentant du caucus des extérieurs de la section Ontario de la Guilde canadienne des réalisateurs et le conseiller ou la conseillère, Bureau de Los Angeles, afin de discuter des pratiques exemplaires en matière de lignes directrices liées au tournage, des pistes d’investissement, de l’évolution des affaires et des mises à jour concernant les politiques.

En 2021, l’Ontario a comptabilisé des activités de production cinématographique et télévisuelle d’un montant historique de 2,88 milliards de dollars, avec 394 projets intérieurs et étrangers tournés dans la province. Une partie de la croissance de 2021 peut être attribuée à la reprise postérieure à la pandémie de COVID-19, après le bref arrêt de l’industrie en 2020. Le reste correspond à un nouvel essor de la production et témoigne de la rigueur des protocoles de santé et de sécurité adoptés par l’Ontario, de son impressionnante série d’incitatifs financiers, de l’expansion continue de ses studios, de la diversité de son bassin de talents et de sa gamme inégalée d’extérieurs propices au tournage de films. Fort des services du Bureau du cinéma et de la disponibilité croissante de studios, l’Ontario est bien positionné pour poursuivre sa croissance. À mesure que la demande augmentera, il deviendra important d’un point de vue stratégique de continuer de veiller à ce que notre main-d’œuvre puisse tenir la cadence. En 2019-2020, Ontario Créatif a pris les devants en formant le Comité de développement de la main-d’œuvre, aux côtés de représentants régionaux et municipaux, de syndicats et de guildes. Les représentants siégeant à ce comité continueront d’entreprendre des activités visant à promouvoir la grande diversité de carrières attrayantes existant dans le secteur du cinéma et de la télévision, pour faire en sorte que l’Ontario dispose de techniciens qualifiés pour répondre à la demande de production dans toute la province.

Le Bureau du cinéma s’est associé à 27 organisations sectorielles et gouvernementales dans le cadre de l’initiative Écran vert Ontario, lancée en 2020 pour élaborer des stratégies de production écoresponsable qui permettront aux productions d’économiser des coûts environnementaux et monétaires, et valoriseront le choix de l’Ontario comme lieu de tournage. Au cours de la brève période écoulée depuis la création d’EVO, l’écoresponsabilité est devenue un facteur concurrentiel clé, déterminant où les productions choisissent de poser leurs valises dans le monde.

En 2023-2024, Ontario Créatif projette de continuer d’assumer son rôle de chef de file en organisant des réunions avec les partenaires sectoriels pour aborder des possibilités comme le développement de la main-d’œuvre, l’expansion des studios et la production écoresponsable. Enfin, l’organisme étudiera des moyens d’élargir son rôle de fournisseur centralisant les ressources de production grâce à des listes et des services améliorés. Assumer un rôle de chef de file sur les

fronts du développement de la main-d'œuvre et de la production écoresponsable permettra d'enrichir encore la proposition de valeur de l'Ontario comme lieu de tournage.

#### RÉSULTATS DU PROGRAMME :

En 2021, les productions cinématographiques et télévisuelles soutenues par la province ont contribué à l'économie à hauteur de 2,88 milliards de dollars, soit une somme historique, et représenté environ 48135 emplois directs et indirects à temps plein<sup>58</sup>. La production qui s'est accumulée sans pouvoir suivre son cours pendant les arrêts dus à la COVID-19 a contribué à ce pic de l'activité, laquelle reste intense. En août 2022, Ontario a atteint le jalon de 53 productions tournant simultanément aux quatre coins de la province dans le cadre des étapes préparatoires, des principaux travaux de prise de vues ou des étapes finales. La demande mondiale en contenu cinématographique et télévisuel a augmenté encore davantage du fait de la pandémie, ce qui laisse à penser que 2023-2024 et les exercices ultérieurs seront des exercices fastes en matière de production.

Les résultats du Bureau du cinéma sont évalués en fonction :

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

#### PRIORITÉS EN 2023-2024 :

- Le Bureau du cinéma continuera d'offrir des services de qualité aux parties prenantes, de renforcer ses liens avec la clientèle internationale nouvelle et existante, et de maximiser les possibilités d'investissement de l'étranger, et ce, en utilisant les renseignements liés à l'expérience client pour favoriser l'amélioration continue.
- Dans le cadre de son objectif stratégique consistant à stimuler l'investissement en Ontario, l'organisme développera la production de contenu pour écran intérieure et étrangère dans toutes les régions de la province en organisant des présentations et en participant à des présentations au Canada et à l'étranger pour attirer des investissements directs afin d'agrandir l'infrastructure de l'industrie cinématographique (par exemple, baux de studios à long terme, studios d'effets visuels, studios, technologies écologiques, matériel).
- **L'Ontario comme chef de file sectoriel** : Le Bureau du cinéma continuera de superviser des comités et des partenariats sectoriels qui contribuent à renforcer la capacité du secteur :
  - **Initiative Écran vert Ontario** : Le Bureau du cinéma continuera d'animer l'initiative Écran vert Ontario, en travaillant avec ses 27 partenaires sectoriels et régionaux. L'initiative a été lancée le 10 septembre 2020, de même que son programme inaugural de formation sur le climat et la production écoresponsable et sur le calculateur d'empreinte carbone, qui a été suivi par plus de 400 professionnels à ce jour. Le Bureau du cinéma déclenchera le premier exercice du nouveau plan stratégique quinquennal d'Écran vert Ontario et maintiendra sa collaboration avec le Circular Innovation Council et d'autres partenaires en vue de mettre en œuvre la tactique décrite dans le plan.
  - **Développement de la main-d'œuvre** : En partenariat avec les membres de l'industrie cinématographique et télévisuelle, les représentants régionaux et municipaux, les syndicats et les guildes, Ontario Créatif s'attaquera aux problèmes

---

<sup>58</sup> Ontario Créatif, *Statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle 2021*.



de main-d'œuvre en élaborant une stratégie polyvalente qui inclura une description des catégories de travaux existantes et les cheminements de carrière spécifiques pour chaque type de profession dans le secteur du cinéma et de la télévision; des renseignements sur les salons de l'emploi régionaux, les établissements universitaires proposant des formations et les possibilités de seconde carrière viendront se superposer à cette cartographie. L'initiative s'efforcera en outre d'améliorer la notoriété des acteurs ontariens et d'améliorer leurs débouchés, en partenariat avec l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA). Ces travaux seront réalisés en coopération avec des parties externes et avec le soutien du Groupe des activités opérationnelles et de la recherche (AOR) d'Ontario Créatif, et comprendront des initiatives de liaison avec les partenaires gouvernementaux potentiels, comme le ministère du Travail, de la Formation et du Développement des compétences, le ministère de l'Éducation, et le ministère des Collèges et Universités. En 2023-2024, Ontario Créatif organisera un salon de l'emploi virtuel pour l'industrie cinématographique.

- **Développement régional** : Le Bureau du cinéma lancera un outil d'évaluation des retombées économiques de la production régionale pour donner aux régions et municipalités accès à un générateur d'estimations pouvant être utilisé pour obtenir un soutien à l'activité de production locale.
- **Photothèque numérique des extérieurs** : Ontario Créatif procédera au cadrage et à la planification d'un projet multiphase visant à concevoir et lancer une nouvelle Photothèque numérique des extérieurs à la pointe de la technologie pour le Bureau du cinéma de l'Ontario. Il est important de mettre à jour la photothèque à titre prioritaire afin qu'elle demeure un outil compétitif pour les productions potentielles.

### SUCCÈS DU BUREAU DU CINÉMA :

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

- Le succès remporté par Netflix avec *The Umbrella Academy* (saison 2) a rapporté 77 millions de dollars à l'économie provinciale. L'analyse effectuée par Oxford Economics a conclu que les traitements et salaires locaux avaient représenté la majorité (59 %) des dépenses de production, les 41 % (31,9 M\$) restants ayant servi à acquérir des biens et services locaux. Entre l'approvisionnement en accessoires et les costumes, et le transport et l'hébergement, *The Umbrella Academy* a profité à plus de 980 entreprises ontariennes. Du sud-ouest de l'Ontario à Sault Ste. Marie, la dépense de la production a stimulé les économies locales dans toute la province, apportant une contribution totale de 111 millions de dollars au produit intérieur brut (PIB) de l'Ontario. (Source : Oxford Economics, *Economic Impacts of The Umbrella Academy: Season Two in Ontario*, 2022.)
- Les productions tournées en Ontario figurent à l'affiche de nombreux festivals du film et sont souvent saluées par la critique. En plus de 12 projets soutenus par le Fonds pour la production cinématographique, *The Handmaid's Tale* (*The Handmaid's Tale : La Servante écarlate*) et *Women Talking* (*Ce qu'elles disent*, réalisé par Sarah Polley) ont été projetés au TIFF 2022. *The Handmaid's Tale* a de surcroît été sélectionnée pour deux prix de la Screen Actors' Guild (SAG, Meilleure distribution pour une série télévisée dramatique et Interprétation féminine dans une série télévisée dramatique | Elisabeth Moss), tandis que *Nightmare Alley* (*Ruelle de cauchemar*) a été sélectionné dans la catégorie Interprétation féminine dans un second rôle | Cate Blanchett.
- Le Bureau du cinéma a travaillé à l'établissement de relations clés entre investisseurs, promoteurs, exploitants de studios et cadres de la planification de productions dans le but de favoriser l'expansion des studios d'enregistrement aux quatre coins de la province, à Ottawa, Pickering, Hamilton, Mississauga et Toronto. En 2021-2022, 460 500 pieds carrés supplémentaires de studios ont été obtenus. La visite de familiarisation 2022 du Bureau a généré deux pistes de production directes d'une valeur estimée à plus de 50 millions de dollars.
- Toronto a été nommée, par la revue *Movie Maker*, 2<sup>e</sup> ville où il fait bon vivre et travailler en tant que cinéaste en 2022, un bond de 10 places par rapport à 2021.
- Voici les réalisations d'Écran vert Ontario :
  - À ce jour, 400 certificats ont été délivrés aux travailleurs du cinéma ayant suivi les cours de formation sur le climat et la production écoresponsable et sur le calculateur d'empreinte carbone.
  - EVO électrifie l'industrie en lui donnant accès à une énergie propre grâce à la nouvelle carte de raccordement au réseau électrique disponible sur le site Web du Bureau du cinéma. Les bureaux du cinéma régionaux ont trouvé 40 lieux capables de fournir une puissance importante (principalement des camps de base) aux fins de ce projet, visant à aider les productions à limiter leur dépendance aux groupes électrogènes diesel.
  - L'industrie a évité l'émission de 64 987 kilogrammes de gaz à effet de serre grâce à Deuxième récolte, un programme de récupération alimentaire promu par EVO qui aide les organismes

## INITIATIVES COLLABORATIVES

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

- De la page à l'écran est une initiative de commerce interentreprises permettant aux producteurs de cinéma, de télévision et de produits multimédias interactifs numériques de rencontrer des éditeurs de livres ontariens à l'occasion d'une série d'entretiens particuliers. Jusqu'à présent, le programme a orchestré plus de 4000 entretiens professionnels et servi d'intermédiaire à la conclusion de plus de 75 contrats d'adaptation. En 2022-2023, il est revenu au format présentiel après deux années de prestation virtuelle et, pour la toute première fois, sous la forme d'une édition internationale. Des changements ont en outre été réalisés pour organiser le rendez-vous pendant le TIFF et tirer parti de la fièvre acheteuse qui s'empare des producteurs de contenu pour écran. Cinquante producteurs et 20 éditeurs de livres y ont pris part.
- Jusqu'à présent, plus de 100 films ont été financés avec succès grâce au Forum sur le financement international d'Ontario Créatif, notamment *Alice*, *Darling*, *Night Raiders*, *Castle in the Ground* (*Combat des ombres*), *Maudie* (*Maud*), *Tokyo Story*, *Book of Negroes* (*Aminata*), *Edwin Boyd: Citizen Gangster*, *Midnight's Children*, *The Husband*, *The Whistleblower* (*La Dénonciation*), *Coriolanus*, *Born to Be Blue* (*Pour l'amour de la musique*), *Wadjda* et *Incendies*, sélectionné aux Oscars<sup>59</sup>. En 2022, le FFI est revenu avec succès au format présentiel, plus de 80 producteurs en provenance de l'Ontario, du Canada et du monde entier y ayant pris part.
- La Série de discussions pour les industries de la création (anciennement connue sous le nom « La série de discussions ») est un forum d'échange organisé tout au long de l'année entre dirigeants des médias, de la culture et de la technologie. Elle a changé d'image en 2022, avec le lancement d'une nouvelle identité visuelle. Trois séances sont prévues en 2022-2023. Une a eu lieu en personne à Toronto, alors que les deux autres seront virtuelles, avec des invités de toute la province. Ontario Créatif met toutes les discussions entre spécialistes à disposition sous forme de balados et de transcriptions.
- En 2023-2024, Ontario Créatif organisera un symposium intersectoriel de la main-d'œuvre afin d'échanger les résultats de recherches récentes et de recueillir des avis en vue de formuler les objectifs d'une stratégie en la matière.
- Ontario Créatif tiendra à nouveau la réception Fêtons l'Ontario en présentiel pendant le TIFF 2023.
- Business is Better with Music, une initiative intersectorielle visant à optimiser l'impact en créant sur mesure des manifestations ciblées et en étudiant les occasions de collaborer avec des secteurs se trouvant en dehors du mandat d'Ontario Créatif (par exemple, les arts d'interprétation et les entreprises canadiennes), s'est déroulée en présentiel par l'intermédiaire d'un partenariat avec Conscious Economics (Economic Club of Canada) et l'Association canadienne de musique sur scène pour mettre en relation les parties prenantes de l'industrie musicale avec le milieu canadien de l'entreprise. L'édition de mars 2022 a compté des centaines de participants en provenance de près de 150 sociétés

---

<sup>59</sup> *Ibid.*



de tout le Canada créatif et entrepreneurial.

- Ontario Créatif organise une journée Échange de création une année sur deux. Le rendez-vous donne à tous les secteurs l'occasion de se rencontrer, d'apprendre (grâce à des tables rondes et des conférences) et de participer à des entretiens particuliers pour explorer de nouvelles possibilités en matière d'affaires et de formats. La conception du programme prend pour modèle la première phase du Fonds pour la collaboration et l'innovation, qui a pris fin en 2016-2017. Le rendez-vous a été lancé en 2017-2018 et a lieu tous les deux ans. L'édition 2021-2022 a été reportée d'un an afin de permettre la planification d'une manifestation présentielle. Le prochain rendez-vous devrait avoir lieu en avril 2023.
- Fruit d'un partenariat avec les Prix JUNO, la série JUNO Talks rassemble des conversations sur le thème des concerts et de la technologie.
- Enfin, en 2023-2024, Ontario Créatif continuera de travailler en collaboration avec d'autres organismes du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) à la définition de nouvelles façons de tirer mutuellement parti de leurs programmes et de leurs stratégies de communication pour consolider le positionnement global des biens culturels de la province et influencer sur la qualité de vie et le bien-être économique de la population ontarienne.

### **PRIX LITTÉRAIRE TRILLIUM**

Le Groupe du développement de l'industrie organise le Prix littéraire Trillium/Trillium Book Award pour rendre hommage à l'excellence littéraire en Ontario et favoriser la promotion des ouvrages d'auteurs ontariens. Sous la houlette d'Ontario Créatif, un jury de pairs est chargé de sélectionner les ouvrages finalistes, puis les lauréats ou lauréates dans quatre catégories distinctes.

Les lauréats ou lauréates francophone et anglophone du Prix littéraire Trillium reçoivent chacun ou chacune 20000 dollars. Les éditeurs des ouvrages primés reçoivent chacun 2500 dollars en vue d'en assurer la promotion. Les lauréats respectifs ou lauréates respectives du Prix de poésie Trillium (langue anglaise) et du Prix de poésie Trillium (langue française) reçoivent chacun ou chacune 10000 dollars et leurs éditeurs 2000 dollars. Le Prix du livre d'enfant Trillium (langue française) et le Prix de poésie Trillium (langue française) sont décernés en alternance tous les deux ans.

Le Prix littéraire Trillium 2022 a marqué le retour aux festivités présentielles. Les activations virtuelles ont été conservées. Entre la présélection et l'annonce du nom des lauréats, l'organisme a produit 149 articles promotionnels, qui ont généré plus de 142,4 millions d'impressions.

La présentation électronique des candidatures a été mise en œuvre en 2022-2023. Des liseuses numériques et des fichiers électroniques ont été fournis aux jurés aux fins d'appréciation. Les éditeurs n'ont eu besoin d'envoyer qu'un seul exemplaire papier du livre considéré pour le prix. Ce changement permet de réduire l'empreinte écologique du processus de gestion du prix, de même que les coûts et la complexité pour les maisons d'édition qui présentent des titres.

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

En 2022-2023, Ontario Créatif a octroyé un soutien opérationnel de 300000 dollars au TIFF. En plus de ces fonds opérationnels, Ontario Créatif a fourni 815000 dollars à l'appui de la gestion et de l'entretien de la collection de films de la province, détenue par la Film Reference Library. En 2022-2023, l'organisme a également accordé 120000 dollars au TIFF Industry Office, qui favorise les occasions de réaliser des ventes internationales pour les producteurs pendant le festival, et où Ontario Créatif tient un stand de marketing partagé avec Téléfilm Canada. Le stand sert à promouvoir l'Ontario comme lieu de production de premier ordre auprès des décideurs internationaux, et offre un centre où les intervenants ontariens peuvent organiser des rencontres



avec les délégués internationaux. Enfin, l'organisme a accordé 15000 dollars à la série de réceptions de réseautage sectoriel du TIFF par l'intermédiaire du Programme de développement de l'industrie.

Ontario Créatif organise aussi plusieurs initiatives de développement de l'industrie pendant le TIFF, afin de tirer parti de la présence en Ontario de cadres et de producteurs de l'industrie du monde entier. En 2022, le TIFF a eu lieu entièrement en personne pour la première fois depuis le début de la pandémie. L'éminent rendez-vous de développement de l'industrie d'Ontario Créatif, le FFI, s'est déroulé en personne après deux années au format virtuel. Le 17<sup>e</sup> FFI annuel a réuni des producteurs de films ontariens, canadiens et étrangers et des bailleurs de fonds internationaux.

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

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

De nombreux territoires de compétence dans le monde utilisent les crédits d'impôt destinés aux médias culturels comme un outil pour inciter à la production et offrir une série d'avantages économiques. Dans un rapport sur les retombées économiques des crédits d'impôt pour la production cinématographique de l'État de New York, il a été estimé que ce dernier, la Ville de New York et d'autres administrations locales avaient touché 2,1 milliards de dollars américains de recettes fiscales supplémentaires grâce au crédit d'impôt pour la production cinématographique et 93,8 millions additionnels grâce au crédit d'impôt pour la postproduction en 2019 et 2020. D'après les estimations, les crédits d'impôt combinés ont généré plus de 57000 emplois, plus de 3,7 milliards de dollars de profits et 10,3 milliards de dépenses durant chacune des deux années<sup>60</sup>.

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

Ontario Créatif administre actuellement avec l'Agence du revenu du Canada (ARC) cinq crédits d'impôt remboursables fondés sur les dépenses admissibles, à l'intention des industries du cinéma, de la télévision, des produits multimédias interactifs numériques et de l'édition du livre<sup>61</sup>. Les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt relèvent du ministère des Finances (MFO). Ontario Créatif travaille en collaboration avec le MFO et le MTCS sur les questions relatives aux crédits d'impôt.

- **Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne (CIPCTO)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 35 % des dépenses admissibles de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard de productions cinématographiques et télévisuelles produites par des sociétés canadiennes domiciliées en Ontario qui sont admissibles. Un taux de crédit d'impôt bonifié de 45 % s'applique aux productions admissibles à la prime régionale, tandis qu'un taux de 40 % sur les premiers 240000 dollars de dépenses admissibles de main-d'œuvre s'applique aux premières productions admissibles.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production (CIOSP)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 21,5 % des dépenses admissibles ontariennes de main-d'œuvre et autres engagées à l'égard des productions cinématographiques et télévisuelles de sociétés sous contrôle canadien ou étranger qui sont admissibles.
- **Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques (CIOESAI)** : crédit d'impôt remboursable correspondant à 18 % des dépenses admissibles

<sup>60</sup> Empire State Development, *Economic Impact of the Film Industry in New York State, 2019 & 2020*, p. 3 et 4, <https://esd.ny.gov/sites/default/files/Camoin-310-Report-2019-20-Film-Incentive-Impact-ESD-Final.pdf>.

<sup>61</sup> En 2015, un sixième crédit d'impôt, le crédit d'impôt de l'Ontario pour l'enregistrement sonore (CIOES), a été interrompu; néanmoins, Ontario Créatif continuera d'administrer le crédit jusqu'à ce que toutes les demandes admissibles soient traitées.

de main-d'œuvre ontarienne engagées à l'égard d'animation et d'effets visuels numériques créés en Ontario pour des productions cinématographiques et télévisuelles.

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

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

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

#### **RÉSULTATS DU PROGRAMME :**

En 2021-2022, le soutien offert par l'intermédiaire des crédits d'impôt a généré des dépenses de production et de produit de plus de 12 milliards de dollars (soit 16,30 dollars pour chaque dollar investi par l'Ontario) tout en favorisant la création de contenu intérieur et en attirant des investissements internationaux considérables par le biais de la production étrangère.

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

- En 2021-2022, les délais de traitement total étaient 35 % plus rapides que durant l'exercice précédent, avec 16,5 semaines. On n'avait pas enregistré des délais de traitement aussi rapides depuis 2014-2015.

Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

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

La focalisation sur l'amélioration de la productivité et du temps de traitement a revêtu une importance capitale ces dernières années, Ontario Créatif ayant conscience que des délais de traitement des demandes de crédit d'impôt élevés augmentent le coût du financement pour les producteurs, retardent la possibilité d'accéder à des capitaux qui seraient autrement réinvestis dans la création de nouvelles propriétés intellectuelles, menacent la viabilité des sociétés et

limitent l'intérêt des investissements de la province pour couvrir le coût du financement provisoire. Des temps de traitement raccourcis permettent de mieux exploiter les investissements d'Ontario Créatif et d'accroître considérablement l'accès au capital des sociétés ontariennes de production de contenu. Voici des exemples de réalisations récentes dans le domaine de l'excellence en matière de service :

- Réductions importantes des délais de traitement totaux des demandes de crédit d'impôt. En 2021-2022, le délai de traitement total moyen, tous crédits d'impôt confondus, a été 35 % plus rapide que l'année précédente, et 61 % plus rapide qu'en 2017-2018.
- Conception et implantation d'un module de mise en commun de l'information avec l'ARC, qui permet aux agents des deux organismes d'accéder aux mêmes documents sur les sociétés dans le cadre de leurs champs d'examen respectifs. Cette solution permet de réduire la duplication des documents et rationalise le processus d'examen des dossiers audités par l'ARC. Le processus s'en trouve également simplifié pour les auteurs de demande, puisque les chefs d'équipe de l'ARC ont désormais accès à un module spécial dans la base de données d'Ontario Créatif les autorisant à consulter les dossiers certifiés et les documents d'appui sans avoir à les demander à l'auteur de la demande. Lancé en mai 2021, le projet a limité les doubles emplois, simplifié l'examen et accéléré les audits, ce qui permet aux sociétés des médias de la création de recevoir leurs chèques de crédit d'impôt beaucoup plus rapidement. Ce projet pilote tient désormais lieu de modèle que l'ARC projette de reproduire avec les autres provinces et le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC).
- Les certificats électroniques ont été lancés en décembre 2021, dans le cadre de notre engagement constant à l'égard de l'amélioration opérationnelle et de la modernisation des processus opérationnels.

#### **ACTIVITÉS ET ACCOMPLISSEMENTS CLÉS EN 2022-2023 :**

- Le budget provincial d'avril 2022 prévoit plusieurs modifications des crédits d'impôt et contient la promesse d'en examiner d'autres aspects. Nombre de ces modifications étaient alignées sur les priorités stratégiques et administratives qu'Ontario Créatif avait mises en relief comme des options et possibilités par le passé pour que les crédits d'impôt soient réactifs et plus simples pour les utilisateurs d'une part, et en phase avec les réalités actuelles du marché d'autre part :
  - Admissibilité au CIOME des livres exclusivement numériques publiés après 2019 (adoptée en septembre 2022)
  - Clarification de l'admissibilité au CIOESAI et au CIOPMIN des dépenses de main-d'œuvre concernant des employés qui travaillent à distance
  - Proposition de modification des dispositions réglementaires du CIPCTO pour permettre l'admissibilité des productions distribuées exclusivement en ligne. (La confirmation de l'intention de procéder à ce changement concernant l'admissibilité ainsi que des précisions supplémentaires quant à ses modalités ont été apportées dans l'énoncé économique d'automne 2022.)
  - Proposition de modification des dispositions législatives applicables au CIOESP pour autoriser les frais de lieux de tournage parmi les dépenses admissibles (dispositions législatives présentées et confirmation du projet dans l'énoncé économique d'automne 2022)
  - Promesse d'examiner la prime régionale du CIPCTO et de délier le CIOESAI du CIPCTO/CIOESP
- Le projet visant à internaliser la fonction d'évaluation des risques (actuellement assurée par le MFO) est actuellement en phase de découverte et d'analyse.



- L'organisme continue de présider des réunions mensuelles ainsi qu'une assemblée générale annuelle avec le MFO et l'ARC pour résoudre les problèmes liés à l'administration des crédits d'impôt.
- À mesure que l'équipe des crédits d'impôt progressera dans l'établissement d'objectifs en matière de normes de service, elle s'attend à ce que de potentiels problèmes surviennent en lien avec une augmentation du nombre de dossiers irréguliers susceptibles de nécessiter un temps de traitement supplémentaire et de générer des litiges. En guise de stratégie d'atténuation, Ontario Créatif s'engage à travailler avec ses partenaires à la recommandation d'une clause restrictive qui formaliserait le processus d'examen des litiges.
- En 2022-2023, l'organisme poursuit son action pour mettre en œuvre les recommandations restantes de l'examen par MNP des programmes de certification de l'admissibilité aux crédits d'impôt de l'Ontario pour les médias culturels et réaliser de nouveaux efforts visant à réduire les temps de traitement et à trouver des moyens pour simplifier les interactions avec la clientèle.
- En 2021-2022, Ontario Créatif a commencé à simplifier le processus de dépôt pour les auteurs de demande en supprimant l'exigence de remise de supports physiques dans le cadre des demandes de crédit d'impôt. Cette mesure présente l'avantage de réduire l'espace de stockage requis et les dépenses de l'organisme. En 2022-2023, l'organisme a intensifié ses efforts, ne se contentant plus de permettre l'envoi de copies numériques des documents, mais encourageant cette pratique, très suivie dès le premier exercice.
- En 2022-2023, l'équipe des crédits d'impôt a travaillé en étroite collaboration avec l'équipe de technologie de l'information (TI) afin d'apporter de nombreuses améliorations à l'interface utilisateur du Portail de demande en ligne (PDL) pour rendre la base de données la plus utile et efficace possible pour le personnel, dans l'objectif de contribuer à accélérer les délais de traitement.
- En 2022-2023, Ontario Créatif a mené un examen des frais d'administration des crédits d'impôt. Les recommandations formulées visaient à modifier les montants maximum et minimum des frais d'administration pour certains crédits, mais à conserver les taux globaux. Les changements devraient prendre effet à compter du 1<sup>er</sup> avril 2023, à la suite de la mise en œuvre d'un plan de communication avec les parties prenantes.
- Ontario Créatif s'est penché sur la question des documents requis pour faire état de la citoyenneté canadienne dans les demandes de crédit d'impôt, afin de veiller à ce que la terminologie soit respectueuse et inclusive vis-à-vis des Autochtones. Le formulaire de Déclaration de citoyenneté et de résidence du CIOME a été révisé après cet examen.
- Le service des crédits d'impôt œuvre au reformatage de nos lignes directrices dans le but de les rendre plus conviviales en limitant les chevauchements entre sections et en veillant à l'uniformité du format et de la numérotation des lignes directrices des différents crédits d'impôt. À la fin de l'exercice 2021-2022, les lignes directrices reformatées du CIOME, du CIPCTO et du CIOSEP ont été publiées. Le reformatage des lignes directrices du CIOESAI et du CIOPMIN se poursuit en 2022-2023.

#### PRIORITÉS EN 2023-2024 :

- Achever le projet de publication de versions en langage clair des dispositions réglementaires et législatives relatives aux crédits d'impôt dans le cadre d'une focalisation constante sur l'amélioration du service à la clientèle et l'accessibilité.
- Définir et mettre en œuvre, grâce à l'aide reçue du fonds d'accélération Faire progresser l'Ontario, une série de changements technologiques touchant les crédits d'impôt afin de réduire les délais de traitement pour les bénéficiaires (dossier d'examen électronique, tableau de bord répondant aux normes en matière de service, fonction offrant une visibilité accrue sur la performance des processus, robot conversationnel doué d'intelligence

artificielle [IA], identification numérique, recours à l'IA pour améliorer constamment le module d'évaluation des risques).

- Étudier et mettre en œuvre les modifications des crédits d'impôt définies dans le budget de l'Ontario 2022 et l'énoncé économique d'automne 2022 (élargir l'admissibilité au CIPCTO aux productions destinées à la diffusion en ligne, élargir les dépenses admissibles au CIOESP aux frais de lieux de tournage, étudier la possibilité de délier le CIOESAI et examiner la prime régionale du CIPCTO)
- Continuer de collaborer avec le gouvernement et les partenaires sectoriels pour trouver d'autres changements à apporter aux dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt en vue d'en assurer l'efficacité, la valeur et les effets pour ce qui est d'atteindre les priorités gouvernementales.
- Établir, dans le cadre des plans de modernisation des crédits d'impôt, un plan de développement régional qui inclura une participation appropriée à l'examen de la prime régionale du CIPCTO par le gouvernement, pour veiller à ce qu'elle offre des incitations et un soutien efficaces et adéquats aux productions cinématographiques et télévisuelles dans toutes les régions de l'Ontario.
- Ontario Créatif continue de représenter l'Ontario et de faire valoir ses intérêts en qualité de membre actif du comité national des crédits d'impôt. En 2017-2018, un groupe de travail du comité a été créé et Ontario Créatif a commencé à travailler en collaboration avec le BCPAC et d'autres provinces pour étudier les possibilités de mise en commun de l'information et d'harmonisation. Ce travail devrait se poursuivre en 2023-2024. Les prochaines activités devraient inclure une étude conjointe portant sur l'animation par image clé.
- En 2022-2023, Ontario Créatif examinera les mécanismes de simplification du traitement des demandes de crédit d'impôt mis en place depuis le début de la pandémie de COVID-19 pour déterminer s'ils restent pertinents. Les recommandations découlant de cet examen devraient être mises en œuvre en 2023-2024.
- Ontario Créatif poursuivra l'adoption des améliorations des processus de socialisation organisationnelle/formation recommandées dans le rapport de MNP, qui visent à accroître la productivité du personnel. Il s'agit par exemple de donner des procédures et des instructions de travail détaillées, de standardiser les outils et les modèles, et d'améliorer les programmes de socialisation organisationnelle et de formation.
- Ontario Créatif fait partie d'un groupe de travail tripartite (composé d'Ontario Créatif, du MFO et du MTCS) chargé d'étudier les aspects des recommandations de MNP qui nécessitent une coopération, ce qui a entraîné de nouvelles discussions quant à la mise à jour du protocole d'entente.
- Ontario Créatif collaborera avec l'Agence du revenu du Canada à la mise à jour du protocole d'entente qui régit l'échange de renseignements entre les deux organismes. Ces travaux comprendront également des mises à jour telles que les certificats électroniques et le module de mise en commun de l'information.

## GROUPE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES ET DE LA RECHERCHE

### PROGRAMME DE VEILLE STRATÉGIQUE (PVS)

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

#### OBJECTIFS DU PROGRAMME :

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

#### RÉSULTATS DU PROGRAMME :

En 2023-2024, le soutien accordé par l'intermédiaire du PVS devrait permettre de réaliser cinq à 10 nouvelles études qui fourniront des renseignements et des données afin d'aider les sociétés de l'industrie ontarienne de la création à rester compétitives face aux multinationales de plus grande envergure partout dans le monde. Les études de veille stratégique devraient aussi permettre de mieux faire connaître Ontario Créatif et la province comme partenaires de confiance et catalyseurs de renseignements et de travaux de recherche dans le secteur des industries des médias de la création. En 2021-2022, neuf projets financés par le PVS ont été publiés et 10 nouveaux projets ont été approuvés, ces derniers ayant généré 2,14 dollars de dépenses pour chaque dollar investi par Ontario Créatif. Les résultats de ce programme sont évalués en fonction :

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

Des mesures supplémentaires du rendement du programme seront élaborées à l'appui du nouveau plan stratégique quinquennal d'Ontario Créatif.

Ontario Créatif a accordé son soutien à plusieurs projets qui visaient à dresser un meilleur profil du public cible des industries de la création ainsi qu'à dégager les obstacles et les possibilités pour les groupes en quête d'équité, les rapports complets étant publiés sur son site Web. À titre d'exemples, citons *On Screen 2021* de Women in View, l'*Action Plan Framework for Women, Non-binary, Gender Fluid and Gender Diverse Individuals in Ontario's Music Sector* de Women in Music, et *Réduire l'écart : L'impact et la représentation des travailleurs autochtones, noirs et de couleur de la musique sur scène au Canada*, réalisée par l'Association canadienne de musique sur scène.

#### PRIORITÉS EN 2023-2024 :

- Compte tenu de la demande récente à l'égard de ce programme de petite envergure, l'organisme continuera d'accorder, durant le prochain exercice, la priorité aux demandes axées sur le développement de la main-d'œuvre, ou la diversité et l'inclusion au sein des industries de la création.
- Il procédera aussi à une harmonisation avec ses autres programmes en ce qui concerne le format des lignes directrices et l'exigence de présenter des rapports provisoire et final sur le PDL.



## RECHERCHE INTERNE ET FINANCÉE PAR ONTARIO CRÉATIF

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

- Examen de la méthode de compilation des statistiques sur la production : Ontario Créatif mène une étude en partenariat avec d'autres membres de l'Association of Provincial and Territorial Funding Agencies (APTFA) afin de mieux comprendre comment les différentes provinces canadiennes recueillent les statistiques sur la production cinématographique et télévisuelle et produisent des rapports connexes. Après l'achèvement d'une première phase ayant apporté un éclairage sur l'état actuel, la deuxième phase, consistant à charger une tierce partie de définir des pratiques exemplaires en matière de compilation de statistiques sur la production qui pourraient être adoptées par l'ensemble des partenaires, est en cours et devrait s'achever au quatrième trimestre de 2022-2023. Le projet comporte un volet visant à concevoir un outil de calcul de l'impact économique régional, qui sera mis à la disposition des collectivités ontariennes et, à titre indicatif, des provinces partenaires membres de l'APTFA.
- Plan stratégique de l'organisme : En 2022-2023, Ontario Créatif a travaillé à un processus de planification stratégique quinquennal géré par l'équipe des activités opérationnelles et de la recherche.
- Un tour d'horizon de l'industrie canadienne de l'édition de revues sera commandé et achevé d'ici au quatrième trimestre de 2022-2023.
- En 2023-2024, Ontario Créatif commandera une étude de marché du contenu franco-ontarien.
- Enfin, en 2023-2024, Ontario Créatif effectuera, à l'interne, un exercice de collecte de travaux de recherche et de données en vue de compiler les recherches existantes sur les autres modèles de financement, d'établir quels autres territoires ont mis en œuvre des programmes similaires pour les industries de la création, de réaliser une analyse des carences ciblant l'Ontario et de déterminer le besoin des parties prenantes.

## PARTENARIATS

Ontario Créatif mène des initiatives de recherche ciblée avec des tiers, qui lui permettent d'accroître sa capacité de recherche interne en vue d'assurer une veille stratégique très précieuse pour les parties prenantes.

- Depuis 2013-2014, Ontario Créatif participe à la Stratégie en matière de statistiques culturelles, une initiative menée par le ministère fédéral du Patrimoine canadien et incluant des partenaires provinciaux, territoriaux, municipaux et autres. Ce partenariat favorise la publication de données culturelles clés par Statistique Canada, par exemple sur les emplois dans le secteur culturel, la contribution au PIB, et le commerce de produits et de services culturels.
- Ontario Créatif rencontre ses pairs des organismes partenaires de l'APTFA deux fois par mois dans le cadre d'un comité en matière de données nouvellement créé en vue d'échanger des renseignements et de discuter des possibilités de collaboration.
- En 2021-2022, Ontario Créatif comptait parmi les partenaires financiers de l'étude de WIFT Alberta *Créer des réseaux inclusifs dans l'industrie du cinéma et de la télévision*, et a publié *L'avenir de la main-d'œuvre créative*, un rapport élaboré en partenariat avec le groupe VICE Media, qui évalue l'intérêt de la génération Z pour les rôles en coulisses au sein des industries de la création.



## **BIBLIOTHÈQUE DE RECHERCHE EN LIGNE**

Ressource créée et entretenue par Ontario Créatif, la Bibliothèque de recherche en ligne contient des études nationales et internationales axées sur les industries de la création, et constitue un précieux organe d'archivage des travaux de recherche pour les parties prenantes de l'industrie, le milieu universitaire et les besoins en matière de planification propres à l'organisme. La BRL est utilisée par les chercheurs, les établissements de recherche et les parties prenantes de l'industrie, lesquels ont indiqué que cette source d'information à guichet unique constituait une ressource inestimable. En 2019-2020, la BRL a fait l'objet d'une refonte pour améliorer l'expérience utilisateur et la fonctionnalité. Le nombre de visiteurs uniques a plus que doublé depuis la rénovation.

- En octobre 2022, la BRL contenait plus de 900 monographies.
- En 2021-2022, la BRL a comptabilisé plus de 6200 utilisateurs distincts.
- Les études de la BRL servent également à documenter l'élaboration des profils sectoriels semestriels de l'organisme, qui ont été consultés par plus de 6000 visiteurs distincts durant l'exercice écoulé.
- D'ici à la fin de l'exercice 2022-2023, une nouvelle fonction de partage dans les médias sociaux sera ajoutée pour permettre aux utilisateurs de publier facilement des liens vers les rapports de la BRL sur Twitter et d'autres sites tiers similaires. De nouvelles améliorations pourront inclure la publication d'un compte du nombre total d'études disponibles dans la Bibliothèque de recherche en ligne, lequel facilitera le suivi des résultats et la promotion de cette précieuse ressource.

## **BULLETIN DE VEILLE STRATÉGIQUE**

Ontario Créatif publie un bulletin de veille stratégique trimestriel. Le bulletin sert de plateforme d'information des parties prenantes sectorielles intéressées au sujet des travaux de recherche, des profils sectoriels et des manifestations financés par Ontario Créatif, ainsi que des publications de données par des tiers et des consultations sectorielles. Près de 800 personnes lisent le bulletin chaque année.

## **ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES**

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

Réalisations en 2022-2023 :

- Toutes les politiques internes de l'organisme ont été examinées et mises à jour.
- La réception a été rendue plus accessible et accueillante pour les personnes handicapées.
- Des améliorations ont été apportées pour permettre la signature électronique des ententes de paiement de transfert et la génération automatisée des ententes à partir de la base de données.
- Le projet consistant à passer à la présentation électronique des documents d'appui dans le cadre du Prix littéraire Trillium et des crédits d'impôt a été mené à bien.
- Un travail a été effectué en collaboration avec le MTCS et le ministère des Services au public et aux entreprises (MSPE) pour satisfaire aux exigences de la Directive opérationnelle sur la consolidation des paiements de transfert, récemment publiée, et procéder à la première extraction de données, une opération qui sera dorénavant réalisée chaque année.
- Collecte de données démographiques : les travaux préparatoires en vue d'inviter les personnes occupant des rôles commerciaux et créatifs clés à participer, consistant à améliorer la conception de la base de données et à élaborer des politiques, ont été effectués.

- Un plan d'accessibilité pluriannuel devrait être publié d'ici à la fin de l'année civile 2022, à la suite de consultations avec les principaux partenaires et parties prenantes.
- Le réseau téléphonique des bureaux a été modernisé : des téléphones logiciels permettent désormais de passer des appels depuis des ordinateurs de bureau au moyen d'une application ou d'une solution autonome.
- Des évaluations tous azimuts des membres de l'équipe de haute direction ont été réalisées afin de renforcer le leadership et les compétences en gestion.

Voici les activités opérationnelles qui seront menées en 2023-2024 :

- **Modernisation des paiements de transfert** : Dans le cadre de son plan de modernisation du processus des paiements de transfert, Ontario Créatif poursuivra la mise en œuvre des améliorations, y compris la transition vers des processus opérationnels entièrement électroniques. L'organisme collaborera également avec le MTCS et le MSPE pour satisfaire aux exigences de la Directive opérationnelle sur la consolidation des paiements de transfert, notamment en réalisant l'extraction annuelle de données requise.
- **Données ouvertes** : Identification, préparation et conservation d'ensembles de données conformément à la Directive de l'Ontario sur les données ouvertes.
- **Collecte de données démographiques** : Ontario Créatif poursuivra la mise en place de la collecte de données démographiques individuelles sur les rôles commerciaux et créatifs clés, et commencera l'analyse des premiers ensembles de données, tout en affinant les processus de collecte sur la base des conclusions de cette analyse initiale.
- **Statistiques sur la production** : L'équipe AOR travaillera avec le Bureau du cinéma et le service des crédits d'impôt pour compiler les statistiques annuelles sur la production cinématographique et télévisuelle en intégrant, s'il y a lieu, des changements découlant des recommandations de l'Examen de la méthode de compilation des statistiques sur la production (phase 2).
- **Planification stratégique** : Lancement du nouveau plan stratégique quinquennal de l'organisme. Suivi de la mise en œuvre et coordination de la planification annuelle des activités de l'organisme.
- **Renouvellement du bail** : Le bail quinquennal des bureaux de l'organisme expire en octobre 2023. En 2023-2024, Ontario Créatif continuera de procéder avec Infrastructure Ontario (IO) à l'étude des options et à la finalisation de l'aménagement de ses locaux, qu'il s'agisse de nouveaux locaux ou de locaux modernisés. Dans le cadre de l'initiative consistant à élaborer un modèle de travail hybride flexible, inclusif et efficace présentée dans le présent plan stratégique, l'organisme veillera à ce que le personnel soit tenu informé des modifications de l'espace physique de travail à la suite du renouvellement du bail, prévoira suffisamment de temps pour le consulter amplement et l'impliquera dans les processus décisionnels autant que possible.
- **Plan d'accessibilité pluriannuel** : L'exercice 2023-2024 sera le premier exercice de mise en œuvre du nouveau plan d'accessibilité pluriannuel d'Ontario Créatif. L'élargissement de la consultation afin d'ajouter des mesures spécifiques au cadre du plan compte parmi les tâches à accomplir.
- **Culture d'Ontario Créatif et proposition de valeur au personnel** : Ontario Créatif continuera d'appuyer ses objectifs en matière de formation et de perfectionnement du personnel, notamment l'élargissement du programme de mentorat des employés par des

activités sectorielles et l'accent mis sur le renforcement de l'esprit d'équipe et l'efficacité dans un environnement hybride.

- **Promouvoir un lieu de travail équitable, inclusif, accessible, diversifié et dépourvu de tout racisme** : Ontario Créatif créera ou révisera les politiques, pratiques et processus selon les pratiques exemplaires en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (en ce qui concerne les pratiques d'approvisionnement, la planification des manifestations, l'embauche et le recrutement).
- **Stratégie de développement de la main-d'œuvre** : En 2023-2024, sous la supervision de l'équipe AOR, Ontario Créatif organisera un colloque intersectoriel afin d'échanger les résultats de recherches récentes et de formuler les objectifs d'une stratégie pour la main-d'œuvre. Il constituera une source de données majeure aux fins de l'élaboration d'une stratégie, dont les partenaires pertinents, les besoins en dotation et les coûts restent à déterminer.
- **Amélioration de la mesure du rendement** : En 2023-2024, Ontario Créatif finalisera un nouveau cadre d'indicateurs de rendement clés (IRC) aligné sur le nouveau plan stratégique. Ces travaux comprendront la réalisation d'une carte détaillée des données et l'élaboration d'un manuel d'instructions précisant les données à inclure dans les formulaires de demande et les personnes chargées de l'intendance de ces données. Un processus visant à chercher et acquérir un logiciel d'analyse opérationnelle pour améliorer la gestion des données et la production de rapports connexes suivra également son cours en collaboration avec l'équipe TI.

## ACTIVITÉS DE CONSULTATION DE L'INDUSTRIE

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

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

Les comités consultatifs remplissent trois fonctions :

1. Transmettre les suggestions des intervenants de haut niveau concernant la planification, la conception et l'élaboration des programmes d'Ontario Créatif
2. Favoriser la communication bilatérale entre l'organisme et ses parties prenantes, en leur donnant notamment la possibilité de faire des présentations devant le conseil d'administration d'Ontario Créatif, s'il y a lieu; les membres de chaque comité sont censés véhiculer les points de vue de leur secteur et consulter leurs collègues avant les réunions

### 3. Informer Ontario Créatif des enjeux et priorités émergents chez les parties prenantes

Ponctuellement, des sous-comités sont créés pour formuler des commentaires sur des programmes, des documents ou des objectifs d'Ontario Créatif, comme le renforcement de la diversité et de l'inclusion. Ontario Créatif a récemment fait en sorte que des organismes représentant les groupes en quête d'équité dans les industries de la création aient une place au sein des comités consultatifs. En 2023-2024, il propose de former un comité consultatif de parties prenantes axé sur l'accessibilité, qui se réunirait annuellement.

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

#### **ACTIVITÉS EN QUALITÉ DE CHAMPION DES INDUSTRIES DE LA CRÉATION**

Ontario Créatif continue de travailler aux côtés des parties prenantes de l'industrie afin de cerner les enjeux pertinents les concernant et de les aider à en faire part aux ordres de gouvernement compétents.

- Ontario Créatif a récemment présenté des mémoires au Comité consultatif ontarien de la relance du marché du travail, au Groupe de travail de l'Ontario sur les femmes et l'économie, ainsi qu'au Fonds des médias du Canada dans le cadre des consultations *Nourrir la flamme*.
- Ontario Créatif entend suivre les consultations fédérales et provinciales pertinentes et y contribuer, s'il y a lieu, par exemple en prenant part aux activités découlant de l'examen récemment terminé de la *Loi sur le droit d'auteur* et de l'Examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications, ainsi qu'en suivant la progression du projet de loi C-11, actuellement aux mains du Sénat.
- Grâce au bulletin de veille stratégique, Ontario Créatif est en mesure de communiquer avec les parties prenantes au sujet des occasions de participer à des consultations portant sur l'élaboration de politiques organisées par tous les ordres de gouvernement.



## INITIATIVES STRATÉGIQUES

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

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

En 2023-2024, Ontario Créatif est disposé à puiser jusqu'à 1,775 million de dollars dans ses fonds de réserve pour mettre en œuvre une série d'initiatives à durée limitée qui prendront appui sur les programmes existants et les prolongeront, en veillant à ne pas susciter d'attentes irréalistes auprès des parties prenantes et en limitant le surplus de pression sur les ressources humaines.

Il s'agit des initiatives suivantes :

- **Initiative de promotion de la diversité (Développement de l'industrie) :** En 2023-2024, l'initiative de promotion de la diversité continuera d'être offerte dans le cadre de l'ensemble des programmes d'investissement. L'initiative de promotion de la diversité a été créée en 2017-2018 sous la forme d'une extension limitée dans le temps du Fonds pour la production cinématographique, ayant accordé 4,5 millions de dollars supplémentaires sur trois exercices financiers (fin en 2019-2020) à des films répondant à la définition provinciale de la diversité, laquelle inclut notamment l'ascendance, la culture, l'origine ethnique, l'identité et l'expression de genre, la langue, les capacités physiques et intellectuelles, la race, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle et le statut socioéconomique. À partir de 2018-2019, Ontario Créatif a alloué 250000 dollars de ce financement au Programme de développement de l'industrie à l'égard d'initiatives dans les secteurs de l'édition du livre et des revues, du cinéma et de la télévision. Conscient de la valeur et de l'impact significatifs d'un financement dédié aux projets dotés d'éléments reflétant la diversité, Ontario Créatif a maintenu le programme avec un niveau de financement réduit en puisant dans ses réserves de trésorerie non engagées depuis 2020-2021. L'organisme continuera de donner la priorité à cette activité en lui affectant, dans la mesure du possible, des réserves de trésorerie non engagées pour l'année à venir. Une stratégie ainsi que des argumentaires spécifiques seront rédigés et mis à l'essai en 2023-2024 dans le but de remplacer le recours aux réserves de trésorerie par une solution plus pérenne pour soutenir les initiatives favorisant la diversité.
- **Initiative de promotion de la diversité (musique) :** Ontario Créatif propose de maintenir cette initiative pour un exercice supplémentaire. En 2021-2022, l'initiative de promotion de la diversité a fourni un supplément au FOIIM dans le but d'offrir un soutien supplémentaire à des sociétés et des organisations faisant état d'efforts tangibles et mesurables pour favoriser et accroître la diversité parmi leurs employés (y compris aux postes de direction), leurs artistes et leurs activités de mentorat, de formation et de perfectionnement professionnel.

- **Accélération : Fonds pour les entrepreneurs noirs et autochtones (musique) :**  
L'organisme maintiendra la nouvelle initiative axée sur l'entrepreneuriat musical noir et autochtone lancée en 2021-2022 sous la forme d'une activité limitée dans le temps. S'inscrivant dans le droit-fil de la priorité accordée par l'organisme au développement de la main-d'œuvre, l'initiative de mentorat Access menée dans le cadre de la conférence de la CMW continuera par ailleurs de proposer une grande variété de conférences et de possibilités de perfectionnement professionnel.

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
1	Soutien de la croissance des industries de la création en Ontario	Les industries de la création de l'Ontario sont prospères, comme en témoigne leur croissance constante. La hausse de la demande à l'égard des services d'Ontario Créatif, sans ressources suffisantes, est susceptible de conduire à un service à la clientèle plus lent et d'entraîner l'insatisfaction des parties prenantes.	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme apporte en permanence des améliorations aux processus opérationnels afin de réaliser des gains d'efficacité. Les changements temporaires concernant le traitement des crédits d'impôt à la suite de la COVID-19, de même que d'autres mesures, ont permis de réduire la file d'attente des demandes de crédit d'impôt, résorbant l'arriéré et diminuant le délai de traitement. Les ETP supplémentaires au sein du service des crédits d'impôt ont aussi aidé.	<p><b>Probabilité du risque :</b> Presque certain (5) – La demande en services augmente chaque année.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Mineur (2) – Le personnel dévoué continue de travailler inlassablement pour respecter les normes de service et mettre en œuvre les processus d'amélioration opérationnelle. La résorption de l'arriéré et la réduction de la file d'attente de demandes de crédit d'impôt ont accéléré les délais de traitement et considérablement amélioré la satisfaction de la clientèle.</p>	10	Ontario Créatif continuera de réfléchir à des moyens d'améliorer les processus opérationnels et de les mettre en œuvre (y compris bon nombre de ceux recommandés dans le cadre de l'examen des processus opérationnels relatifs aux crédits d'impôt). Le personnel continuera de travailler d'arrache-pied pour offrir un service à la clientèle répondant à des normes strictes.
2	Assurance que les programmes et services sont efficaces et sensibles à l'environnement commercial actuel des industries de la création	Les industries de la création évoluent rapidement sous l'effet des nouvelles technologies, des dispositions réglementaires et des répercussions persistantes de la COVID-19, telles que les tensions inflationnistes et l'essor des modèles de travail à distance et hybrides, lesquelles ont exacerbé certaines tendances à long terme et accéléré le rythme du changement.	Prestation/opérations et perception du public/parties prenantes	L'organisme soutient des travaux de veille stratégique et entretient un dialogue régulier avec ses comités consultatifs de l'industrie pour rester informé de l'évolution de cette dernière. Les paramètres des programmes font régulièrement l'objet d'un examen et d'une mise à jour, et l'organisme discute avec ses partenaires au	<p><b>Probabilité du risque :</b> Probable (4) – Les industries de la création sont composées d'entreprises dynamiques qui évoluent en permanence.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Les</p>	12	Ontario Créatif continuera de surveiller les programmes et de les faire évoluer au fil des changements survenant au sein de l'environnement, et de travailler avec ses partenaires à la mise en œuvre des modifications apportées aux crédits

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
		<p>Dans le sillage de la COVID-19 et face à un contexte économique changeant, les industries se heurtent à des risques nouveaux, différents de ceux du passé, par exemple des défis liés à la main-d'œuvre et à l'infrastructure, et des perturbations des chaînes d'approvisionnement. Pour atteindre une efficacité optimale, les programmes et services d'Ontario Créatif doivent être en phase avec l'évolution du contexte. Si tel n'est pas le cas, les programmes risquent de ne pas subvenir adéquatement aux besoins de l'industrie, les activités soutenues risquent de ne pas générer des retombées économiques maximales par rapport à l'investissement de la province et les projets risquent de migrer vers d'autres destinations. En outre, alors que les activités en personne reprennent, les parties prenantes risquent d'être mécontentes du changement d'équilibre entre les activités hybrides et présentielles, les activités entièrement virtuelles organisées pendant la pandémie ayant favorisé un accès accru.</p>		<p>MTCS et au MFO des changements qui permettraient de moderniser les dispositions législatives et réglementaires relatives aux crédits d'impôt.</p> <p>Il recourt régulièrement à des sondages et à des mécanismes de commentaire afin de recueillir l'avis des bénéficiaires sur les programmes.</p> <p>En guise de réponse directe aux tensions liées à la COVID-19, l'organisme a mis en place une certaine souplesse quant aux dates de livraison et aux activités admissibles dans le cadre des programmes, procédé au remboursement des coûts non remboursables et soutenu des initiatives sectorielles urgentes pour répondre à la COVID-19 et stimuler la reprise. En cette période d'incertitude prolongée, cette souplesse continuera d'être accordée au besoin pour faire face à des situations susceptibles d'échapper au contrôle des organismes financés, suivant l'évolution des directives en matière de santé publique et de leur impact potentiel sur les activités des sociétés.</p>	<p>programmes et services d'Ontario Créatif sont conçus pour être souples et sensibles à une industrie changeante, mais la modernisation de la législation sur les crédits d'impôt n'est pas du ressort de l'organisme.</p>		<p>d'impôt pour mieux les aligner sur le contexte technologique et réglementaire actuel. Le gouvernement provincial a présenté plusieurs mécanismes de modernisation des crédits d'impôt dans le budget du printemps 2022. Le processus d'élaboration du nouveau plan stratégique quinquennal de l'organisme, en cours, constituera une occasion de réinitialiser et de revoir l'ordre de priorité des domaines de soutien.</p>



## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
3	Production cinématographique et télévisuelle : contribution au développement continu en Ontario d'un environnement commercial propice à l'essor des nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production	En raison des mesures de santé et de sécurité liées à la COVID-19, notamment les confinements régionaux, l'opinion publique vis-à-vis de la production cinématographique en extérieur risque de conduire à la limitation ou à la suspension par les municipalités de leurs programmes de délivrance de permis. Il existe un risque que les retards ou arrêts de production liés à des membres de la distribution ou de l'équipe technique malades influent sur le volume d'activité et le niveau des retombées économiques connexes.	Perception du public/parties prenantes (réputation)	Ontario Créatif entretient un dialogue régulier avec tous les bureaux du cinéma régionaux afin de savoir quelles sont leurs préoccupations et de leur fournir des renseignements sur les derniers protocoles de santé et de sécurité. La campagne de marketing Prêt pour l'action a été conçue pour communiquer aux parties prenantes de toute la province les renseignements les plus récents relatifs au tournage.	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2)  <b>Impact du risque :</b> Mineur (2) – Le nombre de productions concernées dépendrait de la taille de la région.	4	Ontario Créatif continuera de surveiller la situation, communiquera les changements concernant les restrictions, les politiques et les protocoles de santé et de sécurité aux bureaux du cinéma régionaux, et vantera l'excellent bilan du secteur en matière de sécurité tout au long de la pandémie.
4	Le plan stratégique d'Ontario Créatif définit l'inclusivité (valoriser, célébrer et soutenir la diversité) comme une valeur essentielle qui englobe les attitudes et les comportements que nous promouvons et que nous encourageons dans notre organisation. Elles sont fondamentales dans le cadre de notre relation avec les intervenants et de notre culture interne.	En dévoilant les racines systémiques de l'oppression, les événements actuels appellent davantage d'équité dans toutes les composantes de la société, tout particulièrement au sein des industries de la création. Dans la mesure où les initiatives actuelles de financement de la diversité ne sont pas permanentes, puisqu'elles sont financées en puisant dans les réserves, Ontario Créatif risque d'être perçu comme n'en faisant pas assez pour faire face à ces enjeux et comme insuffisamment équitable dans la répartition du financement, en particulier si l'organisme ne parvient pas à maintenir ces programmes. De surcroît, comme plusieurs autres organismes, agences de financement et organisations sectorielles lancent des programmes et créent des postes dédiés	Perception du public	La diversité des projets est ancrée dans l'évaluation des programmes. Bien que temporaires, les programmes dédiés à la diversité ont permis d'augmenter le financement disponible dans les secteurs du cinéma, du développement de l'industrie et, plus récemment, de la musique. De plus, un projet visant à collecter de meilleures données démographiques fournira des renseignements supplémentaires sur la composition des auteurs de demande et des bénéficiaires de financement. Ontario Créatif a diversifié sa main-d'œuvre, ces dernières années.	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3) – Pour le moment, Ontario Créatif dispose de réserves financières et a fait de la diversité une priorité pour ce qui est de l'utilisation de ces fonds.  <b>Impact du risque :</b> Mineur (2) – Les initiatives en cours, telles que la collecte de données démographiques, la promotion de la diversité et l'intégration de la diversité dans les critères d'évaluation, devraient contribuer à réduire l'impact du risque.	6	Ontario Créatif œuvre à la collecte de données afin de mieux comprendre les caractéristiques démographiques des bénéficiaires de financement. Les données agrégées seront communiquées en retour à l'ensemble de la communauté créative.

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
		ayant pour objet de favoriser la diversité et l'équité, l'organisme pourrait être perçu comme n'étant pas suffisamment engagé à l'égard de la diversité ou comme manquant de diversité dans la composition de sa main-d'œuvre et de ses décisionnaires.					
5	Ontario Créatif s'efforce de faire preuve d'excellence en matière de service et de fonctionnement vis-à-vis de ses parties prenantes, ce qui passe par l'équité et la transparence du processus de prise des décisions quant à la répartition d'un financement limité. Le plan stratégique valorise la collaboration, le sens des responsabilités et l'inclusion.	Le financement étant limité et la demande dépassant les fonds disponibles, un processus d'évaluation est indispensable pour répartir le financement. Les auteurs de demande non retenus ou d'autres parties prenantes sont susceptibles de contester les critères ou processus de décision ou d'avoir le sentiment que les décisions de financement sont guidées par le favoritisme ou les préjugés, ce qui pourrait avoir un impact sur la confiance dans la fiabilité et l'impartialité de l'organisme en tant que bailleur de fonds, ainsi que sur sa réputation globale.	Perception du public	Les jurys sectoriels constituent le principal mécanisme de prise des décisions de financement dans le cadre des programmes d'investissement en faveur de secteurs spécifiques. Les appels de candidatures de jurés sont largement diffusés et les comités sont renouvelés régulièrement. Les critères d'évaluation, de cotation et de pondération des programmes qui ne recourent pas à des jurys externes sont clairement énoncés dans les lignes directrices (comme ils le sont dans les lignes directrices des fonds sectoriels). La cotation de chaque projet et le fondement de la décision sont consignés à l'interne et une liste de l'ensemble des bénéficiaires de financement est publiée sur le site Web d'Ontario Créatif en temps opportun. Les auteurs de demande non retenus se voient proposer un entretien pour examiner les résultats de l'évaluation de leur	<p><b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Le modèle des jurys de pairs employé pour prendre les décisions de financement est en vigueur dans le cadre de la plupart des programmes d'investissement sectoriel. Il s'agit d'une pratique considérée comme exemplaire en vue de limiter le risque de préjugé/favoritisme dans la prise de décisions.</p> <p><b>Impact du risque :</b> Modéré (3) – Lorsque des organismes similaires ont fait face à des accusations de préjugé ou de favoritisme, leur réputation n'a été que modérément touchée et l'on a exigé que leurs processus fassent l'objet</p>	6	Ontario Créatif continuera d'assurer la formation du personnel contre les préjugés et de recourir principalement au modèle des jurys de pairs afin de favoriser un processus décisionnel juste et transparent.

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
				demande. Les employés suivent une formation obligatoire visant à lutter contre les préjugés.	d'un examen par une tierce partie.		
6	Gouvernance exemplaire de l'organisme	L'effectif du conseil d'administration est désormais au complet. Cependant, certains secteurs n'y sont pas représentés, notamment ceux du livre, des revues et des produits MIN. Cela pose le risque que le conseil ne dispose pas de certaines des compétences et des connaissances spécifiques requises pour fournir une gouvernance et une orientation stratégique efficaces à l'organisme.	Gouvernance/responsabilité	Ontario Créatif a remis au MTCS une grille des compétences du conseil précisant les lacunes et les besoins. Les nouveaux membres du conseil reçoivent un breffage complet de la part de la haute direction.	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3)  <b>Impact du risque :</b> Mineur (2)	6	La grille des compétences du conseil est un outil permettant de tenir le gouvernement informé des lacunes dans les domaines d'expertise de ses membres; ce document est en cours d'actualisation.
7	Administration des programmes de crédits d'impôt provinciaux et des autres programmes et initiatives aux termes des lois pertinentes	Une augmentation de la demande d'examens et autres procédures judiciaires entre les auteurs de demande de crédit d'impôt non retenus et le gouvernement pourrait s'avérer chronophage pour le personnel et, selon les décisions de justice, avoir de sérieuses répercussions politiques et financières pour le gouvernement.	Finances et politiques	Ontario Créatif veille à ce que le personnel soit constitué de spécialistes connaissant bien les critères d'admissibilité aux crédits d'impôt afin d'éviter que de mauvaises décisions soient prises en la matière. Au besoin, l'organisme assure la liaison avec le service juridique du ministère et le Bureau des avocats de la Couronne – Droit civil.	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2) – Les examens judiciaires passés ont tous tranché en faveur d'Ontario Créatif.  <b>Impact du risque :</b> Très élevé (5) – En cas de procédure judiciaire perdue, le coût pourrait se situer n'importe où dans une fourchette allant de 10 000 à 75 000 dollars en frais juridiques et en dommages légaux. Si le tribunal rend une décision qui élargit les coûts ou les	10	Ontario Créatif a proposé d'ajouter une clause restrictive dans les dispositions législatives concernant les crédits d'impôt.

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
					produits admissibles, le coût pour la province pourrait augmenter considérablement.		
8	Maintien de la compétitivité de l'Ontario comme destination pour les industries de la création	La modification des politiques fédérales liées aux télécommunications et à la culture, notamment susceptible de découler des recommandations formulées dans le cadre de l'Examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications et du projet de loi C-11, pourrait engendrer une rupture entre les politiques fédérales et provinciales qui ferait de l'Ontario une destination moins attractive pour les sociétés créatrices de contenu.	Politiques	Ontario Créatif analyse régulièrement l'environnement et suit les discussions au sujet des politiques dans tout le Canada afin d'évaluer toute répercussion qui pourrait réduire la compétitivité de l'Ontario.	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	9	L'organisme maintiendra sa surveillance et informera le MTCS de tout désalignement potentiel susceptible de compromettre la position concurrentielle de l'Ontario.
9	Production cinématographique et télévisuelle : contribution au développement continu en Ontario d'un environnement commercial propice à l'essor des nouvelles possibilités d'emploi, d'investissement et de production	Le faible nombre de studios spécialisés vacants empêchera la province d'attirer des superproductions de qualité à court et moyen terme, ce qui limitera son potentiel de création d'emploi et de croissance du PIB. Les pénuries de studios pourraient de surcroît défavoriser la production intérieure dans la compétition pour les locaux. Le fait que le nombre de studios vacants reste faible en Ontario donne à penser qu'il existe toujours une demande non satisfaite, susceptible de générer des emplois de qualité et une	Prestation/opérations	Le Bureau du cinéma de l'Ontario s'emploie à trouver des entrepôts adaptés à la conversion en studios d'enregistrement, et travaille à l'établissement de relations entre promoteurs, exploitants et bailleurs de fonds en vue de favoriser l'expansion des studios. Le Bureau du cinéma promeut aussi auprès des parties prenantes intéressées les demandes de propositions portant sur des terrains municipaux propices à l'aménagement de studios	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	6	Ontario Créatif continue de faciliter les possibilités innovantes de réaménager ou de répartir différemment les studios existants, et de trouver de nouveaux locaux adaptés à la production en vue d'accroître la capacité.



## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
		croissance économique accrue dans la province.		d'enregistrement. Des studios d'une superficie totale de 2,6 millions de pieds carrés devraient être construits d'ici 2026 et réduire la demande, même si la plupart ne vont pas entrer en service avant 2024, limitant la croissance à court terme.			
10	Assurance qu'Ontario Créatif est un lieu de travail sans discrimination ni harcèlement	Il y a eu des cas où des intervenants mécontents d'avoir vu leur demande de financement rejetée ont injurié le personnel d'Ontario Créatif. Ce type de comportement pourrait s'aggraver pour se muer en discrimination ou en harcèlement, y compris en menaces physiques. Lorsque les délais de traitement s'allongent ou que davantage de projets de clients sont rejetés en raison de la demande trop forte à l'égard des programmes, la probabilité que cela se produise augmente.	Prestation/opérations (ressources humaines)	Les politiques d'Ontario Créatif relatives au milieu de travail et à la discrimination sont examinées au minimum tous les ans et mises à jour s'il y a lieu. Il est rappelé au personnel que toute forme de harcèlement doit immédiatement être signalée à la direction, qui fera face à de tels actes selon les politiques et lignes directrices en vigueur dans la fonction publique de l'Ontario (FPO). Tous les visiteurs sont tenus d'émarger et un interrupteur de secours se trouve à l'accueil en cas de danger. Le personnel doit suivre une formation obligatoire sur la discrimination et le harcèlement au travail, et une formation visant à lutter contre les préjugés a été offerte.	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	6	Ontario Créatif continuera d'examiner et de mettre à jour régulièrement les politiques et procédures concernant la discrimination et le harcèlement au travail. Une nouvelle trousse d'outils et de ressources pour le personnel est en cours de finalisation. Plusieurs membres du personnel qui côtoient régulièrement les clients ont en outre suivi une formation spéciale sur le désamorçage des situations de conflit avec les clients auprès du Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH).
11	Veiller à ce qu'Ontario Créatif adopte des mesures pour favoriser le recrutement, le maintien en poste et la participation de	Du fait d'un nombre élevé de possibilités d'emploi dans d'autres secteurs de la FPO et de l'industrie, de la démographie de la main-d'œuvre et d'autres facteurs, Ontario Créatif est confronté à un risque lié aux ressources humaines concernant le recrutement et	Prestation/opérations (ressources humaines)	Ontario Créatif offre des salaires compétitifs et un milieu de travail positif, conformes aux politiques et aux normes en vigueur au sein de la FPO. Les membres du personnel ont accès à des possibilités de perfectionnement professionnel et	<b>Probabilité du risque :</b> Possible (3)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	9	Ontario Créatif et son Comité de participation des employés continueront de travailler à l'élaboration du plan d'action à l'intention du personnel existant et de diversifier les stratégies de

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
	membres de personnel hautement qualifiés	le maintien en poste. Les possibilités d'avancement de carrière sont abondantes pour les membres du personnel, mais le départ à la retraite ou vers d'autres horizons de membres compétents est susceptible de représenter un défi en matière de productivité et de planification de la relève pour l'organisme.		à un environnement hybride permettant de travailler à domicile plusieurs jours par semaine. Un Comité de participation des employés œuvre à l'élaboration d'un plan d'action visant à améliorer continuellement la participation des employés, y compris par le biais d'initiatives novatrices comme le programme d'accompagnement. Enfin, Ontario Créatif a récemment procédé à l'élargissement et à la diversification de sa stratégie d'affichage des emplois dans le but d'attirer un vivier plus varié de candidats qualifiés aux postes à pourvoir.			recrutement employées pour faire connaître l'organisme et les perspectives d'emploi associées. Ontario Créatif utilisera FORTE pour planifier les possibilités d'apprentissage et de perfectionnement une fois que l'outil sera déployé au sein des organismes.
12	Maintien des plus hauts niveaux de sécurité de l'information et des réseaux	En raison de la quantité importante de données et de renseignements conservée par Ontario Créatif, des renseignements incomplets, obsolètes, inexacts ou confidentiels pourraient être divulgués au public, notamment des statistiques ou d'autres renseignements personnels ou commerciaux exclusifs susceptibles de nuire à des sociétés individuelles, ou aux industries elles-mêmes et à la manière dont elles sont perçues au sein de la province. Les tentatives d'escroquerie ou d'hameçonnage par courriel risquent de causer un préjudice financier à des membres du personnel à titre individuel et/ou à l'organisme si les messages ne	Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)	Les politiques d'Ontario Créatif en matière de TI garantissent les plus hauts niveaux de sécurité des réseaux. Elles incluent des vérifications de sécurité annuelles et des mises à jour régulières de l'infrastructure de sécurité. Le Portail de demande en ligne d'Ontario Créatif est un système de prestation de programmes en ligne très pointu. L'organisme dispose de processus et de protocoles clairement définis en ce qui concerne le suivi des résultats et la production de rapports connexes. L'approbation de la direction est exigée préalablement à	<b>Probabilité du risque :</b> Improbable (2)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	6	Ontario Créatif maintiendra les normes les plus strictes en matière de sécurité de la TI et des réseaux. La publication de renseignements statistiques restera assujettie à l'approbation de la direction. Le personnel TI mettra en place les pratiques exemplaires émanant de la communauté de pratique de la FPO en matière de cybersécurité. Des alertes au pourriel et des occasions de formation sur la

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
		<p>sont pas identifiés comme étant frauduleux.</p> <p>Parce que le mode de travail flexible est en place, le personnel travaillant régulièrement à la maison, des problèmes de sécurité risquent de survenir (puisque les employés se connectent par l'intermédiaire de leur propre fournisseur d'accès Internet, ils quittent également fréquemment leur domicile avec le matériel [ordinateurs portatifs]). Par ailleurs, la mise en place de certains processus, comme la connexion aux lecteurs réseau au travers d'un réseau privé virtuel (RPV), pourrait ralentir le personnel.</p>		<p>la publication de renseignements statistiques. De plus, Ontario Créatif possède sa propre équipe TI ayant en permanence un membre d'astreinte à même de répondre immédiatement à toute atteinte à la protection des données ou à la sécurité.</p> <p>Des alertes au pourriel sont régulièrement envoyées aux membres du personnel par courriel, renforçant leur sensibilisation aux menaces et leur capacité de repérer les messages suspects. Des occasions de suivre une formation en cybersécurité à l'échelle de la FPO sont proposées aux employés lorsqu'elles surviennent.</p> <p>Le personnel TI a suivi une formation sur la sécurité et participe à la communauté de pratique de la FPO en matière de cybersécurité.</p> <p>Les membres du personnel travaillant à la maison utilisent des appareils d'Ontario Créatif disposant des logiciels de sécurité renforcés. La connexion aux lecteurs réseau se fait par RPV ou SharePoint, dans le nuage, pour assurer une plus grande sécurité. L'équipe TI de l'organisme surveille étroitement le réseau et s'assure que les derniers protocoles de sécurité sont respectés. Le personnel est mis en garde contre les</p>			<p>cybersécurité continueront d'être communiquées fréquemment aux employés. L'organisme continuera d'améliorer les protocoles de sécurité et de contrôler la sécurité des réseaux.</p>

## ANNEXE B : REGISTRE DES RISQUES

À jour au 30 septembre 2022

N°	Objectif	Énoncé du risque	Catégorie du risque	Contrôles existants	Évaluation du risque (résiduel)	Cote du risque	Plan d'atténuation/d'action
				pourriels et a pour consigne de les supprimer. Un plan de gestion des situations d'urgence et de continuité des activités est en place, comprenant un plan de continuité des activités informatiques.			
13	Entretien de l'infrastructure de TI et des systèmes d'information	Du fait de la vulnérabilité des structures physiques qui abritent les serveurs d'Ontario Créatif et d'autres éléments de son infrastructure physique de TI, cette dernière risque d'être compromise par toute défaillance de l'intégrité du bâtiment (par exemple en raison d'une inondation ou d'un incendie). Le risque augmente à mesure que le bâtiment vieillit.	Prestation/opérations (information/respect de la vie privée)	Toutes les données de l'organisme sont sauvegardées et peuvent être restaurées au prix d'une interruption limitée des services en ligne, le temps que les serveurs soient redémarrés ou remplacés et que le système d'exploitation et les pare-feu soient réinstallés. L'organisme a déplacé la plupart des applications hors site, y compris le Portail de demande en ligne, la Bibliothèque de recherche en ligne et la Photothèque numérique des extérieurs. Les lecteurs réseau ont été déplacés vers le nuage et le projet de colocation de l'organisme consistant à déplacer ses serveurs vers une installation hors site sécurisée et à température contrôlée est à moitié achevé. Le rapport SOC de notre site de stockage des données, Iron Mountain, a été examiné en juillet 2021.	<b>Probabilité du risque :</b> Rare (1)  <b>Impact du risque :</b> Modéré (3)	3	L'organisme procède activement à la réalisation d'un projet visant à déplacer les applications vers le nuage et les serveurs vers une installation hors site sécurisée. Une fois accompli, ce projet atténuera entièrement tous les risques liés à l'intégrité physique des bureaux. Il devrait s'achever en 2023.