



LIGNES DIRECTRICES DE L'INITIATIVE POUR LE MARKETING ET LA DISTRIBUTION (IMD) DU FONDS D'ONTARIO CRÉATIF POUR LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE 2024-2025

Date limite : les demandes seront acceptées en continu jusqu'au 19 décembre 2024 à 17 h, HE.

OÙ TROUVER :

1. Date limite /3
 2. Admissibilité des auteurs de demande /3
 3. Activités admissibles /3
 4. Coûts admissibles /4
 5. Niveaux de financement /4
 6. Exigences liées à la présentation des demandes /5
 7. Comment présenter votre demande /5
 8. Critères de décision /6
 9. Versements aux auteurs de demande retenus /8
 10. Renseignements /8
-

La documentation relative à l'Initiative pour le marketing et la distribution du Fonds pour la production cinématographique comprend :

- les lignes directrices de l'Initiative pour le marketing et la distribution
- [les politiques relatives aux programmes d'Ontario Créatif](#)

Les auteurs de demande doivent impérativement examiner TOUS les documents susmentionnés avant de présenter une demande.

L'Initiative pour le marketing et la distribution (IMD) vise à aider les producteurs de projets soutenus par le Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique à contribuer significativement au marketing et à la distribution de leurs projets jusqu'à leur sortie commerciale et tandis qu'ils sont à l'affiche.

Cette initiative a pour but d'appuyer les stratégies et tactiques qui complètent les activités de marketing et de distribution conventionnelles et/ou les stratégies d'exploitation novatrices qui favorisent l'accroissement du public et des recettes. Ces stratégies et tactiques peuvent fonctionner indépendamment des stratégies préétablies avec le distributeur ou la distributrice et le concédant ou la concédante de licence, et/ou conjointement avec elles.

Les objectifs de l'IMD sont les suivants :

- aider les producteurs à couvrir les frais de marketing et de distribution de projets de long métrage;
- appuyer les activités de marketing et de distribution réalisées à l'initiative du producteur ou de la productrice en lieu et place ou en complément de celles du distributeur ou de la distributrice/du concédant ou de la concédante de licence;
- favoriser les idées et stratégies novatrices qui sortent des canaux conventionnels de marketing et de distribution;
- faire connaître des productions et des cinéastes ontariens, stimuler les ventes et accroître l'exposition des films ontariens auprès d'un plus large public.

Ontario Créatif valorise et favorise la diversité et la parité entre les genres au sein des industries de la création, et ce, à tous les niveaux et tous les postes. Nous reconnaissons que de nombreuses communautés continuent de faire face à des obstacles systémiques qui les empêchent de prendre une part significative à ces industries. Ontario Créatif envisage les critères d'évaluation de ce programme sous l'optique de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, et demande aux membres du jury de faire de même. Nous attendons des auteurs de demande proposant des projets/activités qui favorisent, reflètent et renforcent la diversité et la parité entre les genres en Ontario qu'ils fassent état, de manière tangible, d'un engagement véritable et durable à l'égard de ces communautés en quête d'équité. Ontario Créatif encourage les demandes émanant de sociétés qui sont dirigées par des PANDC (personnes autochtones, noires ou de couleur) ou des francophones, et d'auteurs de demande répondant autrement à la définition provinciale de la diversité.

Ontario Créatif s'est engagé à promouvoir un milieu de travail respectueux dans tous les secteurs et toutes les sociétés qu'il soutient. Veuillez consulter la [politique générale](#) pour obtenir davantage de précisions, notamment sur l'affidavit de l'auteur de la demande exigé quant au maintien d'un milieu de travail respectueux.

Ontario Créatif est déterminé à :

- favoriser la diversité et la parité entre les genres;
- offrir un soutien accru aux fins d'accessibilité aux personnes handicapées, aux personnes sourdes et aux personnes confrontées à des obstacles d'accès à la technologie;

- promouvoir un milieu de travail respectueux dans tous les secteurs et toutes les sociétés qu'il soutient.

Veillez consulter [les politiques relatives aux programmes](#) pour obtenir des précisions importantes.

1. Date limite

Les demandes seront acceptées en continu jusqu'au 19 décembre 2024 à 17 h, HE.

Les auteurs de demande sont invités à présenter une demande d'aide au marketing au moins huit semaines avant la date de sortie officielle prévue du film.

Les décisions seront communiquées aux auteurs de demande dans les 4 à 6 semaines suivant la présentation de la demande.

2. Admissibilité des auteurs de demande

Les auteurs de demande doivent être des bénéficiaires récents des sous-volets Drames et Documentaires du volet Production du Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique. **La société qui présente la demande doit être la seule société de production avec laquelle un contrat a été conclu pour le Fonds pour la production cinématographique.** Les projets admissibles doivent être terminés, livrés ou sur le point de l'être, et entreprendre la sortie nationale. Les projets ayant fait l'objet d'une sortie officielle¹ ne sont pas admissibles dans le cadre de cette initiative.

Pour qu'il soit admissible, la date de sortie commerciale du projet doit être prévue entre le 1^{er} avril 2024 et le 31 mars 2025.

3. Activités admissibles

Sont admissibles les activités qui font connaître le titre et accroissent sa valeur dans les circuits de vente nationaux, y compris ceux de la diffusion en salles, de la radiodiffusion et de la diffusion numérique sur toutes les plates-formes potentielles. Les activités doivent compléter et mettre à profit les fonctions du distributeur ou de la distributrice si une entente de distribution est en place et fonctionner de pair avec les stratégies promotionnelles du concédant ou de la concédante de licence, le cas échéant. Elles doivent être détaillées dans un plan de marketing et de distribution donnant un aperçu de la stratégie globale à l'égard du film toutes plates-formes confondues, et identifiant les rôles respectifs du producteur ou de la productrice et du distributeur ou de la distributrice (s'il y en a un ou une).

¹ Le terme « sortie officielle » renvoie à la date à laquelle un projet est livré et entre en exploitation commerciale afin d'être vu par le public et de générer des ventes. Une projection dans le cadre d'un festival ou d'une avant-première n'est pas considérée comme une sortie officielle.

4. Coûts admissibles

Sont admissibles les coûts engagés par le producteur ou la productrice qui font partie intégrante du plan de marketing et de distribution en vue de la sortie. Il peut s'agir de coûts internes attribués aux heures effectuées par le personnel, de dépenses directement à l'appui des activités de marketing, de coûts directs attribués à l'acquisition de biens et de services, et de coûts attribués à l'embauche d'un contractant tiers. Les activités et les coûts connexes doivent être engagés dans la **période prescrite de 6 mois entourant la sortie officielle**.

Les dépenses admissibles peuvent inclure, sans toutefois s'y limiter :

- les projections lors de festivals (dans la période prescrite pour engager les dépenses), les projections privées, les projections test, les projections avec tapis rouge, les autres activités de publicité et les stratégies de marketing novatrices
- les déplacements des artistes (physiques et virtuels), producteurs et créatifs clés pour participer à des activités de marketing et des projections à des fins promotionnelles (c'est-à-dire des festivals, avant-premières, journées de la presse et autres rendez-vous de marketing);
- les coûts relatifs aux publicitaires, gestionnaires de médias sociaux et agents de marketing;
- la conception et la production de matériel de marketing numérique et physique : dossier de presse électronique, site Web, bandes annonces, cadeaux publicitaires, affiches;
- la publicité : en ligne, imprimée, sur les réseaux sociaux, et diverse;
- le doublage et le sous-titrage dans d'autres langues.

Coûts non admissibles

- Coûts engagés directement par le distributeur ou la distributrice ou le concédant ou la concédante de licence.
- Coûts couverts par d'autres entités (comme Téléfilm).
- Dépenses engagées avant la présentation de la demande.
- Coût des boissons alcoolisées.

5. Niveaux de financement

Les sociétés peuvent demander un financement maximal de 25 000 dollars, jusqu'à concurrence de 75 % du budget de marketing total. La contribution minimale est de 5 000 dollars.

Veuillez noter que le financement de l'IMD étant limité, les demandes seront évaluées à mesure qu'elles seront présentées, selon le principe du premier arrivé, premier servi.

6. Exigences liées à la présentation des demandes

Les auteurs de demande admissibles doivent présenter leur demande à Ontario Créatif par voie électronique par le biais du Portail de demande en ligne (PDL), à l'adresse <https://apply.OntarioCreates.ca/>. La demande doit fournir les détails des stratégies et activités de marketing, une proposition de budget, un plan de financement à l'appui du budget et les résultats escomptés des activités proposées dans la demande.

Budget et financement

- L'IMD financera jusqu'à 75 % du budget des activités de marketing figurant dans le plan de marketing et de distribution.
- Le solde de 25 % doit inclure une contribution en espèces minimale de 10 % de la part de la société de production ou du producteur ou de la productrice. Les frais généraux d'administration sont plafonnés à 15 % du budget total de marketing et de distribution.
- Les auteurs de demande peuvent inclure les frais de marketing et de distribution pendant une période prescrite maximale de 6 mois. Ils doivent indiquer les dates de début et de fin de leurs activités. Ontario Créatif autorisera uniquement les dépenses engagées dans la période de six mois indiquée.
- Les services en nature évalués de manière réaliste peuvent être inclus dans le plan de financement des activités de marketing. Les frais indirects et les frais de main-d'œuvre reportés ne peuvent pas dépasser 15 % du budget total.
- Les coûts d'exploitation permanents ne constituent pas des postes budgétaires admissibles dans le cadre de ce programme.

Les demandes doivent impérativement répondre de façon détaillée à toutes les questions figurant dans le formulaire de demande et être accompagnées de tous les documents exigés.

7. Comment présenter votre demande

- Les auteurs de demande doivent présenter leur demande à Ontario Créatif par voie électronique par le biais du Portail de demande en ligne, à l'adresse <https://apply.OntarioCreates.ca/>.
- Les demandes doivent être reçues par voie électronique via le PDL au plus tard à 17 h, à la date limite.
- Les demandes reçues après la date limite ne seront pas examinées.
- Les demandes seront examinées par Ontario Créatif qui s'assurera qu'elles sont complètes et admissibles.
- Les demandes incomplètes ne seront pas prises en considération.
- Les auteurs de demande retenus devront signer une entente de financement avec Ontario Créatif dans un délai d'un mois suivant l'avis.

8. Critères de décision

Il s'agit d'un processus concurrentiel, et la disponibilité des fonds dépendra du nombre et de la qualité des demandes, du nombre et de l'ampleur des subventions, et du budget alloué à l'initiative pour l'exercice.

Ontario Créatif envisage les critères d'évaluation de ce programme sous l'optique de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, et demande aux membres du jury de faire de même. Nous attendons des auteurs de demande proposant des projets ou des activités qui favorisent, reflètent et renforcent la diversité et la parité entre les genres en Ontario qu'ils fassent état, de manière tangible, d'un engagement véritable et durable à l'égard de ces communautés en quête d'équité. Ontario Créatif peut désigner des communautés sous-représentées particulières au sein d'un secteur donné. La définition provinciale de la diversité affirme que les dimensions de la diversité ont notamment trait à l'ascendance, à la culture, à l'origine ethnique, à l'identité et à l'expression de genre, à la langue, aux capacités physiques et intellectuelles, à la race, à la religion (croyance), au sexe, à l'orientation sexuelle et au statut socioéconomique.

Les demandes seront évaluées en fonction des critères suivants :

<u>Critères</u>	<u>Pondération</u>	<u>Voici quelques éléments à prendre en compte</u>
Plan de marketing et de distribution bien défini , énonçant clairement la stratégie proposée, la façon dont les objectifs, devant être réalistes, seront atteints et le rendement du capital investi prévu	30 %	<ul style="list-style-type: none">• Les objectifs sont-ils clairement énoncés?• Les objectifs sont-ils réalistes et réalisables?• La manière dont les objectifs seront atteints est-elle transparente?• Le projet générera-t-il un retour positif sur la production?• Le projet a-t-il de fortes chances d'être acclamé par la critique ou de connaître un succès critique?
Intérêt manifeste du film pour le marché et le public cible Consultation, collaboration et participation réfléchies de communautés en quête d'équité	20 %	<ul style="list-style-type: none">• Existe-t-il un public clairement défini, étayé par des recherches ou des comparaisons?• Le choix des activités proposées est-il justifié par des recherches?• Les activités seront-elles efficaces pour mobiliser le public cible et générer les revenus escomptés?
Stratégie et activités novatrices , créatives et pertinentes pour toucher le public en question	20 %	<ul style="list-style-type: none">• La stratégie est-elle unique, novatrice ou créative dans sa tentative de toucher le public cible?

		<ul style="list-style-type: none"> • La stratégie a-t-elle le potentiel nécessaire pour toucher son public cible? • La stratégie soutient-elle et reflète-t-elle la diversité, en particulier les voix sous-représentées au sein de son public? • Dans quelle mesure la stratégie répond-elle aux défis et aux possibilités qui s'offrent aux producteurs dans le domaine de la distribution et de l'exploitation?
Viabilité du plan et probabilité que les objectifs soient atteints	10 %	<ul style="list-style-type: none"> • Portée du projet et activités bien définies qui s'alignent sur une stratégie définie • Public bien défini • Budget raisonnable et détaillé • Calendrier réaliste et détaillé avec des étapes et des ressources appropriées • Évaluation complète des risques • Consultation, collaboration et participation réfléchies de communautés en quête d'équité
Expérience de l'équipe chargée de mettre à exécution les stratégies de marketing et de distribution proposées	20 %	<ul style="list-style-type: none"> • Renseignements sur la société, notamment sur la présence au sein de la haute direction, du personnel et des employés contractuels, de personnes issues de la diversité • Antécédents de l'organisation qui présente la demande • Expérience dans la réalisation d'activités semblables • Explication des politiques ou des activités de la société qui soutiennent la diversité, l'équité et l'inclusion
Total	100 %	

Toutes les décisions d'Ontario Créatif sont finales. Ontario Créatif se réserve le droit de modifier les lignes directrices du programme en publiant un avis public général à l'intention de tous les auteurs de demande potentiels, et de refuser toute demande pour n'importe quelle raison. Le nombre de subventions allouées et le montant accordé sont subordonnés à la confirmation du budget annuel d'Ontario Créatif. Ontario Créatif n'est pas tenu d'octroyer un nombre minimum de subventions. Conformément aux dispositions

de la *Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée*, tous les renseignements figurant dans la demande demeureront strictement confidentiels.

9. Versements aux auteurs de demande retenus

La contribution d'Ontario Créatif sera versée aux étapes suivantes, dès réception de l'ensemble des documents exigés dans l'entente :

- 60 % à la signature de l'entente avec Ontario Créatif* pour le premier versement;
- 40 % dès réception du rapport final passant en revue les résultats obtenus par rapport à ceux du plan et d'un rapport final sur les coûts pour le second versement.

Le rapport final doit inclure une description des activités réalisées, accompagnée de mesures qualitatives et quantitatives telles que :

- les recettes mesurables dans les salles de cinéma;
- les autres recettes et ventes;
- les empreintes médiatiques;
- les autres résultats opérationnels directement ou indirectement liés au plan de marketing et de distribution.

**** L'entente dans le cadre de l'IMD sera conclue avec la même entité que celle ayant signé l'entente en vertu du volet Production du Fonds d'Ontario Créatif pour la production cinématographique.***

10. Renseignements :

Anna Newallo, conseillère en programmes

Téléphone : 416 645-8521

Courriel : anewallo@ontariocreates.ca

Ontario Créatif est un organisme du gouvernement de l'Ontario qui encourage le développement économique, les investissements et la collaboration au sein des industries de la création de l'Ontario, notamment dans les secteurs de la musique, de l'édition de livres et de revues, du cinéma et de la télévision, et des produits multimédias interactifs numériques. ontariocreatif.ca