

# Lignes directrices du programme

---

La création du Fonds TELUS a été possible grâce au succès des services d'Optik TV dont l'auditoire s'élève dorénavant à plus de 1 million de clients de TELUS TV en Colombie-Britannique, en Alberta et au Québec. Le Fonds est un organisme sans but lucratif géré de façon indépendante certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le CRTC) à titre de fonds canadien indépendant de production<sup>i</sup>. Depuis sa création en 2013, le Fonds a distribué plus de 14 M\$ destinés à 70 projets.

Lorsque ces lignes directrices font place à l'interprétation, c'est celle du Fonds qui prévaudra. Ces lignes directrices sont modifiables sans préavis.

## 1. MANDAT EN MATIÈRE DE SANTÉ ET DE MIEUX-ÊTRE

Le mandat du Fonds TELUS consiste à financer du contenu qui a le potentiel de divertir et d'intéresser les Canadiens et de les éclairer quant à leurs choix en matière de santé. Le Fonds recherche des histoires qui peuvent avoir une influence sur les auditoires canadiens et améliorer leur état de santé. La définition de la santé utilisée par le Fonds tient compte du mieux-être sur le plan physique, mental et émotif. Les [projets financés](#) à ce jour sont aussi variés que les déterminants en matière de santé des Canadiens, s'échelonnant du mode de vie et de l'environnement à la culture et aux services.<sup>ii</sup>

## 2. REQUÉRANTS ADMISSIBLES

Le Fonds recevra les demandes de sociétés qui notamment :

- exercent surtout des activités de production de contenus médiatiques élaborés par des professionnels;
- ont leur siège social au Canada;
- sont imposables (au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada);
- sont contrôlées par des Canadiens (articles 26 à 28 de la Loi sur Investissement Canada);
- détiennent les autorisations suffisantes et majoritaires sur les droits d'auteur<sup>iii</sup> pour créer et exploiter le contenu.

## 3. CONTENU ADMISSIBLE

La plus grande partie du financement du Fonds est destiné à des séries, des miniséries et des émissions à épisode unique pour diffusion au Canada et destinées au grand public. Les [projets financés](#) comprennent également des séries Web pour le visionnement en ligne, du contenu reposant sur la réalité virtuelle, des applications mobiles, des sites Web interactifs, des jeux, des trousseaux à outils éducationnelles, des magazines en ligne et d'autres formes de contenus numériques.

Le domaine de la santé figure habituellement en bonne place dans le contenu de l'histoire, mais il peut également être intégré subtilement dans les intrigues secondaires, dans l'environnement du projet ou le cadre des campagnes promotionnelles.

## PROGRAMMATION

**Au moins 90 %** du financement du Fonds est alloué à la création et la promotion d'une Programmation linéaire, c'est-à-dire visualisée du début jusqu'à la fin, sans interaction importante avec l'utilisateur final ni personnalisation. Les demandes retenues comprennent habituellement des épisodes multiples de durées variées permettant aux téléspectateurs d'utiliser plus d'une plateforme.

Les émissions scénarisées et les émissions non scénarisées sont admissibles pourvu que la Programmation réponde à la définition du CRTC concernant les catégories d'émissions admissibles<sup>iv</sup> (sauf les nouvelles, les reportages et l'actualité et les sports).

Les budgets de Programmation doivent prévoir des dépenses au titre des éléments suivants :

- sous-titrages<sup>v</sup> et vidéodescription;
- définition et mise en place d'outils permettant de mesurer adéquatement les données et de dresser des rapports contenant des indicateurs qualitatifs et quantitatifs réalistes de réussite durant la première année suivant le lancement;
- expertise en mise en marché, en publicité et en promotion; des plans détaillés des campagnes de lancement, notamment des éléments de promotion, des images, des trousseaux d'information électroniques; un site Web élémentaire; des activités de mise en marché numérique (p. ex., divertissement en ligne, mise en marché autorisée, média social, cueillette de données); et publicitaires.

## PROGRAMMATION NON LINÉAIRE

**Jusqu'à 500 000 \$** sont disponibles annuellement pour financer la création d'une Programmation non linéaire où l'intrigue est interactive et personnalisable par l'utilisateur. Les Programmes non linéaires comprennent notamment des jeux vidéo, des sites Web complexes, des applications mobiles, des curriculums et des livres électroniques. La priorité est accordée aux Programmes non linéaires qui améliorent l'expérience visuelle d'une Programmation linéaire financée par le Fonds et accroît la possibilité d'avoir une incidence favorable sur les choix en matière de santé.

Les dépenses, le financement, les suivis et les remises de rapports liés aux Programmes non linéaires doivent être distincts des Programmes linéaires.

## CONTENU CANADIEN

Les Programmes linéaire et non linéaire (le Contenu) financées par le Fonds doivent appartenir et être contrôlées majoritairement par des Canadiens et comprendre un apport important de Canadiens indépendants lors de la production. La Programmation doit atteindre le minimum de points requis pour être reconnu comme étant du contenu canadien sauf exception pour les entreprises internationales<sup>vi</sup>.

## **4. EXIGENCES MINIMALES DE SOUTIEN**

Au moment de leur demande, les requérants doivent avoir obtenu des lettres d'intérêt démontrant le soutien d'organisations spécialisées, l'accès à des plateformes de distribution et à du financement provenant de tiers corroborant les allégations posées en matière de problèmes de santé, d'auditoire cible, d'objectifs en matière de réussite et de stratégies favorisant la portée et l'incidence du projet.

Dans les situations où le requérant demande du financement pour la Programmation non linéaire, elle doit répondre individuellement aux exigences minimales de soutien pour que la demande soit prise en considération.

### ORGANISATIONS SPÉCIALISÉES

Le contenu axé sur une intrigue est un moyen puissant présentant le potentiel de faire appel à nos émotions, de créer de l'empathie et de transmettre des connaissances de manière divertissante. Le Fonds exige des requérants qu'ils obtiennent une lettre de soutien de la part des organisations spécialisées afin de s'assurer que le traitement du sujet ainsi que le contenu n'aient pas une incidence défavorable sur les choix en matière de santé pouvant causer une offense gratuite pour certains téléspectateurs, présenter un parti pris éditorial ou faire la promotion de recherches non fondées.

Les requérants doivent inclure au moins une lettre de soutien d'une organisation spécialisée de renom reconnue à l'échelle nationale pour son expertise et ses activités dans le domaine de la santé. Cette lettre de soutien doit :

- expliquer comment le contenu démontre de l'innovation dans le domaine;
- décrire comment le contenu améliorera la qualité de vie et transformera les résultats;
- engager le savoir-faire afin d'assurer les normes les plus élevées en matière d'exactitude, d'intégrité, de justesse et d'exhaustivité dans le traitement du sujet;
- engager des ressources en vue d'accroître la découvrabilité du contenu au sein de son réseau.

Dans les rares cas où aucune organisation nationale ne répond à ces exigences, le Fonds peut accepter des lettres de soutien provenant d'organismes provinciaux et d'experts professionnels actifs dans le milieu de la santé.

### PLATEFORMES DE DISTRIBUTION

La priorité sera accordée aux demandes donnant l'occasion aux Canadiens de découvrir le contenu sur la santé et le mieux-être sur plusieurs plateformes. Les requérants doivent inclure au moins une lettre d'entente avec une plateforme de distribution canadienne ou étrangère accessible aux Canadiens. La plateforme de distribution doit exercer des activités de distribution de contenus à grand volume et être en mesure de démontrer qu'elle réussit de façon mesurable à atteindre et engager la participation d'un auditoire canadien.

Parmi les exemples de plateformes de distribution, on compte notamment un canal de diffusion qui exerce au Canada<sup>vii</sup>, un média social influent possédant un vaste réseau engagé au Canada, un distributeur certifié ou garantissant des sorties en salle minimales au Canada ou une autre plateforme numérique.<sup>viii</sup> La lettre d'entente doit :

- énumérer les conditions de la diffusion, notamment les droits de licence, d'exclusivité et de territoire;
- confirmer le niveau et la nature de leur engagement à l'égard de la campagne de lancement;
- fournir des analyses par rapport à un contenu comparable pertinent au sujet;
- établir des objectifs réalistes et mesurables sur la réussite d'accès aux contenus;
- s'engager à fournir les rapports détaillés des indicateurs servant à mesurer le succès.

## FINANCEMENT DE TIERS

La prise de décision du Fonds est grandement influencée par le niveau financier de sources tierces obtenu du requérant. Les requérants doivent indiquer dans leur demande les diverses sources prêtes à partager le risque financier. Au moment de leur demande, les requérants doivent au minimum inclure une lettre de source tierce d'un montant en argent équivalent à 10 % du budget relatif au contenu pour chacune des Programmes linéaire et non linéaire.

Parmi les sources tierces, on compte notamment les organisations spécialisées, les plateformes de distribution, les agences provinciales, les organismes de financement publics et privés, les campagnes de financement réussies, les investissements autres que celui du producteur, le financement par des commanditaires et les subventions. Les prévisions de crédits d'impôt des gouvernements provinciaux et du gouvernement fédéral établies d'après le budget des dépenses ne répondent pas aux exigences minimales.

## **5. PROCESSUS D'ÉVALUATION**

Les requérants admissibles respectant les exigences minimales de soutien sont évalués individuellement et par rapport aux autres requérants en fonction des critères d'évaluation ci-après. Ces critères d'évaluation ne visent pas à restreindre la créativité ni à limiter l'évaluation du Conseil d'administration. Ils servent à orienter les requérants dans la réalisation de leur demande.

### INNOVATION EN MATIÈRE DE SANTÉ ET DE MIEUX-ÊTRE

Le Fonds mettra la priorité sur les demandes qui :

- incluent un niveau de soutien et de corroboration exceptionnel des organisations spécialisées;
- présentent un sujet sur la santé ayant une incidence sur un nombre important de Canadiens;
- font preuve d'originalité et adopte une nouvelle approche dans le domaine de la santé;
- remettent en question nos habitudes et éclairent nos choix en matière de santé;
- présentent des solutions novatrices plus efficaces et efficientes que les solutions existantes;
- décrivent l'utilisation d'information et de la technologie en vue d'améliorer la qualité de vie;
- font référence à des recherches pertinentes et des preuves solides dans la description de problèmes de santé et de mieux-être, font part de l'importance et la manière dont le contenu contribuera à améliorer la situation.

### PORTÉE ET RÉUSSITE MESURABLES

Le Fonds mettra la priorité sur les demandes qui démontrent :

- un niveau de soutien et de corroboration exceptionnel de la part des plateformes de distribution ayant un engagement et une portée considérables sur l'auditoire cible et sur les sujets examinés;
- un niveau de soutien exceptionnel en matière de financement de sources tierces prêtes à partager les risques financiers liés au contenu;
- un plan de contenu dont la Programmation comprend plusieurs épisodes, du contenu complémentaire, des éléments de marque et un engagement de personnalités influentes capables d'influencer de façon positive la portée et la participation sur une période de un an;

- une solide compréhension de l'auditoire cible, des stratégies mises en place pour atteindre cet auditoire et de façon à ce que le contenu ait une incidence favorable sur les choix en matière de santé;
- une réussite mesurable claire, précise, réaliste et réalisable sur le plan qualitatif et quantifiable.

## 6. ÉTAPES ET NIVEAUX DE FINANCEMENT

Le financement du Fonds TELUS est accordé pour le développement, la production et la découvrabilité de contenu canadien sur la santé et le mieux-être.

### FINANCEMENT EN DÉVELOPPEMENT

Le financement en développement est disponible pour maintenir l'équipe dédiée au projet, faire appel à des experts en la matière et assurer les sources de financement, entreprendre d'autres recherches sur le sujet et l'auditoire cible, élaborer du matériel de création, préparer les documents de présentation, créer une bande-annonce ou une émission pilote en vue de l'obtention de soutien en production, élaborer des stratégies de mise en marché efficaces et préparer des plans de mise en place détaillés.

- Les demandes de financement en développement doivent être soumises entre le 5 septembre 2017 et le 31 mai 2018.
- Les requérants peuvent demander jusqu'à 75 000 \$ ou 75 % de leur budget en développement.
- Les requérants doivent soumettre :
  - un formulaire de demande rempli accessible à l'adresse suivante [www.fondstelus.ca](http://www.fondstelus.ca),
  - une vidéo de présentation donnant une idée du sujet, de la composition de l'équipe de production et des éléments clés de l'offre de contenu ([Kickstarter](#) présente de précieux conseils en matière de vidéos de présentation);
  - les lettres relatives aux exigences minimales de soutien.<sup>ix</sup>

À la discrétion du directeur général, les demandes parfaitement adaptées au mandat et aux critères d'évaluation feront l'objet d'un examen de la part du Conseil d'administration.

### FINANCEMENT EN PRODUCTION

Le financement en production est disponible pour les projets dont le développement est terminé et qui sont prêts pour la production, et vise à créer, lancer, promouvoir et favoriser la portée et l'engagement durant la première année du lancement.

- Les demandes de financement en production doivent être reçues au plus tard aux dates limites publiées en septembre, en février et en mai.
- Les requérants sont invités à demander le niveau de financement dont ils ont besoin pour atteindre des objectifs de réussite mesurables. Le tableau de l'annexe A aidera les requérants à s'assurer que leur demande de financement reflète le mandat et les critères d'évaluation du Fonds.
- Les requérants doivent soumettre :
  - un formulaire de demande rempli accessible à l'adresse suivante [www.fondstelus.ca](http://www.fondstelus.ca);
  - une bande-annonce promotionnelle ou une bande-annonce professionnelle d'une durée de 3 à 5 minutes;

- les lettres relatives aux exigences minimales de soutien pour la Programmation linéaire;
- les lettres relatives aux exigences minimales de soutien pour la Programmation non linéaire;
- le matériel créatif, les stratégies de mise en marché, les budgets et les plans de mise en place détaillés ne sont pas requis au moment de la demande initiale, mais ils peuvent être demandés durant le processus d'évaluation.

La prise de décision relève de la seule discrétion du Conseil d'administration du Fonds TELUS qui choisit entre 15 et 25 demandes par année.

#### FINANCEMENT EN DÉCOUVRABILITÉ

Le financement en découvrabilité est également disponible pour du contenu exceptionnel sur la santé et le mieux-être qui a atteint un succès mesurable durant la première année suivant le lancement, afin de continuer à susciter de l'intérêt pour le visionnement, à renouveler et ajuster la Programmation afin de maintenir une expérience enrichissante pour l'auditoire.

- Les demandes de financement allant jusqu'à 75 000 \$ (ou 75 % du budget) peuvent être déposées entre septembre 2017 et mai 2018. Les demandes de financement supérieures à 75 000 \$ doivent être soumises aux dates limites en production publiées en septembre, en février et en mai.
- Les requérants doivent soumettre :
  - un formulaire de demande rempli accessible à l'adresse suivante [www.fondstelus.ca](http://www.fondstelus.ca);
  - les hyperliens vers des versions numériques du contenu ayant atteint un succès mesurable
  - les lettres relatives aux exigences minimales de soutien appuyant le plan de découvrabilité;
  - le matériel créatif, les stratégies de mise en marché, les budgets et les plans de mise en place détaillés ne sont pas requis au moment de la demande initiale, mais ils peuvent être demandés durant le processus d'évaluation.
- À la seule discrétion du directeur général, les demandes parfaitement adaptées au mandat et aux critères d'évaluation feront l'objet d'un examen de la part du Conseil d'administration.

## **7. QUESTIONS?**

Les réponses aux questions courantes sont disponibles sur le [site Web du Fonds](http://site Web du Fonds). Vous pouvez également envoyer votre question à l'adresse suivante [info@fondstelus.ca](mailto:info@fondstelus.ca)

## 8. ANNEXE A

Le financement de projets en production et en découvrabilité n'est assorti d'aucun montant maximal. Les requérants sont invités à demander uniquement le montant de financement dont ils ont besoin pour atteindre leurs objectifs de réussite mesurables. Tous les ans, entre 15 et 25 projets reçoivent en moyenne 200 000 \$ en financement de production ou 35 % du budget relatif au contenu. Quelques demandes exceptionnelles ont reçu plus de 500 000 \$, ou 75 % de leur budget. Le tableau ci-après aide les requérants à s'assurer que leur demande de financement reflète les critères clés d'évaluation ayant tendance à faire une distinction entre les demandes approuvées et les demandes rejetées.

### Montant du financement du Fonds TELUS

0 \$

>300 000 \$ ou 75 % du budget

Critères d'innovation en matière de santé et de mieux-être	Peu respectés	Fortement respectés
<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau de soutien des experts dans le domaine</li> </ul>	Experts et organisations locaux; réseau d'influence limité; aucune ressource soutenant la réussite	Organisations reconnues à l'échelle nationale; experts de renom; important réseau d'influences démontré; ressources soutenant les objectifs de réussite
<ul style="list-style-type: none"> <li>Auditoire cible sensibilisé par l'enjeu en matière de santé</li> </ul>	Moins de 500 000 Canadiens	Plus de 1,5 million de Canadiens
<ul style="list-style-type: none"> <li>La Programmation fait preuve d'originalité et adopte une nouvelle approche dans le domaine</li> </ul>	Un grand volume du contenu existe déjà dans le domaine de la santé; peu de données mesurables sur l'incidence	Le contenu présente des solutions novatrices; utilisation d'information et de technologie avant-gardistes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherches sous-jacentes d'experts en la matière reconnus</li> </ul>	Preuves convaincantes limitées menant à un résultat positif; plusieurs solutions alternatives existantes	Recherches publiées; l'intrigue démontre une incidence favorable dans le domaine
Critères en matière de portée et de réussite mesurables	Peu respectés	Fortement respectés
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenus planifiés</li> </ul>	Programmation à épisode unique, thématique, courte durée de vie	Séries télévisuelles renouvelées, plusieurs épisodes de Programmation, durables, longue durée de vie
<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau de soutien en financement de sources tierces</li> </ul>	La demande auprès du Fonds TELUS est >49 %, soutien minimal de sources tierces	La demande auprès du Fonds TELUS est <35 %, les sources tierces partageant >50 % du risque financier
<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau de soutien des plateformes de distribution</li> </ul>	Moins de 20 000 abonnés et de visionnements vidéo en moyenne; rejoint les collectivités locales; aucune démonstration quant aux suivis de données sur l'auditoire à rejoindre dans un domaine pertinent	Plus de 750 000 abonnés, de visionnements vidéo et taux d'achats moyens; portée nationale; plusieurs plateformes; suivi des données et atteinte de l'auditoire avec des contenus comparables
<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus-value commerciale</li> </ul>	Aucune plus-value reconnue	Séries télévisuelles avec une solide renommée, organisation spécialisée reconnue, talent et narrateur célèbres; soutien de personnalités d'influence
<ul style="list-style-type: none"> <li>Expertise en mise en marché et ressources dédiées</li> </ul>	Dépenses de publicité; l'atteinte dépend des invitations à des festivals, du bouche-à-oreille et des médias rémunérés; moins de 3 % du budget est prévu pour le contenu et l'accroissement de l'auditoire	Des experts en mise en marché qui contribuent à la demande; budget média alloué avec publicité payée; plus de 10 % du budget est prévu à la promotion des actifs en contenu et à l'accroissement de l'auditoire

- 
- i [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-343](#)
  - ii [Pourquoi les Canadiens sont-ils en santé ou pas](#)
  - iii Acquiescement des droits d'auteur en vue de l'exploitation à l'échelle mondiale sur plusieurs plateformes et appareils pour une période d'au moins deux ans à compter de la distribution de la Programmation au Canada ou du lancement de services autres que de la Programmation (selon la dernière des éventualités)
  - iv [Lien vers la définition du CRTC de catégories d'émissions admissibles](#) n'incluant PAS les nouvelles, les reportages et l'actualité et les sports.
  - v Les normes de qualité sont décrites dans les Normes de qualité du sous-titrage codé de langue française, [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-741](#), 1<sup>er</sup> décembre 2011, les Normes de qualité du sous-titrage codé de langue française – Application, surveillance et le mandat futur du Groupe de travail sur le sous-titrage de langue française, [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-741-1](#).
  - vi Attribution minimale de 6 points sur 10 sur l'échelle du [Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens \(BCPAC\)](#), ou certifiée par Téléfilm Canada à titre de [coproduction internationale officielle](#) ou certifiée à titre d'entreprise internationale non régie par des traités et créée en collaboration avec des partenaires internationaux conformément aux [lignes directrices du CRTC](#).
  - vii Prévoir un accès à la programmation aux Canadiens par le biais d'une centaine de **canaux de diffusion** offert dans le cadre de calendrier linéaire par le biais du câble, d'un satellite, de la télévision par IP ou d'un système muni d'une antenne. Si le canal est accessible aux Canadiens, la plateforme de distribution peut comprendre des réseaux canadiens ou étrangers; des télédiffuseurs locaux, régionaux et affiliés; des télédiffuseurs éducatifs; des services de catégorie A et des services facultatifs canadiens ou étrangers.
  - viii Les Canadiens accèdent au contenu par le biais d'une centaine d'**autres plateformes numériques** offert par le biais d'internet, des téléphones intelligents et de services mobiles portables. La plateforme de distribution doit être accessible par les Canadiens et peut notamment comprendre : les canaux sur demande; des canaux à la carte; des services de diffusion par contournement; un média social influent; des réseaux multicanaux; des sites Web; des applications personnalisées; des consoles de jeux, des appareils mobiles portables et des plateformes de réalité virtuelle.
  - ix Le Fonds envisagera au cas par cas, de renoncer ou de retarder la réception de lettres d'engagement, de lettres d'entente, de sources de financement provenant d'un tiers ou d'une lettre provenant d'une plateforme de distribution, respectivement, particulièrement à l'étape du développement pour les contenus considérés comme exceptionnels compte tenu du mandat et des critères d'évaluation. La prise de décision du Fonds sera grandement influencée par le soutien écrit obtenu des organisations spécialisées.