

# 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 21M \$ destinés à plus de 100 projets.

Le Fonds TELUS dispose d'une entière discrétion dans l'administration de ses programmes et dans l'application de ses lignes directrices afin de s'assurer que le financement soit accordé aux projets qui sont conformes au mandat du Fonds. Lorsque les lignes directrices des programmes font place à l'interprétation, c'est celle du Fonds qui prévaudra. Ces lignes directrices sont modifiables sans préavis. Veuillez consulter [le site Web](#) et vous inscrire à la liste d'envoi du Fonds TELUS pour rester informé des dernières nouvelles et accéder à la documentation.

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

Le mandat du Fonds TELUS consiste à financer du contenu exceptionnel qui favorise le mieux-être des Canadiens. Nous cherchons des histoires ayant le potentiel de divertir et d'intéresser les Canadiens et de les éclairer quant à leurs choix en matière 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> Le domaine de la santé sera présenté de façon prééminente dans le scénario central du contenu, mais il pourra également être subtil dans l'intrigue secondaire, le contexte ou la campagne de promotion.

## 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 ;
- sont imposables (au sens de la *Loi de l'impôt sur le revenu* du Canada) ;
- ont leur siège social au Canada ;
- sont contrôlées par des Canadiens (articles 26 à 28 de la *Loi sur l'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

Le contenu financé par le Fonds doit finalement être détenu et contrôlé par des Canadiens et démontrer qu'il y a d'autres contributions provenant du secteur de la production indépendante canadienne<sup>iv</sup>.

## PROGRAMMATION

**Plus de 90 %** du financement du Fonds est alloué à la création et la promotion d'une Programmation, c'est-à-dire visualisée du début jusqu'à la fin, sans interaction importante avec l'utilisateur final ni personnalisation. Les émissions scénarisées et non scénarisées sont admissibles pourvu que la Programmation réponde à la définition du CRTC concernant les catégories d'émissions admissibles<sup>v</sup> (sauf les nouvelles, les reportages et l'actualité et les sports).

## NON-PROGRAMMATION

**Jusqu'à 500 000 \$** sont disponibles annuellement pour créer et faire la promotion d'une Non-Programmation où l'intrigue est interactive et personnalisable par l'utilisateur. La Non-Programmation comprend notamment les jeux vidéo, les sites Web complexes, les applications mobiles, les curriculums et les livres électroniques. Le montant étant limité, la priorité est accordée à la Non-Programmation qui améliore l'expérience visuelle d'une Programmation financée par le Fonds.

Le suivi des dépenses, du financement et les remises de rapports liés à la Non-Programmation doivent être distincts de la Programmation.

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

Le Fonds TELUS ne commande pas de contenu. Les décisions positives de financement dépendent fortement du niveau d'intérêt et du soutien démontré pour le contenu des :

- Organisations spécialisées,
- Financements de tiers, et
- Plateformes de distribution.

**À toutes les étapes de financement**, les requérants doivent satisfaire aux exigences minimales de soutien<sup>vi</sup>. Dans les situations où le requérant demande du financement pour les composantes de Programmation et de Non-Programmation, chaque composante 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 qui présente le potentiel de faire appel à nos émotions, de créer de l'empathie et de transmettre des connaissances de manière divertissante. La participation des organisations spécialisées garantit que le traitement du sujet ainsi que le contenu ne seront en aucun cas défavorables lorsqu'il s'agira de faire des choix pour la santé qui pourraient causer une offense gratuite pour certains téléspectateurs, présenter un parti pris éditorial ou faire la promotion de recherches non fondées.

Les requérants doivent démontrer le soutien écrit d'au moins une organisation spécialisée de renom reconnue à l'échelle nationale pour son expertise et ses activités dans le domaine de la santé relatif au projet. 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 requérant peut soumettre une combinaison de lettres de soutien provenant d'experts professionnels, d'organisations provinciales et régionales actives dans le milieu de la santé de partout au pays. Ensemble, ces lettres devraient présenter une perspective nationale sur le sujet traité.

#### FINANCEMENTS DE TIERS

Diverses sources de financement désirant partager le risque indiquent un haut niveau d'intérêt pour le sujet et le contenu à créer. Les requérants doivent inclure des lettres engageant des financements en argent provenant de sources tierces autres que le requérant et ses parties liées d'au moins 10 % du budget.

Les sources tierces comptent notamment sans s'y limiter, les organisations spécialisées, les plateformes de distribution, les organisations provinciales et fédérales, les organismes de financement publics et privés, les campagnes de financement participatif, les investissements privés et les commanditaires.

Les investissements des sociétés de production, les services en nature, les frais différés et les crédits d'impôt provinciaux et fédéraux ne répondent pas à cette exigence minimale.

#### 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 qui exerce des activités de distribution à grand volume et démontre des projets comparables directement accessibles aux Canadiens. Les agents de vente ne répondent pas à cette exigence.

Une plateforme de distribution compte notamment :

- un canal de diffusion<sup>vii</sup> qui accorde une licence pour une série télévisée à être diffusée au Canada,
- un distributeur certifié ou garantissant des sorties minimales en salle au Canada
- un propriétaire de chaîne YouTube avec des nombreux abonnés canadiens qui ont concédé sous licence une websérie pour sa diffusion, ou
- une plateforme numérique alternative<sup>viii</sup> qui a accordé une licence à une série documentaire pour son canal sur demande.

La lettre d'entente doit :

- énumérer les conditions de la diffusion, notamment les droits de licence, d'exclusivité et de territoire ;
- fournir des analyses par rapport à un contenu comparable pertinent au sujet ;
- confirmer le niveau et la nature de leur engagement à l'égard de la campagne de lancement ;

- établir des objectifs réalistes et mesurables sur la réussite des accès aux contenus ;
- s'engager à fournir les rapports détaillés des indicateurs servant à mesurer le succès.

Dans les rares cas où il n'y a pas de plateforme de distribution identifiable auprès de laquelle le requérant a pu obtenir un soutien écrit et qu'une autodistribution est envisagée, le requérant doit démontrer qu'il a réussi à atteindre les Canadiens avec du contenu comparable déployé à grand volume.

## 5. ÉTAPES DE FINANCEMENT

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

### 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 du soutien ; élaborer des stratégies de mise en marché efficaces et préparer des plans de projet détaillés.

### FINANCEMENT EN PRODUCTION

Le financement en production est disponible pour les projets dont le développement est terminé et où les propositions sont prêtes à une réalisation visant à créer, promouvoir, favoriser la portée, l'engagement ayant une incidence sur l'auditoire. Les budgets doivent inclure des montants pour :

- Le sous-titrage<sup>ix</sup> et la vidéodescription ;
- L'installation des outils de collecte de données suffisants afin de suivre et mesurer le succès pendant 24 mois ;
- Une campagne de lancement d'une durée minimum de 6 mois comprenant par exemple, expertise en marketing, publicité et promotion ; éléments de promotion, images, dossiers de presse numériques ; site Web de bases ; activités de marketing numériques (ex. : publicité en ligne, marketing autorisé, médias sociaux, collecte de données) ; et publicité payante.

### FINANCEMENT EN DÉCOUVRABILITÉ

Le financement en découvrabilité est également disponible pour du contenu exceptionnel sur la santé et le mieux-être déjà accessible au public et qui a atteint un succès mesurable concernant l'influence, l'engagement et la portée sur l'auditoire canadien. Ce financement vise à prolonger l'intérêt pour le visionnement, à renouveler et ajuster la Programmation afin de maintenir une expérience enrichissante pour l'auditoire au Canada.

## 6. FINANCEMENT DU FONDS TELUS

Il n'y a pas de montant maximum par projet pour le financement en production et en découvrabilité. Les requérants sont encouragés à demander uniquement le montant dont ils ont besoin pour atteindre leurs objectifs de réussite. À l'étape du développement, les requérants peuvent demander jusqu'à 75 000 \$ ou 75 % d'un budget en développement, le moins élevé des

deux. [L'annexe A](#) sert de guide aux requérants qui peuvent baser la demande d'un montant selon les critères d'évaluation aussi utilisés par le conseil d'administration pour rendre leurs décisions de financement.

Le Fonds est un organisme à but non lucratif ayant pour mission de financer la Programmation de contenu canadien jugée d'intérêt public. Le financement prend la forme d'une avance récupérable de même nature qu'un prêt à risque non garanti ne cumulant aucun intérêt. Le Fonds n'acquiert aucun droit, intérêt ou participation aux profits dans la présente production. L'avance récupérable n'est pas assujettie à la TVH/TPS et de nombreux programmes de crédits d'impôt provinciaux et fédéraux ont déterminé que le financement du Fonds équivalait à une subvention ou à une subvention réduisant le crédit d'impôt admissible.

## **7. QUESTIONS ?**

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

## ANNEXE A

Les demandes admissibles sont évaluées individuellement et en comparaison les unes des autres selon trois critères d'évaluation suivants :

1. Innovation en matière de santé et de mieux-être
2. Portée et atteinte des objectifs de réussite
3. Expertise et reconnaissances de l'équipe

Ces critères ne sont pas destinés à restreindre votre créativité ou à limiter l'entière discrétion du conseil d'administration. Ils sont fournis comme un guide pour vous aider à faire une demande réussie. Les demandes réussies atteignent généralement un alignement moyen à élevé dans tous les critères.

1. Innovation en matière de santé et de mieux-être		
	Faible alignement et peu susceptible de recevoir du financement <span style="color: green; font-size: 2em;">←→</span> Alignement élevé et fort potentiel de recevoir >300k \$ et/ou 75 % du budget	
Public-cible touché par le problème de santé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moins de 500 000 Canadiens ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plus de 3 millions de Canadiens ;</li> </ul>
Portée et influence de l'organisation spécialisée	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experts individuels ; organisations locales ou régionales; réseau d'influence limité ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisations spécialisées reconnues à l'échelle nationale ; experts de renom; importants réseaux d'influence démontrés ;</li> </ul>
Niveau de soutien des organisations spécialisées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucune entente avec des experts et des ressources soutenant la réussite ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ententes avec des ressources et des experts soutenant les objectifs de réussite ;</li> </ul>
Alignement confirmé avec le mandat du Fonds TELUS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisations spécialisées qui n'expliquent pas comment le contenu favorisera le mieux-être des Canadiens ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experts en la matière qui expliquent et démontrent comment le contenu est innovant dans le domaine et comment il favorisera le mieux-être des Canadiens ;</li> </ul>
Recherches sous-jacentes d'experts reconnus en la matière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preuves peu convaincantes confirmant l'existence du problème de santé et que l'intrigue mène à un résultat positif dans le domaine de santé;</li> <li>- Alternatives très discutables ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherches publiées confirmant l'existence du problème de santé ;</li> <li>- Intrigue démontre un impact positif dans le domaine de la santé ;</li> </ul>
Contenu fait preuve d'originalité et adopte une nouvelle approche dans le domaine de la santé	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grands volumes de contenus déjà existants sur le sujet de santé ;</li> <li>- Aucune recherche entreprise sur le contenu ou un impact comparable n'a été soumis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contenu qui présente des solutions novatrices; utilisation d'information et de technologies avant-gardistes ;</li> <li>- Recherches entreprises qui démontrent une portée positive de l'intrigue dans le domaine de la santé.</li> </ul>

## 2. Portée et atteinte des objectifs de réussite

	Faible alignement et peu susceptible de recevoir du financement	← →	Alignement élevé et fort potentiel de recevoir >300k \$ et/ou 75 % du budget
Contenus planifiés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programmation à épisode unique ;</li> <li>- Thématique, courte durée de vie ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Séries télévisuelles renouvelées ;</li> <li>- Plusieurs épisodes de la Programmation, durables, longue durée de vie ;</li> </ul>
Niveau de soutien du financement des sources tierces	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;=10 % de financement des sources tierces ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financement des sources tierces partage &gt;50 % du risque financier ;</li> </ul>
Diversité de la structure de financement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demande auprès du Fonds TELUS est &gt;49 % ;</li> <li>- Plusieurs sources de financement ne sont pas confirmées ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demande auprès du Fonds TELUS est &lt;35 % ;</li> <li>- Tout le financement est confirmé ;</li> </ul>
Portée et comparables des plateformes de distribution confirmés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moins de 20 000 abonnés, visionnements moyens des épisodes, ou auditoire moyen par minute total 2+ ;</li> <li>- Aucune démonstration quant à l'atteinte d'un auditoire avec un contenu comparable ;</li> <li>- Rejoins les communautés locales ;</li> <li>- Plateforme unique ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Portée nationale pour les auditoires anglophones et francophones ;</li> <li>- Moyenne de 4M d'auditoire moyen par minute total 2+ avec un contenu comparable ;</li> <li>- Plus de 1M d'abonnés ;</li> <li>- Moyenne de 150k de visionnements pour des contenus comparables ;</li> <li>- Multiples plateformes ;</li> </ul>
Niveau de soutien des plateformes de distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun financement en argent pour la plateforme ;</li> <li>- Pas d'engagement marketing ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financement pour la plateforme est &gt;20 % ;</li> <li>- Plan marketing et dépenses garanties pour la promotion ;</li> </ul>
Plus-value commerciale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucune plus-value reconnue ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Séries télévisuelles avec une solide renommée ;</li> <li>- Organisation nationale spécialisée reconnue ;</li> <li>- Soutien de personnalités d'influence et de célébrités ;</li> </ul>
Expertise en mise en marché	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Non confirmée ;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherche marketing déjà entreprise, experts en mise en marché impliqués dans la présente demande ;</li> </ul>
Ressources marketing dédiées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atteinte dépend des invitations à des festivals, du bouche-à-oreille et des médias rémunérés ;</li> <li>- Moins de 3 % du budget est réservé à la publicité et à l'accroissement de l'auditoire.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au moins 50 000 \$ et 10 % du budget média sont alloués à la publicité, le marketing numérique, les outils promotionnels et les publicités payantes ;</li> <li>- Campagne de lancement s'étend sur une période de 12 mois.</li> </ul>

## 3. Expertise et reconnaissances

	←	→	
Expérience de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Équipe nouvelle ou émergente sans antécédents de réussites démontrés avec un contenu comparable.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Équipe établie avec de solides antécédents de réussites avec un contenu d'importance et de portée similaires.</li> </ul>

- 
- 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 24 mois à compter de la distribution de la Programmation au Canada ou du lancement de la Non-Programmation (selon la dernière des éventualités).
  - iv La Programmation doit atteindre un minimum de 6 points sur 10 sur l'échelle du [Bureau canadien de certification audiovisuelle](#) (BCPAC) ou être certifiée par Téléfilm Canada comme une [coproduction internationale officielle](#), ou être certifiée en tant que coentreprise internationale en collaboration avec des partenaires internationaux qui n'ont pas signé de traités selon les [exigences de la Commission](#).
  - v [Lien vers la définition du CRTC de catégories d'émissions admissibles](#) n'incluant PAS les nouvelles, les reportages et l'actualité et les sports.
  - vi Le Fonds, à sa seule discrétion, peut envisager, au cas par cas, de renoncer ou de retarder la réception de lettres d'engagement de la part d'une source tierce de financement ou d'une entente avec une plateforme de distribution, en particulier aux stades de développement. La prise de décision du Fonds sera fortement influencée par le soutien écrit des organisations spécialisées reconnues à l'échelle nationale confirmant un alignement élevé du contenu selon les critères d'innovation en matière de santé et de mieux-être figurant à l'annexe A.
  - vii Les Canadiens accèdent à la Programmation par l'intermédiaire d'une centaine de **canaux de diffusion** qui diffusent selon un horaire linéaire par l'intermédiaire d'un système de télévision par câble, par satellite, par télévision sur protocole Internet ou par antenne. À condition que le canal soit accessible aux Canadiens, les canaux de diffusion peuvent inclure par exemple des réseaux appartenant à des intérêts canadiens ou étrangers; des télédiffuseurs locaux, régionaux et affiliés; des télédiffuseurs éducatifs ; des services de catégorie A et des services facultatifs appartenant à des intérêts canadiens ou étrangers qui sont exploités au Canada.
  - viii Les Canadiens accèdent au contenu par l'intermédiaire d'une centaine de **plateformes numériques alternatives** offertes par Internet, les téléphones intelligents et les appareils portables. À condition que la plateforme numérique alternative soit accessible aux Canadiens, la ou les plateformes numériques alternatives peuvent notamment inclure : des canaux sur demande ; des canaux à la carte (pour du visionnement ou du service) ; des influenceurs sur les réseaux sociaux ; des réseaux multicanaux ; des sites Web ; des applications personnalisées ; des consoles de jeux et des plateformes de réalité virtuelle.
  - ix Les normes de qualité sont énoncées dans les Normes de qualité du sous-titrage codé de langue anglaise, [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-362](#), 5 juillet 2012.