

## TABLE DES MATIÈRES

### RÉSUMÉ DES CHANGEMENTS AUX LIGNES DIRECTRICES ..... 2

- 1. Partenaires clés .....2
- 2. Financements maximums .....2
- 3. Développement de l'auditoire .....2
- 4. Appel spécial pour les séries web destinées aux aidants ....2

### PRÉSENTATION DU FONDS TELUS ..... 3

### BIEN-ÊTRE DANS LES HISTOIRES ..... 3

### COMMENT DÉPOSER UNE DEMANDE DE FINANCEMENT ..... 4

- 1. Vérifier l'admissibilité.....4
- 2. Sélectionner l'étape de financement.....4
- 3. Vérifier la conformité .....4
- 4. Déposer votre demande .....4

### LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION ..... 5

- 1. Histoire .....5
- 2. Auditoire .....5
- 3. Plan .....5
- 4. Équipe .....5

### ÉTAPES DE FINANCEMENT ..... 6

- 1. Développement .....6
- 2. Production .....6
- 3. Post-lancement .....7

### DOCUMENTS DE SOUTIEN ..... 8

- Histoire .....8
- Auditoire .....9
- Plan.....9
- Équipe .....9

### ANNEXE : DÉFINITIONS ..... 10

- 1. Requérant ..... 10
- 2. Projet..... 10
- 3. Partenaires clés ..... 11
- 4. Conditions de financement ..... 13
- 5. Expertise en marketing ..... 14

## RÉSUMÉ DES CHANGEMENTS AUX LIGNES DIRECTRICES

Le Fonds TELUS finance des émissions de télévision, des longs métrages et des séries web exceptionnels qui incitent l'auditoire à penser, ressentir et agir. Les mises à jour de nos lignes directrices du programme visent à simplifier le processus de demande et à augmenter vos chances de recevoir un financement.

### 1. Partenaires clés

Les définitions des Partenaires clés ont été clarifiées. Avant de déposer une demande, vous devez obtenir des formulaires de soutien d'au moins :

- Une **Organisation en santé**
- Une **Plateforme**

Les **Ambassadeurs de l'auditoire** restent facultatifs, mais peuvent consolider votre demande.

**CONSEIL** : **Cinq semaines avant la date limite**, soumettez vos formulaires de soutien des Organisations en santé et des Plateformes pour confirmer leur admissibilité. Consultez le site web du Fonds TELUS pour connaître les dates de cette période de préapprobation.

### 2. Financements maximums

De nouveaux montants maximums ont été fixés pour chaque étape de financement.

### 3. Développement de l'auditoire

Si votre demande est acceptée, des fonds seront alloués pour vous aider à engager une Agence de marketing préapprouvée afin de créer et d'exécuter un Plan complet de développement de l'auditoire afin de respecter les allocations budgétaires minimales pour le développement de l'auditoire mené par le producteur.

**Note** : Vous n'avez plus besoin de soumettre un Plan préliminaire de développement de l'auditoire ou un Plan complet de développement de l'auditoire (PCDA) avec votre demande. Cependant, les demandes de financement en production comprenant un PCDA préparé par une Agence de marketing préapprouvée seront plus compétitives.

### 4. Appel spécial pour les séries web destinées aux aidants

L'initiative spéciale du Fonds TELUS pour les séries web visant les proches aidants canadiens est désormais intégrée dans ces lignes directrices du programme. Les requérants ayant des idées de séries web destinées aux proches aidants canadiens doivent maintenant répondre aux exigences d'admissibilité de ces lignes directrices et suivre le même processus décisionnel.

Si vous avez une idée de série web pour les proches aidants, veuillez envoyer un courriel à [bonjour@storiesforcaregivers.com](mailto:bonjour@storiesforcaregivers.com) pour obtenir le formulaire de soutien d'une Plateforme nécessaire et la licence de la plateforme Histoires de proches aidants afin de satisfaire aux exigences de ces lignes directrices.

Pour la définition des termes clés en majuscule, consultez l'annexe. Si vous avez des questions, visitez le site web du Fonds TELUS ou contactez-nous à [info@fondstelus.ca](mailto:info@fondstelus.ca).

## PRÉSENTATION DU FONDS TELUS

Le Fonds finance du contenu exceptionnel qui favorise le bien-être des gens dans leur environnement. En tant que Fonds de production indépendant certifié nous administrons les contributions financières de la société TELUS afin de soutenir le contenu canadien.

## BIEN-ÊTRE DANS LES HISTOIRES

Les histoires sont un moyen formidable de nous relier aux défis mondiaux et locaux, favorisant l'empathie et la compréhension parmi les auditoires. Bien que ces défis varient d'un endroit à l'autre, ils sont souvent interconnectés et influencent le bien-être des gens partout. Les histoires de vie réelles rendent ces problèmes plus tangibles et urgents, créant un sentiment d'appartenance qui peut inspirer les communautés à agir, à préserver les cultures et les traditions, et à renforcer les liens sociaux. Lorsque des voix sous-représentées partagent leurs expériences, elles peuvent susciter des changements significatifs.

Les émissions de télévision, les longs métrages, les séries web et les contenus connexes sont des outils puissants pour sensibiliser aux problèmes liés au bien-être. Ils encouragent les spectateurs à s'engager dans des discussions, à créer des liens et à promouvoir des changements positifs en matière de santé, à l'échelle locale et mondiale.

Le Fonds adopte une vision large du bien-être, qui comprend les :

- **Dimensions de la santé** : Englobe les aspects physiques, mentaux, émotionnels et spirituels qui contribuent au bien-être global.
- **Conditions de vie** : Inclut des éléments tels que l'accès aux soins de santé, le soutien communautaire, les opportunités d'éducation continue et les ressources essentielles comme la nourriture, l'eau et l'énergie.

## Considérations clés

Concentrez-vous sur les éléments suivants pour créer une demande compétitive de financement :

1. **Lien avec le bien-être** : Assurez-vous que votre projet traite directement de problèmes significatifs liés au bien-être et explique clairement comment ces défis touchent des millions de Canadiens.
2. **Perspective unique** : Créez une histoire captivante qui suscite la réflexion et incite à l'action. La présentation d'angles nouveaux sur les problèmes liés au bien-être peut aider à différencier votre projet.
3. **Soutenu par la recherche** : Fournissez des preuves qui soutiennent les problèmes liés au bien-être que vous traitez dans votre projet.
4. **Collaboration avec les partenaires** : Mobilisez au moins un formulaire de soutien d'une Organisation en santé et d'une Plateforme. Envisagez d'inclure des Ambassadeurs de l'auditoire pour consolider la compétitivité de votre demande.

## COMMENT DÉPOSER UNE DEMANDE DE FINANCEMENT

Suivez ces étapes pour déposer une demande de financement au Fonds TELUS :

### 1. Vérifier l'admissibilité

- Assurez-vous que vous êtes un **Requérant** admissible travaillant sur un **Projet** admissible.
- Rassemblez les formulaires de soutien des **Partenaires clés** :
  - Une Organisation en santé
  - Une Plateforme
- Les Ambassadeurs de l'auditoire sont facultatifs, mais peuvent consolider votre demande.

**CONSEIL** : **Cinq semaines avant la date limite**, soumettez vos formulaires de soutien des Organisations en santé et des Plateformes pour confirmer leur admissibilité. Les dates de cette période de préapprobation sont publiées sur le [site web du Fonds TELUS](#).

### 2. Sélectionner l'étape de financement

- Déterminez **l'étape de financement** dont vous avez besoin :
  - Financement en développement
  - Financement en production
  - Financement en post-lancement

### 3. Vérifier la conformité

- Essayez notre **Outil d'évaluation** pour voir si votre projet est en conformité pour un financement, basé sur les quatre critères d'évaluation utilisés par le conseil d'administration pour rendre leurs décisions de financement.
- Utilisez nos **ressources de l'auditoire** pour consolider votre demande.
- Identifiez **l'Agence de marketing** préapprouvée avec laquelle vous travaillerez si votre demande est acceptée.

### 4. Déposer votre demande

- Consultez les **dates limites des demandes**, publiées sur le [site web du Fonds TELUS](#).
- Remplissez le [formulaire de demande](#) pour votre étape de financement et téléversez les [documents de soutien](#).

## Notes importantes

Si vous recevez une **lettre d'intérêt**, le financement sera réservé pour votre projet pendant 90 jours. Pendant ce délai, vous devrez respecter les [Conditions de financement](#) spécifiques, sans quoi les fonds seront libérés pour d'autres requérants.

Avant de conclure une entente de financement, le Fonds se réserve le droit de réduire le niveau de financement, de modifier la répartition de son financement entre les composantes du projet ou de refuser de poursuivre sa participation, à sa seule discrétion.

Le Fonds TELUS conserve l'entière discrétion sur ses programmes et l'application de ces lignes directrices afin de garantir que le financement est conforme à son mandat. Dans toutes les interprétations, les décisions du Fonds prévalent. Le Fonds se réserve le droit de modifier ou de retirer ses programmes sans préavis. En participant, les requérants acceptent ces lignes directrices et s'engagent à respecter les décisions finales du Fonds.

## LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION

Notre conseil d'administration privilégie les demandes en fonction de quatre critères :

### 1. Histoire

Nous recherchons des histoires captivantes qui suscitent la réflexion, l'émotion et l'action. Les demandes les plus compétitives racontent des histoires qui apportent des perspectives nouvelles et mettent en valeur des approches novatrices. Ces demandes doivent démontrer une intégration réfléchie de la Programmation et du Contenu complémentaire qui enrichit l'histoire principale. Nous privilégions les projets qui incluent le soutien des Organisations en santé qui fournissent des soins à travers le Canada et qui peuvent démontrer un lien fort entre le projet et son influence positive potentielle sur le bien-être.

### 2. Auditoire

Le succès est mesuré par le potentiel du projet à atteindre, engager et exercer une influence positive sur son auditoire cible. Les demandes compétitives présentent un potentiel d'attrait important pour l'auditoire et bénéficient d'un fort soutien de la part des Ambassadeurs de l'auditoire et des Plateformes. Ces demandes disposent également de ressources suffisantes pour créer et exécuter le Plan complet de développement de l'auditoire. Bien que de nombreux problèmes liés au bien-être touchent les gens à l'échelle mondiale, les projets qui exercent une influence significative au Canada seront privilégiés.

### 3. Plan

Le Fonds privilégie les demandes qui ont déjà obtenu d'autres financements et qui sont prêtes à commencer. Les demandes les plus compétitives disposent de ressources suffisantes pour créer une Programmation ainsi qu'un Contenu complémentaire substantiel qui approfondissent l'engagement de l'auditoire pendant la campagne de développement de l'auditoire.

### 4. Équipe

La préférence est accordée aux sociétés de production canadiennes ayant une expérience réussie avec des contenus comparables, une compréhension approfondie du problème lié au bien-être, et un engagement à exercer une influence positive sur l'auditoire. Les demandes les plus compétitives reflètent la richesse de la diversité canadienne en termes de langues, de régions, de genres et de communautés dans la société de production, les postes clés de direction et les histoires.

## Notes importantes

Le conseil d'administration est seul responsable des décisions de financement. Ces critères sont présentés comme des lignes directrices pour vous aider à préparer une demande compétitive, sans limiter la créativité ni la discrétion du conseil.

Un requérant dont la demande a été refusée peut déposer une nouvelle demande une seule fois pour la même étape de financement, à condition que le requérant et le projet demeurent admissibles et qu'il y ait une augmentation significative du soutien des Partenaires clés et des sources de financement.

## ÉTAPES DE FINANCEMENT

Le financement est disponible à trois étapes pour aider de la création à la commercialisation des émissions de télévision, des longs métrages et des séries web.

### 1. Développement

Déposez une demande de financement en développement lorsque votre projet a obtenu le soutien de Partenaires clés et que vous avez besoin de financement pour vous préparer à la production.

<b>Utilisation des fonds</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Développer le matériel pour la production.</li><li>■ Créer une bande démo (<i>sizzle reel</i>)/bande-annonce professionnelle et le matériel de présentation.</li><li>■ Créer un épisode pilote pour une série web.</li><li>■ Engager une <u>Agence de marketing</u> pour créer le Plan complet de développement de l'auditoire (PCDA).</li><li>■ Préparer une demande compétitive pour le financement en production.</li></ul>
<b>Montant maximum</b>	Jusqu'à 25 000 \$ ou 75 % du budget en développement, selon le montant le plus bas.
<b>Conditions de Financement</b>	Le financement est remboursable si le projet passe à l'étape de production ou si les droits sont vendus. Les allocations minimales pour le marketing et les autres conditions de financement sont détaillées dans <u>l'Annexe</u> .

### 2. Production

Déposez une demande de financement en production lorsque votre matériel créatif est prêt pour la production et que vous avez le soutien des Partenaires clés.

<b>Utilisation des fonds</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Créer la Programmation et du Contenu complémentaire substantiel.</li><li>■ Engager une <u>Agence de marketing</u> pour créer et exécuter le PCDA.</li></ul>
------------------------------	---

<p><b>Montant maximum</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produire un rapport sur le succès mesuré du projet.</li> <li>▪ <b>Pour les séries web</b> : Jusqu'à 5 000 \$ par minute, 200 000 \$ ou 75 % du budget en production, selon le montant le plus bas. Ce montant maximal inclut le soutien visant à répondre à l'exigence minimale d'une allocation de marketing de 50 000 \$ dans le budget du projet.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Au cours des 5 dernières années, 38 séries web ont reçu en moyenne 147 000 \$, soit 61 % du budget en production.</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Pour les séries web Histoires de proches aidants</b> : Jusqu'à 5 000 \$ par minute, 150 000 \$ ou 75 % du budget de production, selon le montant le plus bas. Aucune allocation minimale en marketing n'est requise pour les séries web Histoires de proches aidants.</li> <li>▪ <b>Autres Programmations</b> : Jusqu'à 500 000 \$ ou 75 % du budget en production, selon le montant le plus bas. Ce montant maximal inclut le soutien visant à répondre à l'exigence minimale d'une allocation de marketing de 50 000 \$ dans le budget du projet. Au cours des 5 dernières années, 32 longs métrages et séries télévisées ont reçu :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ En moyenne 234 000 \$, soit 17 % du budget en production ;</li> <li>○ 6 des 32 projets financés ont reçu + 300 000 \$ ;</li> <li>○ 2 demandes exceptionnelles ont reçu + 400 000 \$ ;</li> <li>○ 4 projets ont reçu + 40 % du budget en production ;</li> <li>○ Aucun n'a reçu + 50 % du budget en production à ce jour.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Conditions de Financement</b></p>	<p>Le financement est remboursable à partir des revenus générés par le projet. Les allocations minimales pour le marketing et les autres conditions de financement sont détaillées dans <u><a href="#">l'Annexe</a></u>.</p>

### 3. Post-lancement

Faites une demande de financement en post-lancement après le lancement de votre projet pour continuer à développer l'auditoire.

Si votre projet **a reçu un financement en production** du Fonds, il n'y a pas de date limite de dépôt. Vous pouvez faire une demande de financement en post-lancement en tout temps après que :

- Vous ayez reçu le paiement final du financement en production.
- Le projet ait remporté du succès auprès de l'auditoire.
- Vous ayez obtenu le soutien de [Partenaires clés](#) pour vos plans en post-lancement.

Si votre projet **n'a pas reçu de financement en production** du Fonds, vous devez faire votre demande à une date limite publiée sur le [site web du Fonds TELUS](#). Attendez de déposer votre demande jusqu'à ce que :

- Votre projet ait obtenu plus de 20 000 vues pour le long métrage ou une moyenne de 20 000 vues par épisode pour la série.
- Vous avez obtenu le soutien de Partenaires clés pour vos plans en post-lancement.

Les émissions de télévision et les séries web doivent attendre que tous les épisodes de la **dernière saison** aient été diffusés avant de déposer une demande de financement en post-lancement.

<b>Utilisation des fonds</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acquérir les droits pour l'exploitation à long terme.</li> <li>▪ Actualiser le Contenu complémentaire et la Non-programmation.</li> <li>▪ Créer des ressources d'apprentissage et organiser des événements de projections.</li> <li>▪ Mobiliser des partenariats importants.</li> <li>▪ Engager une <u>Agence de marketing</u> pour exécuter un PCDA actualisé.</li> <li>▪ Réaliser des recherches complètes et participer à des événements.</li> <li>▪ Assurer la maintenance du site web du projet et des réseaux sociaux.</li> </ul>
<b>Montant maximum</b>	<p>Jusqu'à 150 000 \$ ou 75 % du budget en post-lancement, selon le moindre des deux montants.</p> <p>En moyenne, quatre demandeurs retenus au cours des 5 dernières années ont reçu 102 000 \$ ou 69 % du budget en post-lancement.</p>
<b>Conditions de Financement</b>	<p>Le financement est remboursable à partir de la part des revenus du producteur générés par le projet. Les allocations minimales pour le marketing et les autres conditions de financement sont détaillées dans l'<u>Annexe</u>.</p>

## DOCUMENTS DE SOUTIEN

Les documents suivants doivent être téléversés dans le formulaire de demande. Les formulaires et gabarits sont disponibles sur le site web.

### Histoire

Documents de soutien	Développement	Production	Post-lancement
Formulaire de soutien d'une Organisation en santé pour l'étape	Requis	Requis	Requis
Vidéo de présentation, Bande démo (sizzle reel), Bande-annonce ou épisode pilote	Requis	Requis	Requis
Matériel créatif pour la Programmation	Requis	Requis	Requis
Matériel créatif pour le Contenu complémentaire, si applicable pour l'étape	Requis, si applicable	Requis, si applicable	Requis, si applicable



Matériel créatif récent pour la Non-programmation, si applicable pour ce projet	Requis, si applicable	Requis, si applicable	Requis, si applicable
Hyperliens vers tout contenu déjà diffusé			Requis

## Auditoire

Documents de soutien	Développement	Production	Post-lancement
Formulaire de soutien d'un Ambassadeur de l'auditoire pour l'étape	Ce document est facultatif, mais s'il est inclus, il peut consolider votre demande.		
Formulaire de soutien d'une Plateforme pour l'étape	Requis	Requis	Requis, ou une alternative
Plan complet de développement de l'auditoire préparé par une <u>Agence de marketing préapprouvé</u>	Ce document est facultatif, mais il peut consolider votre demande.		
Lettre d'engagement avec la Plateforme admissible	Facultatif	Requis	Requis, ou une alternative
Lettres d'engagement des préventes et des ententes de distribution, si applicable	Requis, si applicable	Requis, si applicable	Requis, si applicable

## Plan

Documents de soutien	Développement	Production	Post-lancement
Lettres d'engagement des sources de financement confirmées pour l'étape	Requis	Requis	Requis
Budget du projet pour l'étape	Requis	Requis	Requis
Calendrier du projet pour l'étape	Requis	Requis	Requis

## Équipe

Documents de soutien	Développement	Production	Post-lancement
Brèves bios des postes clés pour l'étape	Requis	Requis	Requis

## ANNEXE : DÉFINITIONS

### 1. Requéran

Pour être admissible, vous devez :

- Avoir de l'expérience dans la production de Programmation comparable.
- Être une société imposable à but lucratif telle que définie par la *Loi de l'impôt sur le revenu* du Canada.
- Avoir votre siège social au Canada et être sous contrôle canadien, tel que défini aux articles 26 à 28 de la *Loi sur Investissement Canada*.
- Détenir tous les droits nécessaires pour créer, produire, distribuer et exploiter le projet mondialement, dans toutes les langues et sur tous les appareils et plateformes, pour une période minimale de 24 mois à l'étape de développement et de 60 mois aux étapes de production et de post-lancement.

### 2. Projet

Votre projet doit viser les auditoires canadiens et être produit en français et/ou en anglais. Le problème lié au bien-être doit être au cœur du scénario principal ou des sous-intrigues. Les genres admissibles incluent les formats scénarisés et non scénarisés tels que les drames, les comédies, les émissions sur le mode de vie, les magazines, les variétés, les télé-réalités et les documentaires.

Les projets admissibles doivent inclure :

- Une **Programmation** : Du contenu audiovisuel principal destiné à être visionné sans interruption (p. ex. : les émissions de télévision, les longs métrages, les séries web), qui obtient au moins 6 points sur le système de pointage du BCPAC ou est certifié comme contenu canadien par le CRTC ou Téléfilm Canada. La Programmation ne peut pas appartenir aux catégories du CRTC suivantes : Nouvelles, Reportages et actualités, et Sports.
- Un **Contenu complémentaire** : Des composantes supplémentaires qui renforcent l'engagement de l'auditoire (p. ex. : le site web, les réseaux sociaux, les courtes vidéos, les contenus provenant des coulisses). Ces contenus sont généralement accessibles gratuitement et sur une base non exclusive sur diverses plateformes.

Dans de rares cas, les projets admissibles peuvent aussi inclure une **Non-programmation**, qui fait référence à du contenu numérique interactif (p. ex. : les jeux, les expériences de réalité virtuelle, les applications mobiles) nécessitant une interaction significative de l'utilisateur. La Non-programmation doit bénéficier du soutien de l'Organisation en santé et être intégrée à la Programmation de façon à assurer une expérience harmonieuse et cohérente pour l'auditoire. L'accès à une Non-programmation est souvent réservé aux utilisateurs ayant payé un droit d'accès ou souscrit à une chaîne ou une plateforme particulière.

Une Non-programmation doit impliquer des Canadiens dans des postes clés et allouer au moins 75 % du budget à des dépenses canadiennes. Le Fonds limite le financement annuel d'une Non-programmation à 400 000 \$ pour l'ensemble des projets financés à toutes les étapes de

financement. Le financement, le budget et les coûts d'une Non-programmation doivent être alloués, suivis et rapportés séparément des autres composantes du projet.

### 3. Partenaires clés

Avant de déposer une demande de financement, les requérants doivent obtenir des formulaires de soutien d'au moins :

- Une Organisation en santé
- Une Plateforme

**CONSEIL** : **Cinq semaines avant la date limite**, soumettez vos formulaires de soutien des Organisations en santé et des Plateformes pour confirmer leur admissibilité. Les dates de cette période de préapprobation sont publiées sur le [site web du Fonds TELUS](#). Si vous manquez cette période, vous pouvez inclure leurs formulaires avec votre demande. Cependant, si l'Organisation en santé et/ou la Plateforme sont jugées non admissibles par le Fonds, la demande sera retirée du processus d'examen.

Obtenir le soutien des **Ambassadeurs de l'auditoire** est facultatif et peut augmenter la compétitivité de votre demande.

#### Organisations en santé

Vous devez obtenir au moins un formulaire de soutien d'une Organisation en santé selon votre étape de financement. Les demandes les plus compétitives obtiennent souvent le soutien de plusieurs Organisations en santé fournissant des services à travers le Canada.

Ces organisations jouent un rôle crucial en s'assurant que le projet est en conformité avec le mandat du Fonds. Leurs rétroactions sont essentielles afin de vérifier les recherches, minimiser les biais éditoriaux et maintenir les normes d'exactitude, d'intégrité, d'impartialité et d'exhaustivité des informations présentées.

Les exigences clés incluent :

- Une **Organisation** : L'Organisation en santé doit être publique ou une organisation sans but lucratif, ne pas être liée au requérant et être basée au Canada.
- Une **Expérience en soins de santé** : L'Organisation en santé doit avoir une expérience directe dans la prestation de services de santé pertinents à l'histoire. Ces services peuvent englober une vaste gamme d'interventions et de prestations liées à la santé, visant à promouvoir la santé et à améliorer le bien-être global.
- Un **personnel qualifié** : L'Organisation en santé doit compter dans son équipe (notamment le personnel, les contractants, les conseillers ou les membres du conseil) au moins un membre professionnel de la santé autorisé, titulaire de qualifications médicales reconnues et inscrit activement auprès d'une autorité de régulation médicale canadienne (p. ex. : un collège ou un ordre professionnel).

**Exclusions** : Les organisations privées à but lucratif et les professionnels de la santé individuels ne sont pas admissibles. Les organisations à but non lucratif qui se concentrent uniquement sur la sensibilisation, la collecte de dons, le financement de la recherche ou le plaidoyer pour des changements législatifs et politiques ne répondent pas à la définition d'une Organisation en santé du Fonds.

**Considérations exceptionnelles** : Pour les projets visant à exercer une influence positive sur le bien-être des Peuples autochtones du Canada, le Fonds encourage les formulaires de soutien des Organisations en santé remplis par des spécialistes de la guérison autochtones, des Gardiens du savoir et des Aînés reconnus par leur communauté. Cette approche reconnaît et valorise les perspectives uniques et les pratiques traditionnelles des soins de santé au sein des populations autochtones.

## Plateformes

Pour être admissible au financement, vous devez obtenir au moins un formulaire de soutien d'une Plateforme selon votre étape de financement. Les Plateformes sont essentielles pour garantir l'accessibilité et le développement de l'auditoire au Canada.

Les Plateformes admissibles incluent :

- Des **services de diffusion reconnus** : Réseaux, chaînes spécialisées et services sur demande autorisés par le CRTC et disponibles à l'échelle du Canada (les services locaux/communautaires ne sont pas admissibles).
- **Histoires de proches aidants** : La plateforme exploitée par S4C Media Inc.
- Des **services en ligne approuvés par le BCPAC** : Ces services doivent répondre à l'exigence de « diffusé au Canada » et être accessibles à l'échelle du Canada.
- Des **sociétés de distribution en salle admissibles** : Les sociétés doivent être qualifiées par Téléfilm Canada et doivent avoir accédé au Fonds des longs métrages du Canada au cours des 24 derniers mois.

D'autres plateformes peuvent être considérées au cas par cas. La plateforme doit fournir des preuves, dans le formulaire de soutien d'une Plateforme, de son engagement à rendre une programmation de qualité professionnelle accessible aux Canadiens et démontrer deux exemples au cours des 24 derniers mois de :

- La supervision de la production et de la livraison d'une Programmation comparable.
- La planification et l'exécution d'un plan de développement de l'auditoire.
- L'atteinte de 20 000 vues au Canada en moyenne pour des longs métrages comparables ou de 20 000 vues par épisode pour des séries comparables.

**Exclusions** : Les distributeurs et agents de vente qui vendent la Programmation pour vous ou agissent en tant qu'intermédiaires ne répondent pas à la définition d'une Plateforme admissible du Fonds.

## Ambassadeurs de l'auditoire

Bien que non obligatoire, le soutien d'au moins un Ambassadeur de l'auditoire est fortement encouragé. Les Ambassadeurs de l'auditoire doivent avoir au moins 20 000 abonnés ou adeptes en ligne au Canada. Ils jouent un rôle crucial dans le développement de l'auditoire et peuvent inclure des commanditaires, des experts, des célébrités et autres partenariats importants. Ces ambassadeurs sont passionnés par le potentiel du projet à exercer une influence positive sur le bien-être et se consacrent à utiliser leurs plateformes pour sensibiliser et engager leur auditoire.

Les Organisations en santé et les Plateformes peuvent également être considérées comme des Ambassadeurs de l'auditoire, mais elles ont leurs propres formulaires de soutien. Il n'est pas nécessaire qu'elles remplissent aussi le formulaire de soutien d'un Ambassadeur de l'auditoire.

## 4. Conditions de financement

Lors de la préparation des documents de soutien à téléverser avec votre demande, gardez à l'esprit les éléments suivants :

**Crédits d'impôt :** Le Fonds accorde une avance récupérable similaire à un prêt à risque, sans intérêt, non garanti et sans condition. Le Fonds ne détient aucun intérêt de participation dans les droits d'auteur ni dans les profits. Si votre plan de financement inclut des crédits d'impôt de nature provinciale ou fédérale, assurez-vous de vérifier comment le financement du Fonds peut affecter vos crédits, car de nombreux programmes le considèrent comme une subvention, ce qui pourrait réduire les crédits d'impôt.

**Allocations en marketing :** Le Fonds alloue du financement pour soutenir les efforts de marketing menés par le producteur, afin de s'assurer que le contenu favorisant le bien-être atteigne efficacement son auditoire. Le budget du projet doit inclure les montants minimums suivants pour le marketing :

- **Étape de développement :** Allouer au moins 5 000 \$ du budget en développement à l'embauche d'une Agence de marketing pour créer le Plan complet de développement de l'auditoire.
- **Étapes de production et de post-lancement :** Allouer au moins 50 000 \$ du budget en production pour qu'une Agence de marketing chargée de créer et d'exécuter le PCDA, ainsi que de mettre en œuvre la publicité payante. Il est recommandé de réserver également **au moins 10 %** supplémentaires des sections B + C du budget en production pour produire un Contenu complémentaire afin de soutenir le PCDA.
- **Séries web Histoires de proches aidants :** Ces séries bénéficient d'une expertise en marketing et d'un développement de l'auditoire gérés par S4C Media Inc. Les allocations marketing dans le budget du projet ne sont pas requises.

**Ententes avec les plateformes admissibles :** Le financement en production est conditionnel à la conclusion par le producteur d'une entente de licence avec la plateforme admissible, garantissant que la Programmation sera accessible aux Canadiens dans les 24 mois suivant la livraison,

incluant le sous-titrage et la vidéodescription, si possible. Pour les distributeurs en salle, le financement est conditionnel à une entente de distribution qui engage à rendre le long métrage accessible dans au moins cinq salles à travers le Canada. Le financement en post-lancement nécessite soit une entente de licence avec une plateforme, soit un arrangement alternatif garantissant que le projet reste accessible aux Canadiens pendant l'étape de post-lancement.

## 5. Expertise en marketing

Une expertise en marketing efficace est essentielle pour développer les auditoires et encourager l'engagement avec le contenu favorisant le bien-être. Le Fonds soutient les requérants en veillant à ce qu'ils respectent les exigences minimums d'allocation en marketing et en fournissant un financement pour engager des Agences de marketing préapprouvées. Ces agences contribuent à créer et exécuter un Plan complet de développement de l'auditoire (PCDA) et à suivre le succès auprès de l'auditoire.

### Agences de marketing préapprouvées

Les agences répertoriées sur notre site web ont démontré leur capacité à gérer tous les aspects du développement de l'auditoire à l'interne. Elles disposent d'une équipe dédiée et diversifiée avec :

- Une expérience avérée dans la création et l'exécution de Plans complets de développement de l'auditoire pour au moins trois projets récents dans les médias à l'écran canadiens.
- Des compétences pour identifier et valider les auditoires cibles en français ou en anglais.
- Une expérience dans l'élaboration multicanal de stratégies d'engagement des auditoires.
- Des indicateurs de performance établis.
- La capacité d'exécuter des plans de développement de l'auditoire avec un recours minimal à la sous-traitance.

### Considérations exceptionnelles

**Séries web Histoires de proches aidants** : Ces séries bénéficient de l'expertise en marketing et du développement de l'auditoire gérés par S4C Media Inc. Elles n'ont pas besoin d'embaucher une Agence de marketing ni d'allouer un budget au marketing.

Le Fonds peut considérer une expertise en marketing alternative dans des cas exceptionnels où :

- **Perspectives culturelles** : ne compréhension approfondie de la culture, de la langue et des comportements de l'auditoire est cruciale pour créer des stratégies de marketing authentiques, respectueuses et efficaces, et peut ne pas toujours être disponible au sein des Agences de marketing préapprouvées.
- **Succès avéré** : La société de production requérante a un solide historique de succès dans la création et l'exécution de Plans complets de développement de l'auditoire, appuyé par des preuves de succès mesurables. Cela inclut la présence d'un stratège marketing dédié et d'une équipe qualifiée, ainsi que l'accès aux outils et aux plateformes nécessaires à l'exécution du PCDA.