



Alliance  
des producteurs  
francophones  
du Canada



UN MILLION D'HISTOIRES  
À RÉVÉLER

# RAPPORT ANNUEL

## 2016 - 2017

## MOT DU PRÉSIDENT

Chers, chères membres,

Il me fait plaisir de vous accueillir dans le cadre de notre 16<sup>ème</sup> assemblée annuelle. Je tiens tout d'abord à souhaiter la bienvenue à nos nouveaux membres émergents soit : Fabien Melanson - Le 4<sup>e</sup> Mur de la Nouvelle-Écosse, Steve Jodoin - Productions Lofts de l'Alberta et à nos nouveaux membres associés, Marie-France Guerette - Production Loft de l'Alberta et Micheline Arbez - Productions Rivard du Manitoba.

La dernière année fut marquée par le départ de notre directrice générale, Chantale Nadeau qui a décidé d'effectuer un retour aux études et de remettre sur pied son entreprise d'enseignes. Nous avons dû naviguer sans direction générale du mois de septembre à décembre 2016. Je tiens à souligner le travail exceptionnel des membres du Conseil d'administration pour toutes les activités opérationnelles durant cette période de transition vers une nouvelle direction générale. J'aimerais aussi souligner, durant cette période, le très grand appui d'Alexandre Sawyer, embauché l'année dernière pour le projet de Cinémathèque.

En décembre dernier, Carol Ann Pilon est devenue notre troisième directrice générale. Carol Ann était auparavant à l'emploi de la Fédération Culturelle Canadienne Française. Elle est déjà un grand atout pour notre Alliance et nous sommes très heureux qu'elle s'est jointe à nous.

Les grands dossiers que nous avons traités cette année furent : le positionnement de la production indépendante CLOSM concernant la production locale, les fonds indépendants, ainsi que le renouvellement de licence par groupes des télédiffuseurs (TVA, Bell, V et Corus). D'ailleurs nous y reviendrons durant nos délibérations.

Nous aurons également l'opportunité de nous préparer pour la prochaine ronde de renouvellements des licences de Radio-Canada ainsi que TV5/Unis pour 2018. Ce sont deux diffuseurs importants pour nos membres et nos discussions seront orientées en fonction de bien préparer nos interventions et demandes lors de nos représentations devant le CRTC.

Nous avons réussi à maintenir le montant de onze millions deux cent milles dans le Programme de Langue Française en Milieu Minoritaire (PLFMM) quand le Fond des medias, dans son ensemble, a subi une diminution de 5 % et que les diffuseurs ont vu fondre de 9% leurs enveloppes de rendement (EDR).

Ce ne sont que quelques-uns des défis qui nous attendent et je suis confiant qu'avec une Alliance forte et unie, nous pourrons positionner et rayonner la production franco-canadienne sur tous les écrans du pays et ce, dans tous les genres.

Merci d'être là et bonne AGA.

Jean-Claude

## MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

Chers membres de l'APFC, collègues et partenaires,

Il me semble inconcevable que six mois se sont déjà écoulés depuis mon arrivée à l'Alliance. Le temps est passé tellement vite et à la fois, j'ai le sentiment d'être en poste depuis des lunes. C'est sans doute dû au fait que je suis en terre connue, ayant retrouvé plusieurs collègues parmi vous. Cette familiarité s'entremêle à de nouvelles découvertes chaque jour et réanime ma passion pour le milieu de la production francophone.

Une des premières tâches que le Conseil d'administration m'a confiées fut celle de rédiger un mémoire à Patrimoine canadien dans le cadre des consultations sur le nouveau plan d'action sur les langues officielles. Cet exercice m'a permis de me replonger dans la spécificité des enjeux qui touchent la production en milieu minoritaire. J'ai pu constater l'accroissement progressif du nombre de compagnies de production qui habitent le territoire de la francophonie canadienne, l'augmentation du volume de production d'œuvres et des fenêtres de diffusion pour ne rien dire de la quantité de projets déposés aux programmes de soutien à la production. Dans ce mémoire, l'APFC partage sa perspective sur le rôle essentiel que joue le milieu de la production médiatique francophone dans le développement de la vitalité des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM). Nous avons profité de cette occasion pour recommander au ministère du Patrimoine canadien la mise en place de mécanismes permettant aux CFSM de se développer et profiter pleinement des opportunités de croissance.

En voici quelques-unes :

- Que les agences culturelles qui soutiennent la création et la production de contenu prennent des engagements clairs et concrets pour favoriser le développement et l'épanouissement des arts et de la culture dans les communautés francophones et acadienne du Canada.
- Que la production médiatique francophone en situation minoritaire fasse partie de la stratégie d'innovation du gouvernement de manière transversale, à travers tous les ministères concernés.
- Que le gouvernement canadien facilite l'acquisition de compétences nécessaires pour s'adapter et répondre aux transformations numériques.
- Que le gouvernement canadien mette en place les outils nécessaires (taxation et réglementation) afin que les grands joueurs corporatifs de la chaîne numérique contribuent à la vitalité de nos milieux culturels pour qu'ils demeurent compétitifs et pertinents.
- Que les initiatives de promotion de la culture canadienne reflètent la diversité des voix francophones présentes au Canada.
- Que les diverses initiatives de financement des agences fédérales soient arrimées pour les rendre complémentaires de manière à soutenir l'ensemble des activités nécessaires au développement de nouveaux marchés et assurer le plus grand impact.

- Que le gouvernement soutienne le développement professionnel du secteur culturel, entre autres, dans les champs de compétence que sont l'international et le numérique.
- Que les structures organisationnelles qui contribuent à la consolidation du secteur de la production médiatique francophone obtiennent un financement de base stable et pluriannuel de la part des Programmes d'appui aux langues officielles.

Les prochaines pages font états des réalisations majeures qui ont mobilisées les efforts de l'APFC en 2016-2017. Je voudrais souligner l'apport de Chantal Nadeau, Directrice générale de l'APFC, de mai à septembre 2016, qui, de par la qualité et la rigueur de son travail, a facilité mon intégration dans mes nouvelles fonctions. À cet effet, je tiens à remercier les membres du conseil d'administration, René Savoie, Tracy Legault, Léa Pascal et Patrick Clément qui, au-delà des réunions, des téléconférences et des échanges courriel, ont toujours partagé leur temps et leur expertise avec générosité et passion. Un merci tout particulier à notre Président Jean-Claude Bellefeuille pour son engagement indéfectible. Nos nombreuses heures de discussions approfondies m'ont permis de faire rapidement ma culture sur le monde complexe de la production médiatique. Enfin, je ne peux passer sous silence le soutien et l'engagement d'Alexandre Sawyer, chargé de projet pour l'APFC et je suis ravie de pouvoir poursuivre cette magnifique complicité développée entre nous au cours de la prochaine année.

L'écosystème dans lequel les compagnies de production œuvrent a subi d'énormes transformations en peu de temps et tout indique que l'avenir nous en réserve autant. Les prochaines années de l'APFC seront consacrées à relever les défis qu'attend le développement de l'industrie francophone du film, de la télévision et des médias numériques à l'échelle canadienne et à optimiser les opportunités que présentent l'émergence d'une culture numérique et le soutien au développement de nouveaux marchés, ici et à l'étranger.

Encore plus fière aujourd'hui de faire partie d'une si remarquable organisation alors qu'elle boucle ses 17 ans d'existence et je me réjouis de la perspective de pouvoir échanger avec vous sur les meilleures façons de bâtir une industrie de production francophone dynamique, croissante et moteur de développement dans son milieu.

Bonne assemblée et succès dans tous vos projets,

Carol Ann

# MOT DU CHARGÉ DE PROJET

Chers, chères membres,

C'est avec plaisir que je vous présente les résultats des projets 2016-2017. Cette année a été marquée par deux grands projets : la cinémathèque et la stratégie de communication.

## La cinémathèque

L'année dernière, l'APFC a effectué une refonte complète de son site Internet. Cette opération a fait passer l'APFC à l'ère du web 2.0. Le nouveau site Internet offre maintenant une expérience de navigation plus conviviale, une apparence visuelle moderne et soignée, tout en respectant les couleurs et l'image de marque de l'APFC. Il permet aussi une intégration rapide des plateformes d'échange et des réseaux sociaux, qui sont une part essentielle du marketing digital au 21<sup>e</sup> siècle.

La cinémathèque virtuelle est au cœur de la refonte du site Internet de l'APFC. Cet exceptionnel outil de marketing et de diffusion, qui compte plus de 375 œuvres, est une fenêtre ouverte sur le monde. La cinémathèque permet d'augmenter la visibilité et faire la promotion des productions des membres de l'APFC au Canada et à l'internationale, tel qu'identifié dans le plan de développement stratégique 2016-2019. Elle offre aussi l'opportunité de fidéliser notre clientèle et de rejoindre de nouveaux publics et de nouveaux partenaires.

Lancé en mars dernier sur nos médias sociaux, le nouveau site Internet a enregistré plus de 4 500 visiteurs jusqu'à maintenant. La promotion s'est faite conjointement avec nos membres et partenaires, qui ont relayé la bonne nouvelle sur les médias sociaux. Soulignons que le succès de la cinémathèque est dû en grande partie à la qualité des informations fournies par nos membres. Et ça ne s'arrêtera pas là. À l'automne prochain, un nouveau volet de notre campagne de promotion débutera dans le réseau de journaux de langue française de l'Association de la presse francophone (APF) réparti à travers le Canada. Nous espérons alors pouvoir bénéficier de la nouvelle saison télé et de la période de forte écoute pour faire découvrir aux communautés francophones et acadienne notre cinémathèque.

La cinémathèque est aussi un excellent outil de promotion nous permettant de développer une relation avec les milieux académiques francophones, particulièrement les écoles primaires et secondaires, les écoles d'immersion, les collèges et universités francophones. L'APFC y voit là une bonne occasion pour promouvoir le talent et les œuvres des membres de l'APFC, renouveler son public et encourager la relève à explorer les possibilités de carrière en production.

## La stratégie de communication

L'an dernier, l'APFC a entrepris de se doter d'une stratégie de communication afin d'accroître sa visibilité et sa notoriété et d'améliorer son positionnement auprès des instances décisionnelles et partenaires de l'industrie de la télévision, du film et du multimédia. Cette démarche vise à assurer une meilleure représentation du milieu de la production francophone en situation minoritaire auprès des diffuseurs, des subventionnaires, des décideurs politiques, des partenaires sectoriels et de l'industrie et faire valoir les intérêts des membres de l'APFC.

Une première ébauche d'une stratégie de communication, qui intègre les composantes de la communication externe et interne, réseaux sociaux, relation avec les médias, relation avec les pouvoirs publics et qui s'arrime avec la planification stratégique de l'organisme, a été réalisée par une étudiante en communication à l'été 2016. Le document corrigé et augmenté par la directrice générale et le coordinateur de projets, communications et médias sociaux, a été soumis et approuvé par le conseil d'administration au printemps 2017.

La stratégie de communication de l'APFC s'insère dans une démarche visant à augmenter la visibilité et la notoriété des productions de ses membres. En 2017-2018, l'APFC entreprendra un projet important, en partenariat avec le Front des réalisateurs indépendants du Canada (*FRIC*), qui ouvrira la voie à un plan d'action permettant de faire valoir la production médiatique francophone dans le développement de la vitalité et la pérennité des communautés francophones et acadienne du Canada et de profiter pleinement des opportunités de développement de marchés au Canada et à l'étranger. Nous ferons appel aux membres de l'APFC de façon ponctuelle au courant de l'année pour assurer le succès de ce projet.

En 2016, l'APFC a pris la décision d'investir Facebook et Twitter pour accroître la visibilité et la promotion de ses membres sur le Web. Entre mai 2016 et mai 2017, la page Facebook, avec l'aide de ses membres, a connu une importante croissance passant de 220 à 576 fans. La visibilité générée par nos publications a constamment augmenté cette année : désormais plus de 200 personnes voient nos publications sur leur fil d'actualité chaque semaine. Sur Twitter, qui reste encore majoritairement utilisé par des professionnels ou des consommateurs plus axés sur la recherche d'informations en temps réel, l'APFC compte une audience d'abonnée de 133 personnes. En mai 2016, le compte Twitter de l'APFC ne comptait que 30 abonnés. Pendant la même période, le nombre d'utilisateurs qui voit passer nos publications est passé de 57 à plus de 3000.

Le monde des médias sociaux est en pleine effervescence et l'APFC y voit une opportunité nouvelle de promouvoir le talent et les œuvres des producteurs francophones indépendants et y recruter de nouveaux membres.

La vidéo promotionnelle étant un outil incontournable pour une association de producteurs, l'APFC réalisera une série de vidéos promotionnelles qui pourront être utilisées sur plusieurs médiums : à la radio, sur le Web, dans les festivals et les événements de l'industrie.

La communication interne est un incontournable et un pilier important de la gestion d'une organisation comme la nôtre. Le bulletin des membres a été publié chaque mois de janvier à décembre 2016. La moyenne de consultation du bulletin est de 72 %. Soulignons qu'elle est passée au-dessus des 85 % pour les six derniers mois. La publication n'aurait pu être possible sans l'aide et l'apport des membres, qui ont contribué à enrichir le contenu des bulletins.

En terminant, j'entreprends mon nouveau mandat de coordinateur de projets, communications et médias sociaux avec enthousiasme, et prêts à relever les défis à venir.

Alexandre,

# LE RAPPORT D'ACTIVITÉS

Le rapport d'activités dresse le bilan des principales réalisations de l'APFC entre le 1<sup>er</sup> avril 2016 et le 31 mars 2017. Ces activités ont été centrées autour des orientations stratégiques de la planification stratégique 2016-2019. Cette année représente la première année de mise en œuvre de la nouvelle planification stratégique de l'APFC qui s'articule autour des quatre axes suivants :

**Développement** : L'importance des productions francophones, issues des CLOSM, pour la vitalité et la pérennité des communautés est reconnue

**Représentation** : Les instances gouvernementales et les diffuseurs reconnaissent l'apport de l'APFC aux besoins de la communauté

**Concertation et réseautage** : L'APFC rassemble, mobilise et sensibilise la communauté

**Administration** : L'APFC obtient un financement stable et accroît ses compétences afin d'atteindre ses résultats

Le développement de nouveaux outils et la participation de l'APFC à de nombreuses activités de représentation et de réseautage ont renforcé sa contribution au développement de l'industrie francophone du film, de la télévision et des médias numériques à l'échelle canadienne. Les réalisations suivantes témoignent du leadership et de l'engagement de l'APFC et de la mission qu'elle s'est assurée de poursuivre afin de donner une voix à la francophonie.

## AXE DÉVELOPPEMENT

- Refonte du site web et création d'une cinémathèque
- Mise à jour des formulaires de statistiques de production des membres
- Adoption d'une stratégie de communication pour l'organisme et développement d'un plan de marketing pour la cinémathèque
- Dépôt d'un projet en partenariat avec le FRIC visant à valoriser et créer des opportunités de visibilité et de développement pour le milieu de la production francophone en milieu minoritaire
- Rencontres avec les diffuseurs : visite du studio LUV de TFO et discussion d'un partenariat APFC/TFO sur la création d'un répertoire pour l'industrie; une rencontre des producteurs de l'Ontario avec SRC dans le cadre de leur Assemblée de consultation publique à Toronto.
- Démarches auprès du FMC pour inclure des productions des membres de l'APFC sur leur nouvelle chaîne YouTube
- Partenariat avec le QEPC pour l'ajout d'un volet CLOSM francophone dans la mise à jour de l'étude *Rapport de surveillance sur la production régionale des CLOSM*
- Partenariat avec OSM pour le dépôt du projet *Forces de l'Ouest : Projet de développement du secteur audiovisuel et numérique dans les deux langues officielles* à Développement économique de l'Ouest canadien
- Organisation du Congrès 2017 à Montréal

## **AXE REPRÉSENTATION**

- Interventions auprès du BCPAC et du FMC pour modifier les politiques et les principes directeurs
- Organisation et tenue d'une rencontre du Groupe de travail en arts médiatiques (GTAM)
- Interventions auprès du CRTC sur les avis 2015-412 (programmation locale), 2016-343 (Fonds de production indépendants certifiés - FPIC) et 2016-225 (renouvellement des licences des grands groupes de télévision)
- Participation aux rencontres du Groupe de travail CRTC-CLOSM
- Participation aux rencontres de consultations de Patrimoine canadien sur le contenu canadien dans un monde numérique et avec la Ministre Joly sur le nouveau plan d'action sur les langues officielles.
- Dépôt d'un mémoire dans le cadre des consultations de Patrimoine canadien sur le nouveau plan d'action sur les langues officielles.

## **AXE CONCERTATION ET RÉSEAUTAGE**

- Concertation avec la FCCF et les membres du Groupe de discussion CRTC-CLOSM pour évaluer les rapports des diffuseurs au CRTC et recommander des modifications quant à la collecte et la publication de données disponibles sur les productions des CLOSM.
- Rencontres de concertation avec les associations provinciales de l'industrie de la production médiatique (QEPC, OSM, Media NB, SMPA, AMPIA, Screen NS) pour les consultations de PCH sur le numérique, le renouvellement des licences des grands groupes de télévision et la révision des politiques sur les FPIC.
- Participation aux conférences : Sommet de la découvrabilité, Les Tablétistes de TFO, All Access de OSM, Prime Time du CMPA, Congrès de l'AQPM
- Participation aux rencontres de la FCCF, de la TONAC, du Forum des Leaders de la FCFA
- Participation à une journée de discussion autour d'une Stratégie de développement des industries et entreprises culturelles du Nouveau-Brunswick organisé par l'AAAPNB
- Partenariat de visibilité avec le FIFA

## **AXE ADMINISTRATION**

- Embauche d'un chargé de projet pour le portail et d'une étudiante d'été pour le développement de la stratégie de communication
- Dépôt de cinq demandes à projet
- Huit rencontres du conseil d'administration
- Prévisions budgétaires triennales

**Les dossiers prioritaires de l'APFC en 2017-2018 seront :**

- Mise en œuvre du projet *Focus* en partenariat avec le FRIC, incluant le développement d'un répertoire des travailleurs de l'industrie des arts médiatiques des CLOSM, le développement d'une stratégie de mise en marché nationale et internationale et la tenue d'un colloque en partenariat avec OSM
- Préparation et participation au processus de renouvellement des licences de TV5-Unis et SRC
- Organisation de la prochaine rencontre du GTAM et des deux sous-groupes de travail :
  - 1 - le financement du long métrage
  - 2 - la formation, la relève et le numérique
- Mise à jour du portrait de l'activité de production des membres de l'APFC pour la période de 2013-2014 à 2016-2017
- Lancement de la campagne de promotion de la cinémathèque, incluant la production des vidéos promotionnelles
- Demande de financement à programmation pour l'organisme et pour la suite du projet *Focus*

## LES 21 MEMBRES DE L'APFC





Red Letter  
FILMS



MERCI À NOS PARTENAIRES

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Canada 

Bell Média

 BANQUE  
NATIONALE

unisTV

ICI  RADIO-CANADA

GRUPE MÉDIA  
TFO

NFB  
NFO 

CORUS.

  
ARC  
du Canada  
Alliance des radios  
communautaires