

RAPPORT DE CARTOGRAPHIE DE LA COMMUNAUTÉ DES PERSONNES AUTOCHTONES, NOIRES ET DE COULEUR (PANDC)

Octobre 2022



TELEFILM PARTNER
C A N A D A OF CHOICE

REMERCIEMENTS

Le Racial Equity Media Collective aimerait remercier Téléfilm Canada d'avoir financé cette enquête.

AVERTISSEMENT

Les opinions, constatations, conclusions ou recommandations exprimées dans ce document sont celles de l'auteur ou des auteurs, et elles ne reflètent pas nécessairement les vues de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada. Le ou les auteurs ne sont pas des mandataires ou des représentants de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada, et Téléfilm Canada et le gouvernement du Canada ne sont aucunement liés par les recommandations contenues dans ce document.

INTRODUCTION

Les entreprises et organisations dirigées par des personnes autochtones, noires et de couleur (PANDC) du secteur canadien du contenu sur écran luttent pour maintenir et stabiliser leurs activités. La situation de nombre de ces entreprises et organisations est précaire en raison d'un manque de financement, d'un accès restreint à la distribution ou aux partenariats et des effets du racisme systémique dans l'ensemble du secteur, ce qui entrave leur croissance.

Le projet de « cartographie de la communauté des PANDC » a été lancé par le Racial Equity Media Collectif (collectif pour l'équité raciale dans les médias [REMC]) afin d'amorcer l'évaluation de la santé financière des entités appartenant à des PANDC dans le secteur du contenu sur écran au Canada. L'enquête a porté sur les sociétés de production appartenant à des PANDC qui produisent du contenu sur écran et sur les organisations ou associations sans but lucratif dirigées par des PANDC qui représentent et mettent en valeur les créateurs autochtones, noirs et de couleur ou leur fournissent des services de renforcement des capacités. La stabilité de ces deux types d'entités est essentielle pour assurer la solidité et la croissance du secteur.

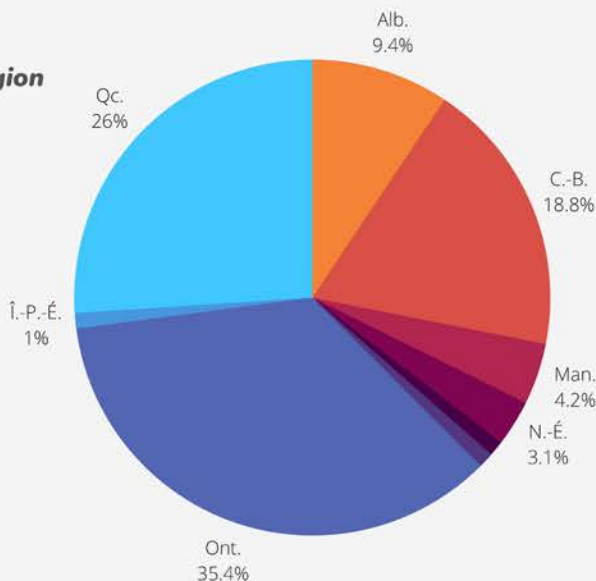
Réalisé en 2021, le projet comprenait des consultations communautaires, des entretiens individuels et un sondage en ligne pour recueillir des renseignements auprès des entités dirigées par des PANDC d'un océan à l'autre. Le sondage en ligne a été envoyé à des participants issus de 41 organisations et 67 sociétés de production, principalement dans les collectivités anglophones du Canada. Le REMC souligne qu'il faut plus de travail pour comprendre la santé financière des entreprises et organisations dirigées par des PANDC dans le Canada francophone.

Le présent rapport servira à orienter les futurs programmes et recommandations politiques du REMC formulés au nom de ces collectivités et il sera communiqué aux parties prenantes de l'industrie.

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES SUR LES PARTICIPANTS – SOCIÉTÉS DE PRODUCTION

Pour ceux qui ont fourni cette information dans leurs réponses à l'enquête, nous disposons des données ci-dessous sur les sociétés de production dirigées par des PANDC au Canada :

Compagnies de production par région

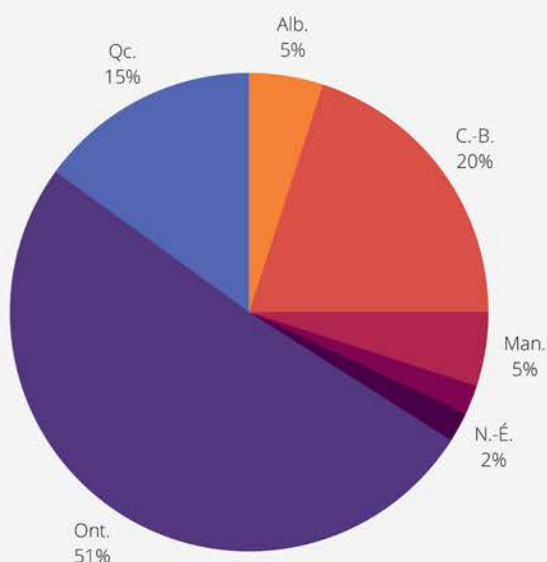


- Quatre-vingt-dix pour cent des sociétés de production interrogées étaient constituées en société.
- En moyenne, elles existent depuis 10 ans et ont un ou deux propriétaires.
- Quatre-vingt-quatorze pour cent des sociétés de production étaient détenues majoritairement par des PANDC.
- Cinquante-sept pour cent des entreprises se disent détenues et contrôlées par des femmes.

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES SUR LES PARTICIPANTS – ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF

La majorité des organismes dirigés par des PANDC ont fourni des formations et des ateliers destinés aux créateurs autochtones, noirs et de couleur et à leurs équipes. Or, près de la moitié des participants ont également mentionné être des organisateurs de festivals de films ou des diffuseurs d'arts, ce qui démontre l'intérêt et la demande pour la présentation d'œuvres de PANDC.

Organismes sans but lucratif par région



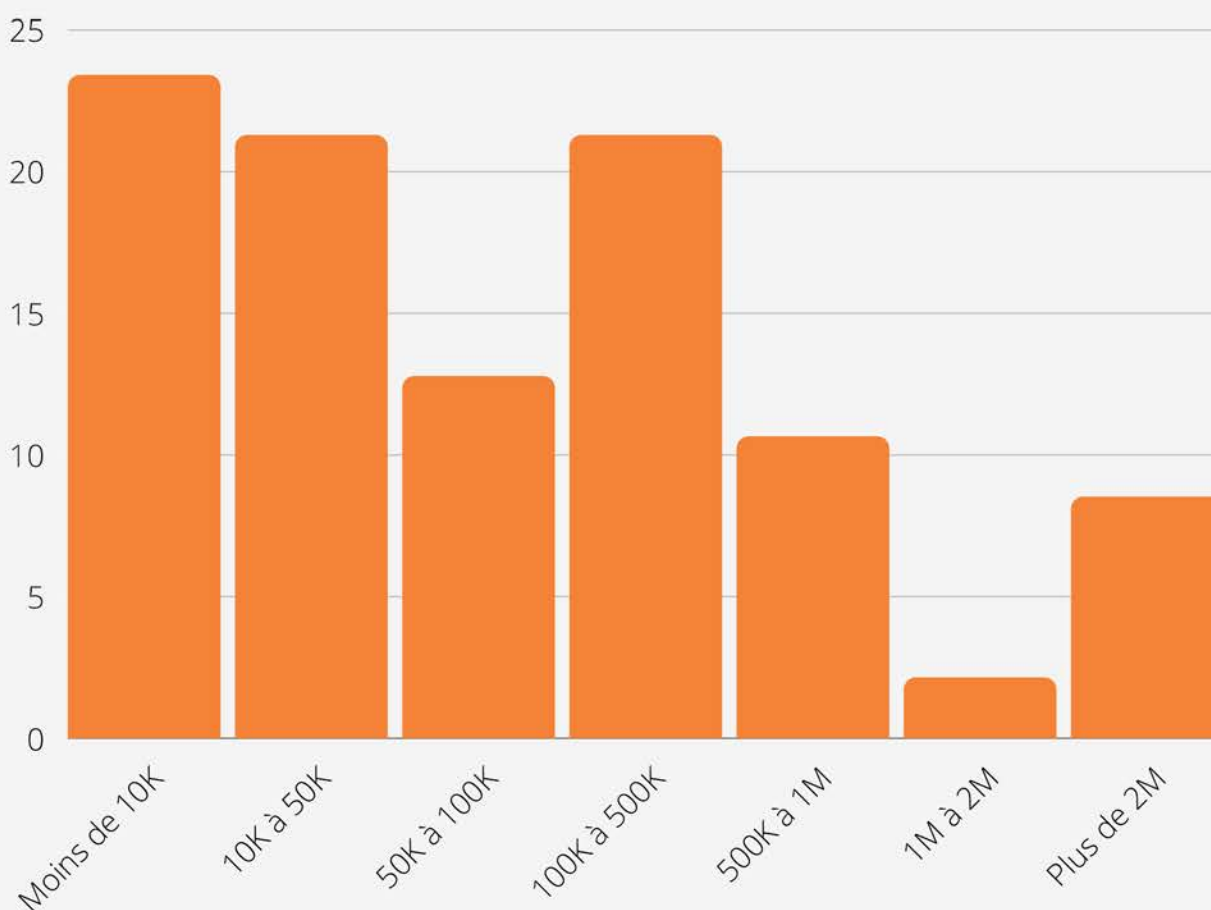
PRINCIPAUX OBSTACLES À LA RÉUSSITE - SOCIÉTÉS DE PRODUCTION

Au Canada, toutes les sociétés de production œuvrent au sein d'une industrie très concurrentielle et cherchent continuellement à amasser des fonds pour financer leurs projets. Les difficultés à cet égard sont souvent plus grandes pour les sociétés de production qui appartiennent à des PANDC. Les participants ont souligné une série de défis systémiques dans la recherche de financement, dont certains sont examinés ci-dessous.

ACCÈS AU FINANCEMENT POUR LA CROISSANCE DES ENTREPRISES

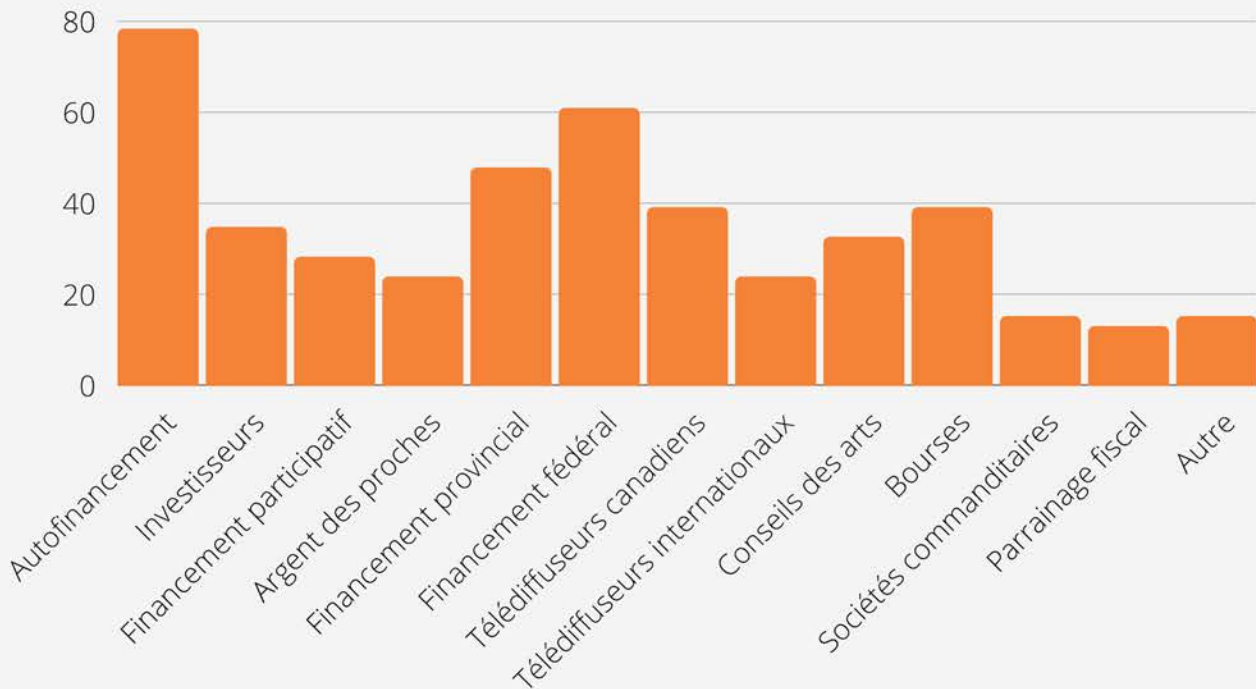
De nombreuses sociétés de production appartenant à des PANDC sont confrontées à des difficultés constantes pour obtenir un financement suffisant pour leurs productions afin de pouvoir tirer un certain profit de leur travail et de l'utiliser pour stabiliser et développer leurs activités. Il s'agit d'un facteur clé qui limite la capacité des sociétés de production appartenant à des PANDC à élargir l'étendue et la profondeur de leurs listes de production, et à contribuer à l'avancement des carrières des créateurs et des équipes avec lesquels elles travaillent. La majorité (44 %) des sociétés de production appartenant à des PANDC indiquent qu'elles produisent moins de 50 000 \$ de contenu par année.

Volume annuel de production



Par ailleurs, une portion importante (78 %) des sociétés de production dirigées par des PANDC s'appuient largement sur l'autofinancement*, et 24 % d'entre elles comptent sur ce que l'on appelle « l'argent du cœur », c'est-à-dire les contributions financières de la famille et des amis.

Sources de financement des compagnies de production



« Nos projets sont continuellement sous-financés et nous comblons donc le vide en réinvestissant nos honoraires de producteurs et nos frais généraux [dans la production], ce qui nous place dans une situation de manque de liquidités et perpétue un cycle négatif. »

« Le fait de ne pas être en mesure de renforcer les capacités, d'augmenter le capital et de maintenir un flux de trésorerie positif pour l'entreprise n'incite pas les banques à nous offrir un financement provisoire à faible taux d'intérêt, alors nous devons nous tourner vers des prêteurs alternatifs qui exigent un taux d'intérêt beaucoup plus élevé que nous prélevons à même notre budget et nos honoraires. »

Plusieurs commentaires de participants ont mis en évidence le fait que les sociétés de production bien établies ayant des liens étroits avec les bailleurs de fonds et les diffuseurs obtiennent à répétition des licences, des commissions et du financement, tandis que celles qui ne font pas partie des réseaux établis sont laissées pour compte.

* « Autofinancement » fait référence aux sociétés de production qui investissent leurs propres fonds dans le budget de la production, soit en reportant leurs honoraires de producteur et les frais généraux de l'entreprise, soit en investissant leurs propres fonds, soit en combinant les deux.

L'incapacité d'accéder aux décideurs est courante pour les nouvelles entreprises du secteur. Mais le racisme systémique a fait de cet enjeu un problème chronique pour de nombreuses sociétés dirigées par des PANDC, même lorsqu'elles sont dirigées par des producteurs autochtones, noirs ou de couleur en milieu de carrière ou établis.

« Il existe une réelle difficulté à obtenir des fonds publics pour des projets, car le système est principalement conçu pour les grandes entreprises bien financées. Il existe également une partialité systémique en ce qui concerne les types de projets financés, surtout à la télévision. »

« Le développement d'émissions télévisées semble être confié à des personnes qui ont des contacts dans les réseaux de télévision. Les réseaux, lorsqu'on leur présente des projets, ne semblent jamais avoir de conseils sur la manière d'obtenir un financement, si ce n'est de trouver un partenaire avec lequel ils sont en relation. Le système est donc défavorable aux nouvelles entreprises qui veulent entrer sur ce marché. »

Les producteurs autochtones, noirs et de couleur qui ont obtenu un financement ont noté qu'ils étaient souvent sous-financés, forcés de produire du contenu Web plutôt que du contenu télévisuel ou de produire des films avec des microbudgets. Le fait qu'ils ne puissent financer que des projets à faible budget limite la capacité des producteurs autochtones, noirs et de couleur à se verser et à verser à leur équipe un salaire décent, et bien souvent leur capacité à accéder à un financement provisoire et un financement privé ou communautaire.

« Le problème fondamental est que nous ne sommes pas en mesure d'obtenir des fonds de développement pour nos projets télévisuels ou des fonds de production pour nos longs métrages. »

En outre, les créateurs autochtones, noirs et de couleur sont également confrontés à des inégalités systémiques qui discréditent et méprisent leurs identités marginalisées, et montrent une préférence de l'industrie pour une gamme étroite de genres et de sujets. Voici quelques commentaires des participants :

« Les décideurs montrent constamment qu'ils s'intéressent uniquement à ce qu'ils connaissent (ils financent et soutiennent continuellement les séries judiciaires, les séries policières, les séries médicales et autres projets répétitifs), parfois avec une petite variante – en remplaçant des personnages blancs par des personnes marginalisées pour plus de diversité. »

« Nous sommes à l'écart des sources de financement habituelles qui sont généralement révélées par le bouche-à-oreille grâce à des relations établies dans le secteur. L'éloignement géographique d'un centre de financement du cinéma comme Toronto ou Los Angeles limite le bassin de réseautage et les ressources locales menant au financement. »

Les créateurs autochtones, noirs et de couleur qui vivent et travaillent ailleurs que dans les principaux centres que sont Toronto et Montréal ont indiqué qu'ils font face à des défis supplémentaires dans la recherche de financement, le développement de leurs sociétés et l'avancement de leurs carrières, car ils n'ont pas régulièrement accès aux décideurs en personne. Certains ont également mentionné que leurs bailleurs de fonds provinciaux et régionaux se concentrent peu sur le financement du contenu sur écran, ou n'ont pas de mandat ou de programmes pour financer le contenu des PANDC.

DÉTENTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le défi d'amasser suffisamment de fonds pour leurs projets a une incidence directe sur la capacité des créateurs autochtones, noirs et de couleur à conserver la propriété intellectuelle et le contrôle de leur création. Les décideurs montrent régulièrement qu'ils préfèrent travailler avec des sociétés de production établies détenues par des blancs, ne laissant d'autre choix aux créateurs autochtones, noirs et de couleur que de travailler avec ces sociétés de production pour avoir accès au financement, à la distribution et aux licences de diffusion.

Malheureusement, quand les créateurs autochtones, noirs et de couleur sont jumelés à des sociétés de production détenues par des blancs, leur participation aux décisions importantes concernant le financement, l'équipe, la production, le lancement et la mise en marché est souvent largement réduite, ou carrément éliminée, même si l'idée originale est la leur. Dans bien des cas, les créateurs autochtones, noirs et de couleur ne sont même pas mentionnés en tant que producteurs, bien qu'ils aient développé l'œuvre et qu'ils aient continué à jouer ce rôle même après qu'un producteur non racisé ait été associé au projet. Dans d'autres cas, les créateurs autochtones, noirs et de couleur doivent céder la majorité de leur propriété intellectuelle à des producteurs blancs ou perdent le contrôle créatif de l'histoire.

« On ne m'accorde pas de financement ou de licences, même si j'ai mené à bien des projets qui ont connu du succès sur la scène internationale. On me répète continuellement de m'associer aux quatre ou cinq mêmes sociétés de production détenues par des blancs. »

Depuis que certains bailleurs de fonds et diffuseurs ont modifié leurs exigences en 2020 afin de soutenir les projets dont les propriétaires majoritaires sont des PANDC (51 % ou plus dans la plupart des cas), il y a eu une évolution positive vers un plus grand nombre de créateurs

autochtones, noirs et de couleurs qui détiennent une part de leur propriété intellectuelle. Il existe maintenant une poignée de projets du secteur du contenu sur écran pour lesquels des sociétés à but unique ont été constituées et dans lesquels les producteurs blancs établis détiennent une plus petite part de la propriété intellectuelle et les producteurs autochtones, noirs et de couleurs conservent la majorité des parts. Il est toutefois moins évident de savoir dans quelle mesure le pouvoir décisionnel et le contrôle créatif réels restent entre les mains des créateurs autochtones, noirs et de couleur, et dans quelle mesure ces nouvelles approches de structuration juridique des projets seront durables.

CONTENU DANS UNE TROISIÈME LANGUE ET HISTOIRES SE DÉROULANT A L'EXTÉRIEUR DU CANADA

De nombreuses sociétés ont indiqué qu'elles produisent du contenu dans ce qu'on appelle une « troisième » langue, mais qu'elles se heurtent à des obstacles dans leur recherche de financement en raison du manque d'intérêt des diffuseurs et des bailleurs de fonds pour ce type de contenu, et de la croyance que la taille de l'auditoire pour le contenu en troisième langue est limitée. Un grand nombre de créateurs autochtones, noirs et de couleur souhaitent produire du contenu dans des langues autres que le français et l'anglais, ou mélanger les langues, y compris les langues autochtones, dans leurs scénarios dans la mesure où cela est naturel pour l'histoire, et non selon un pourcentage aléatoire fixé par les organismes de financement.

De plus, bien que les bailleurs de fonds aient conçu des programmes spécifiquement destinés à répondre à ces préoccupations, des problèmes ont été signalés à propos de certains de ces programmes. Les créateurs ont souligné que la politique de Téléfilm Canada a récemment changé afin de rendre le contenu dans une troisième langue admissible*. Toutefois, comme ce changement est récent, il est trop tôt pour en mesurer les effets sur les créateurs autochtones, noirs et de couleur. Le Programme de diversité linguistique du Fonds des médias du Canada (FMC) est perçu comme étant difficile d'accès en raison des difficultés qui existent pour établir le contact avec les diffuseurs, et comme n'étant pas spécifiquement destiné aux créateurs autochtones, noirs et de couleur.

« Les bailleurs de fonds et les diffuseurs doivent regarder au-delà du contenu en anglais. S'il vous plaît, ne poussez pas les créateurs à tout faire en anglais. »

De plus, les créateurs autochtones, noirs et de couleur ont également mentionné qu'ils collaborent fréquemment avec des producteurs et des créateurs étrangers sur des histoires qui se déroulent dans des pays d'Asie, d'Afrique, d'Amérique latine et des Caraïbes, des régions où

* Téléfilm Canada dévoile les résultats de la consultation du Sous-comité sur les projets en différentes langues: <https://telefilm.ca/fr/telefilm-canada-devoile-les-resultats-de-la-consultation-du-sous-comite-sur-les-projets-en-differentes-langues>

le Canada a mis en place peu de traités de coproduction internationale. La grande majorité des traités mis en place par le Canada sont conclus avec des pays occidentaux à population majoritairement blanche.

L'absence d'outils de financement spécifiques au Canada pour soutenir les coproductions internationales avec des pays qui n'ont pas de traité entrave la capacité de nombreux créateurs à participer à ces projets. Par conséquent, certains producteurs qui travaillent sur des contenus en troisième langue ou sur des contenus se déroulant dans des pays étrangers décident de transférer la propriété de leurs productions à des entreprises situées à l'extérieur du Canada, ce qui a malheureusement pour conséquence que la propriété intellectuelle, les avantages liés à l'emploi et les revenus du projet ne restent pas dans le pays au profit du secteur canadien de la production.

Un fonds de coproduction destiné aux producteurs canadiens qui souhaitent coproduire avec des pays de l'hémisphère sud (comme il en existe déjà dans de nombreux pays européens) serait extrêmement bénéfique pour les producteurs canadiens, en particulier les créateurs autochtones, noirs et de couleur.

MANQUE DE DÉCIDEURS AUTOCHTONES, NOIRS ET DE COULEUR

« Il n'y a pas suffisamment de décideurs issus de la diversité aux niveaux supérieurs des sociétés médiatiques et des diffuseurs du Canada qui comprennent le contenu destiné à un public canadien diversifié. »

Il y a un grand besoin d'embauche, de rétention et de promotion de cadres autochtones, noirs et de couleur dans les organisations du secteur du contenu sur écran, en particulier du côté des organismes de financement et dans les rôles décisionnels des diffuseurs. Si de nouveaux postes se sont ouverts depuis 2020, beaucoup de ces affichages étaient en réaction aux attentes en matière d'équité, de diversité et d'inclusion et pas toujours un moyen d'effectuer un changement systémique à long terme. De plus, de nombreuses organisations ont embauché des personnes autochtones, noires et de couleur à des postes où elles manquent de ressources, n'ont pas le pouvoir d'effectuer des changements ou de prendre des décisions, font face à la discrimination ou aux préjugés, ou manquent de soutien de la part du personnel-cadre. Par conséquent, il y a eu un fort roulement de personnel dans ces postes.

« Le problème est principalement dû au fait que les gens qui embauchent ne font toujours pas l'effort d'introspection nécessaire pour mettre fin à la discrimination, alors leurs pratiques d'embauche sont teintées de préjugés inconscients. Si des artistes autochtones, noirs et de couleur sont embauchés, c'est sans doute pour sauver les apparences et non pour effectuer un changement systématique profond au sein des organisations. »

La représentation dans les postes de direction a une incidence directe sur les changements de politiques, sur la planification stratégique et, en fin de compte, sur les résultats des organisations. Une cohorte plus représentative de décideurs dans l'ensemble du secteur canadien du contenu sur écran aura un effet important sur la nature du contenu et la manière dont il est produit et distribué.

« Si une entreprise ou une agence médiatique est active au Canada et profite d'un financement fédéral ou provincial, la représentation devrait être équitable et variée dans les conseils d'administration et au niveau de la haute direction, à un degré qui reflète la composition de la population canadienne. »

PRINCIPAUX OBSTACLES À LA RÉUSSITE - ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF

Au Canada, les organisations du secteur du contenu sur écran dirigées par des PANDC sont confrontées à de multiples obstacles à leur bon fonctionnement, à leur croissance et à leur capacité d'avoir une réelle influence dans leurs collectivités et dans la société canadienne dans son ensemble. Si elles sont adéquatement financées et stabilisées, ces organisations peuvent devenir de puissants vecteurs de soutien, de transmission des connaissances et de croissance pour les créateurs autochtones, noirs et de couleur et les entreprises dirigées par des PANDC.

Dans l'ensemble, il est nécessaire que le secteur du contenu sur écran ne se contente pas d'élaborer des solutions pour relever les défis spécifiques auxquels font face les organisations dirigées par des PANDC, mais qu'il adopte une approche globale pour assurer la croissance et la durabilité de ces organisations dès leur création.

« Nous devons revoir la durabilité des organisations sans but lucratif naissantes et les façons dont les systèmes de subventions existants peuvent soutenir les nouvelles organisations dès leur création afin d'assurer leur longévité. »

FINANCEMENT

La difficulté pour les organisations dirigées par des PANDC d'accéder au financement se traduit par de maigres budgets annuels ; 56 % des répondants ont indiqué que leur budget annuel se situe sous les 100 000 \$, et 36 %, qu'il se situe entre 100 000 \$ et 500 000 \$.

FINANCEMENT OPÉRATIONNEL

Une majorité écrasante de 91 % des participants a déclaré que l'accès à un financement opérationnel était le principal obstacle au succès de leur organisation. Le fait de disposer des fonds de soutien opérationnel nécessaires et de les garantir sur une base pluriannuelle permettrait aux organisations de se stabiliser et de croître. Cela permettrait également aux organisations de disposer d'un financement pour une programmation d'urgence afin de répondre aux besoins urgents de leurs communautés ou pour tester et développer de nouveaux projets.

Seuls quelques bailleurs de fonds offrent un soutien opérationnel aux organisations, et ceux qui le font sont souvent inaccessibles en raison des conditions d'admissibilité, qui empêchent fréquemment les organisations dirigées par des PANDC ou les nouvelles organisations d'accéder à leurs volets de financement. Cela est principalement dû à l'obligation imposée par de nombreux conseils des arts d'avoir obtenu au moins deux subventions de projet (une tâche qui comporte son lot de difficultés) avant de pouvoir demander un soutien opérationnel. L'impression que les fonds de fonctionnement sont principalement offerts et accessibles aux institutions artistiques coloniales blanches patrimoniales persiste.

« Le BC Arts Council et le Conseil des arts du Canada fonctionnent tous deux selon des systèmes qui offrent des fonds de fonctionnement seulement à ceux qui ont déjà reçu une certaine forme de soutien financier pour des projets, négligeant le fait que les demandes des groupes racisés peuvent ne pas avoir autant de succès que celles de leurs homologues blancs, en raison du racisme systémique qui prévaut dans le processus d'évaluation par les pairs et les critères d'admissibilité. C'est un mythe total que de croire que le mérite artistique est reconnu et récompensé, en particulier lorsque le "mérite artistique" n'est pas défini et qu'il s'inscrit alors par défaut dans une perspective blanche eurocentrique de ce qui est "bon". »

FINANCEMENT DE PROJETS

L'absence d'accès fiable aux fonds de fonctionnement force les organisateurs artistiques à dépendre du financement d'événements et de projets. Ces sources de financement couvrent les honoraires des artistes et les matériaux, mais elles ne couvrent généralement pas adéquatement le travail qui est nécessaire pour organiser et créer les projets.

« Bien que nous ayons été en mesure d'organiser un festival de cinéma au moyen d'une subvention [de 12 000 \$] obtenue auprès du Toronto Arts Council et de payer les honoraires des cinéastes, nous n'avons pas été en mesure de nous verser un salaire. »

Aussi, beaucoup de temps est consacré à la présentation de demandes de subventions pour des projets et à la préparation des rapports qui en découlent, et les organisations comptent souvent sur des bénévoles pour faire ce travail. Comme l'a expliqué un participant :

« Nous avons également reçu du financement de 11 différents programmes (municipaux, provinciaux et fédéraux), ce qui ajoute une quantité énorme de travail pour préparer des demandes de subventions et produire des rapports. »

Si 84 % des organisations ont indiqué avoir une portée nationale, seulement 62 % d'entre elles ont obtenu du financement d'un organisme fédéral ou d'un programme financé par le gouvernement fédéral (p. ex. Patrimoine canadien, Conseil des arts du Canada, Fonds des médias du Canada ou Téléfilm Canada). Certaines organisations ont affirmé avoir fait face à un racisme systémique dans le processus d'évaluation par les pairs ou à des obstacles dus aux critères d'admissibilité des bailleurs de fonds. Pour certains, les obstacles peuvent être aussi simples que de ne pas avoir facilement accès à l'information sur la disponibilité des fonds et sur la création de nouveaux volets de financement.

L'une des difficultés consiste simplement à découvrir quelles sont les sources de financement disponibles (une question de communication) – souvent, nous découvrons les subventions au hasard de conversations avec d'autres administrateurs artistiques.

En dehors du soutien gouvernemental, certaines organisations éprouvent de la difficulté à attirer ou à conserver des sociétés commanditaires, alors que d'autres sont considérées comme n'ayant pas un auditoire suffisamment large pour leur programmation pour répondre aux exigences promotionnelles des commanditaires privés ou des sociétés. Pour de nombreuses organisations dirigées par des PANDC, leur capacité d'accéder à d'autres types de financement, y compris les fondations privées et les donateurs individuels, est également entravée par leur manque d'expertise dans ces domaines de collecte de fonds et par le fait qu'elles n'ont pas le même accès historique aux réseaux de richesse intergénérationnelle que leurs homologues blancs.

RESSOURCES HUMAINES INSUFFISANTES

« Nous sommes actifs lorsqu'il y a un événement. Si nous avons les moyens de payer les gens pour tenir les événements, nous le ferions, mais tout repose sur les bénévoles. »

Actuellement, 37 % des organisations ont dit être entièrement bénévoles, tandis que 66 % ont mentionné compter largement sur des bénévoles pour effectuer du travail pour lequel ils préféreraient embaucher du personnel.

De nombreuses organisations ont recours à des bénévoles pour gérer leurs activités administratives et opérationnelles ainsi que la collecte de fonds et l'exécution des programmes. C'est parce qu'elles sont incapables de se procurer des capitaux, comme nous l'avons décrit ci-dessus, ou de gérer suffisamment de projets pour financer des postes permanents. L'incapacité à verser des salaires justes et équitables, et donc à conserver du personnel, représente également un énorme défi pour presque toutes les organisations dirigées par des PANDC. Les organisations doivent donc composer avec l'épuisement des bénévoles, une rotation soutenue du personnel, l'inexpérience des membres de l'équipe et l'incapacité à assurer le perfectionnement du personnel ou de planifier la succession. L'insécurité du financement, les limitations et le manque de prévisibilité compliquent le recrutement de cadres supérieurs qui peuvent prétendre à un salaire important ou pour lesquels la sécurité d'emploi est une priorité importante. Ainsi, certaines organisations, surtout celles qui en sont à leurs débuts et en cours de croissance, sont souvent dirigées par du personnel débutant ou moins expérimenté, et elles comptent sur le soutien et l'énergie du conseil d'administration pour stimuler leur croissance.

De plus, historiquement, il n'y a pas eu d'investissement dans le développement d'une main-d'œuvre autochtone, noire et de couleur robuste et qualifiée dans l'administration des arts. Les institutions et les organisations artistiques blanches ont historiquement embauché ou formé leurs pairs blancs, mais n'ont pas recruté ou développé de talents autochtones, noirs et de couleur. Il faut donc assurer une formation, un mentorat et un soutien continus aux professionnels autochtones, noirs et de couleur du secteur du contenu sur écran afin que, lorsque les organisations seront en mesure d'embaucher du personnel, il y aura suffisamment de candidats qualifiés à offrir leurs services.

PRINCIPALES CONCLUSIONS POUR L'INDUSTRIE - SOCIÉTÉS DE PRODUCTION

- Offrir un financement pour soutenir la stabilisation des entreprises émergentes et de niveau intermédiaire et des programmes de renforcement des capacités.
- Fixer des objectifs, par une consultation communautaire, pour que les diffuseurs accordent des licences pour les contenus des PANDC.
- Affecter des fonds et investir davantage dans le contenu des PANDC (développement et production) sans exigences sur le plan de déclencheurs en lien avec des diffuseurs.
- Faciliter l'accès à des financements intermédiaires peu élevés pour les entreprises dirigées par des PANDC.
- Trouver des moyens d'encourager plutôt que de pénaliser le contenu dans les langues tierces.
- Créer un programme de financement qui permet aux créateurs autochtones, noirs et de couleur d'investir dans des coproductions non régies par des traités dans les pays de l'hémisphère sud.
- Embaucher davantage de personnes autochtones, noires et de couleur à des postes décisionnels de haut niveau dans les institutions, les diffuseurs et les bailleurs de fonds du secteur canadien du contenu sur écran.

PRINCIPALES CONCLUSIONS POUR L'INDUSTRIE - ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF

Il existe un certain nombre de moyens simples et pertinents par lesquels l'industrie peut collaborer afin de soutenir les organisations, dont les suivants :

- Créer des programmes de financement ciblés visant à soutenir le fonctionnement des organisations dirigées par des PANDC afin de les stabiliser.
- Offrir plus de rayonnement et de communication aux organisations dirigées par des PANDC de la part des bailleurs de fonds à propos de leurs programmes de financement.
- S'assurer que les demandes de financement des organisations dirigées par des PANDC sont évaluées par le personnel autochtone, noir et de couleur, ou par des jurys d'examen par les pairs, dans les institutions de financement.
- Collaborer avec les bailleurs de fonds offrant des mécanismes de financement similaires pour établir des formulaires de demande et des cadres de rapport communs.
- Investir dans la formation et le développement des gestionnaires en administration artistique autochtones, noirs et de couleur (y compris en ce qui concerne la collecte de fonds, l'exploitation, la direction, etc.).
- Investir dans des programmes de renforcement des capacités et de soutien pour les organisations dirigées par des PANDC axés sur le développement des ressources humaines, la collecte de fonds, l'exploitation, la gestion du conseil d'administration et la planification stratégique.

QUESTIONS À L'INTENTION DES ORGANISATIONS

Bienvenue au sondage cartographique de la communauté!

Propulsé par la recherche et ancré dans l'engagement communautaire, le Racial Equity Media Collective/Collectif pour l'équité raciale dans les médias (REMC) est un organisme sans but lucratif qui promeut l'équité dans les industries audiovisuelles au Canada. La mission du REMC est de briser les barrières pour faciliter l'accès au contenu des créateurs autochtones, noirs et de couleur et en augmenter la production, l'exportation et la durabilité.

Le REMC veut bâtir une communauté de créateurs autochtones, noirs et de couleur plus solide au Canada. Nous voulons comprendre ce que vous faites de mieux et ce qu'il faut faire pour vous servir plus adéquatement. Ce sondage cartographique nous aidera à le faire et il vous aidera aussi à être mieux connectés avec les autres communautés partout au Canada.

Nous reconnaissons le droit à la vie privée de chaque individu et notre obligation de préserver la confidentialité des renseignements personnels. Les renseignements personnels recueillis dans le cadre de ce sondage sont assujettis à la politique de confidentialité du REMC.

*Nota : L'utilisation du « vous » dans ce sondage fait référence à votre groupe ou votre organisation.

SECTION A – Organisations dirigées par des personnes autochtones, noires et de couleur

Les renseignements inscrits à la section A seront diffusés publiquement sur le site Web du REMC comme base de données de référence d'organisations dirigées par des PANDC. Par conséquent, vous autorisez et avez le pouvoir d'autoriser le REMC à publier ces renseignements. Veuillez nous joindre au outreach@re-mc.org en tout temps pour mettre à jour vos renseignements.

Consentez-vous à diffuser les renseignements inscrits dans la section A ?

Je consens

(1) Coordonnées de la personne-ressource pour l'organisation :

Nom de l'organisation :

Site Web :

Ville/Village :

Province :

Code postal :

Nom de la personne-ressource :

Adresse courriel de la personne-ressource :

Numéro de téléphone de la personne-ressource :

(2) Dans quels secteurs de travail ou de service votre organisation exerce-t-elle ses activités ?

(Veuillez cocher tous ceux qui s'appliquent)

- Festival de cinéma
- Présentation artistique
- Location d'équipement ou d'installations
- Soutien à la production
- Subventions
- Promotion des politiques de travail
- Recherche
- Distribution, mise en marché, promotion
- Ateliers ou formations
- Autres

SECTION B – Profil de l'organisation

Les renseignements requis à la section B sont recueillis dans le but de soutenir les recherches et les initiatives pertinentes du REMC. Les recherches donneront lieu, notamment, à des rapports qui seront accessibles publiquement sur le site Web du REMC. Dans tous les cas, les mentions permettant d'identifier les participants seront retirées. Vous autorisez et avez le pouvoir d'autoriser le REMC à utiliser les renseignements fournis à ces fins et en accord avec la politique de confidentialité du REMC le cas échéant.

(3) Coordonnées de la personne-ressource pour le sondage :

Nom de la personne-ressource :

Titre de la personne-ressource :

Adresse courriel de la personne-ressource :

Numéro de téléphone de la personne-ressource :

(4) Votre organisation représente-t-elle ou soutient-elle une communauté racisée spécifique ?

(Veuillez cocher toutes les communautés pertinentes)

- Noire (ou personne afro-descendante, afro-canadienne)
- Autochtone (incluant les Premières Nations, les Inuits et les Métis)
- Racisée (personnes noires et de couleur)
- Latino-américaine

- Moyen-orientale ou nord-africaine (incluant les communautés des pays arabes, l'Iran, la Turquie et autres communautés de ces régions)
- Asiatique du Sud (incluant les communautés de l'Afghanistan, du Pakistan, de l'Inde, du Népal, du Bangladesh, du Sri Lanka, du Bhoutan et des Maldives)
- Asiatique du Sud-Est (incluant les communautés de Bandar Seri Begawan, du Cambodge, du Timor-Oriental, de l'Indonésie, du Laos, de la Malaisie, du Myanmar, des Philippines, de Singapour, de la Thaïlande, du Vietnam, des Palaos, de la Micronésie)
- Asiatique de l'Est (incluant les communautés de la Chine [et Taïwan, Hong Kong et Macao], de la Corée du Sud et du Nord, le Japon, la Mongolie)
- Autres :

(5) Y a-t-il d'autres communautés que vous représentez ou soutenez en particulier ? (Veuillez cocher toutes celles qui s'appliquent)

- (a) Communautés LGBTQ+
- (b) Femmes ou communautés issues de la diversité des genres
- (c) Personnes handicapées
- (d) Les jeunes
- (e) Communautés de langues officielles en situation minoritaire
- (f) Nouveaux arrivants
- (g) Communautés religieuses
- (h) Autres :

(6) Votre organisme a-t-il une cible géographique précise ?

- (a) Nationale
- (b) Régionale
- (c) Provinciale
- (d) Urbaine

(7) Langue de service ou des activités (Cochez toutes celles qui s'appliquent. Veuillez préciser le cas échéant)

- (a) Anglais
- (b) Français
- (c) Autochtone (veuillez préciser)
- (d) Autre (veuillez préciser)

(8) Quelle est la forme juridique de votre organisation ?

- (a) Ad hoc
- (b) Organisme sans but lucratif
- (c) Société à but lucratif

- (d) Organisme de bienfaisance
- (e) Entreprise individuelle
- (f) Autre (veuillez préciser)

(9) Depuis combien d'années votre organisation existe-t-elle ?

Conseil d'administration, personnel et bénévoles

(10) Votre organisation a-t-elle un conseil d'administration ?
Oui/Non

(11) De combien de membres le conseil d'administration est-il composé ?

(12) Quel pourcentage de votre conseil d'administration s'identifie comme :
(p. ex. constitué aux 2/3 de femmes = 66 % de femmes)

- (a) Femme
- (b) Non binaire
- (c) Homme
- (d) Préfère se décrire
- (e) Préfère ne pas répondre

(13) Quel pourcentage de votre conseil d'administration s'identifie comme :

- (a) Noir
- (b) Autochtone
- (c) Personne de couleur
- (d) Blanc
- (e) Préfère ne pas répondre
- (f) Autre groupe issu de la diversité ethnoculturelle :

(14) Y a-t-il dans votre organisation du personnel de direction, par exemple un directeur général ou un directeur administratif? Dans l'affirmative, combien ?

(15) Quel pourcentage de votre personnel exécutif s'identifie comme :

- (a) Femme
- (b) Non binaire
- (c) Homme
- (d) Préfère se décrire
- (e) Préfère ne pas répondre

(16) Quel pourcentage de votre personnel exécutif s'identifie comme :

- (a) Noir
- (b) Autochtone

- (c) Personne de couleur
- (d) Blanc
- (e) Préfère ne pas répondre
- (f) Autre groupe issu de la diversité ethnoculturelle :

(17) Combien y a-t-il d'employés à temps plein dans votre organisation ?

(18) Combien y a-t-il d'employés à temps partiel dans votre organisation ?

(19) Combien de bénévoles votre organisation emploie-t-elle ?

(20) Quel est le pourcentage de bénévoles dans votre organisation ?

- (a) 100 %
- (b) 75 %
- (c) 50 %
- (d) 25 %
- (e) Autre (veuillez préciser)

(21) Utilisez-vous des bénévoles pour pourvoir des postes qui seraient normalement occupés par des salariés si vous en aviez les moyens ?

(O/N) Autre :

(22) Quel est le genre de travail effectué par vos bénévoles ?

- (a) Administration
- (b) Levée de fonds
- (c) Communications
- (d) Programmation
- (e) Opérations
- (f) Mentorat/Enseignement
- (g) Autres

Finances et fonctionnement

(23) En moyenne, quel a été le budget annuel de votre organisation au cours des trois dernières années (fonctionnement, personnel et programmation) ?

- (a) Moins de 100 K
- (b) 100 à 500 K
- (c) 500 K à un million
- (d) Plus d'un million

(24) Quel % de votre financement provient de :

- (a) Dons individuels
- (b) Administration municipale
- (c) Gouvernement provincial
- (d) Gouvernement fédéral
- (e) Fondations
- (f) Dons corporatifs
- (g) Tarifs reliés à la programmation
- (h) Vente d'événement ou de billets
- (i) Autres (veuillez préciser) :

(25) Quels sont les principaux défis relatifs à la stabilité de votre organisation ?

- (a) Accéder à des fonds opérationnels
- (b) Accéder à des fonds pour réaliser la programmation
- (c) Attirer ou retenir du personnel compatible et qualifié
- (d) Attirer ou retenir des membres du conseil d'administration compatibles et qualifiés
- (e) Autres (veuillez préciser) :

Obstacles à la réussite

(26) Votre organisation est-elle confrontée à des obstacles ou a-t-elle de la difficulté à accéder à des fonds ou des partenariats pour effectuer son travail ? Pouvez-vous détailler les principaux enjeux ? (Répondre par écrit)

(27) Comment votre organisation évalue-t-elle son succès et son impact ?

- (a) Commentaires du public ou des participants
- (b) Suivi des données financières ou de distribution des projets soutenus
- (c) Statistiques relatives au site Web et aux réseaux sociaux
- (d) Mentions dans les médias
- (e) Entrevues
- (f) Autres

(28) Y a-t-il des enjeux nationaux ou régionaux que vous aimeriez voir aborder par le REMC et d'autres organisations ? (Répondre par écrit)

(29) Par quels moyens aimeriez-vous que les groupes PANDC communiquent dans l'ensemble du Canada ? (Cocher tous ceux qui s'appliquent)

- (a) Forums
- (b) Plateformes de réseautage

- c) Conférences
- (d) Base de données nationale
- (e) Collaborations/présentations croisées
- (f) Autres

(30) Y a-t-il autre chose que vous aimeriez nous dire ou un autre sujet sur lequel vous aimeriez élaborer ?

QUESTIONS À L'INTENTION DES SOCIÉTÉS DE PRODUCTION

Bienvenue au sondage cartographique de la communauté !

Propulsé par la recherche et ancré dans l'engagement communautaire, le Racial Equity Media Collective/Collectif pour l'équité raciale dans les médias (REMC) est un organisme sans but lucratif qui promeut l'équité dans les industries audiovisuelles au Canada. La mission du REMC est de briser les barrières pour faciliter l'accès au contenu des créateurs autochtones, noirs et de couleur et en augmenter la production, l'exportation et la durabilité.

Le REMC veut bâtir une communauté de créateurs autochtones, noirs et de couleur plus solide au Canada. Nous voulons comprendre ce que vous faites de mieux et ce qu'il faut faire pour vous servir plus adéquatement. Ce sondage cartographique nous aidera à le faire et il vous aidera aussi à être mieux connectés avec les autres communautés partout au Canada.

Nous reconnaissons le droit à la vie privée de chaque individu et notre obligation de préserver la confidentialité des renseignements personnels. Les renseignements personnels recueillis dans le cadre de ce sondage sont assujettis à la politique de confidentialité du REMC.

SECTION A - sociétés de production dirigées par des PANDC

Les renseignements inscrits à la section A seront diffusés publiquement sur le site Web du REMC comme base de données de référence d'organisations dirigées par des PANDC. Par conséquent, vous autorisez et avez le pouvoir d'autoriser le REMC à publier ces renseignements. Veuillez nous joindre au outreach@re-mc.org en tout temps pour mettre à jour vos renseignements.

(1) Coordonnées de la personne-ressource pour l'organisation :

Compagnie de production :

Ville/Village :

Province :

Site Web :

Nom de la personne-ressource :

Adresse courriel de la personne-ressource :

Numéro de téléphone de la personne-ressource :

(2) Quel type de contenu votre compagnie produit-elle ? (Veuillez cocher tous ceux qui s'appliquent) :

- Longs métrages
- Séries de télévision
- Séries Web
- Courts métrages
- Documentaires en format court ou long
- Vidéoclips
- Contenu numérique (p. ex, réalité virtuelle, réalité augmentée, etc.)
- Balados
- Contenu commercial
- Autres :

SECTION B - Renseignements sur la compagnie

Les renseignements requis à la section B sont recueillis dans le but de soutenir les recherches et les initiatives pertinentes du REMC. Les recherches donneront lieu, notamment, à des rapports qui seront accessibles publiquement sur le site Web du REMC. Dans tous les cas, les mentions permettant d'identifier les participants seront retirées. Vous autorisez et avez le pouvoir d'autoriser le REMC à utiliser les renseignements fournis à ces fins et en accord avec la politique de confidentialité du REMC le cas échéant.

(3) Coordonnées de la personne-ressource pour le sondage :

Nom de la personne-ressource :

Titre de la personne-ressource :

Adresse courriel de la personne-ressource :

Numéro de téléphone de la personne-ressource :

(4) Forme juridique de votre compagnie :

- Compagnie constituée en personne morale
- Compagnie non constituée en personne morale

(5) Depuis combien d'années votre compagnie existe-t-elle ?

(6) Langue de service ou des activités (Cochez toutes celles qui s'appliquent) :

- Anglais
- Français
- Autochtone (veuillez préciser)
- Autres (veuillez préciser)

Propriétaires

Cette section comprend des questions au sujet de l'identité des propriétaires de votre compagnie. Vous pourrez indiquer en quoi vos identités influent sur votre accès à des ressources dans la section subséquente « Obstacles et réussites ».

(7) Combien de propriétaires votre compagnie compte-t-elle ?

(8) Est-ce que 51 % de votre compagnie est détenue par des PANDC ?

- O/N

(9) Combien de vos propriétaires s'identifient comme :

- Noir
- Autochtone
- Personne de couleur
- Blanc
- Préfère ne pas répondre
- Autre groupe issu de la diversité ethnoculturelle :

(10) Combien de vos propriétaires s'identifient comme :

- Femme
- Non binaire
- Homme
- Préfère se décrire
- Préfère ne pas répondre

Finances et Fonctionnement

(11) Parlez-nous votre projet le plus réussi (titre, budget, bailleurs de fonds, etc.) :

(12) Combien de productions actives votre compagnie génère-t-elle annuellement ?

- Moins de 10K
- 10 à 50K
- 50 à 100K
- 100 à 500K
- 500K à 1 million
- 1 à 2 millions
- Plus de 2 millions

(13) Quel pourcentage de votre financement de projets provient de ce qui suit :

- Autofinancement
- Investisseurs
- Financement participatif
- Dons de la part de proches
- Financement provincial du cinéma ou de la télévision
- Financement fédéral du cinéma ou de la télévision
- Crédits d'impôt
- Diffuseurs publics
- Diffuseurs internationaux
- Conseils des arts
- Subventions
- Sociétés par actions
- Financement provisoire
- Parrainage fiscal
- Autres :

Obstacles et Réussites

(14) Quels principaux défis se posent à la stabilité de votre compagnie ?

- Accéder à des fonds opérationnels
- Accéder à des fonds pour réaliser la programmation
- Accès à des partenariats pour votre travail
- Attirer ou retenir du personnel compatible et qualifié
- Attirer ou retenir des membres du conseil d'administration compatibles et qualifiés
- Discrimination systémique dans l'industrie
- Autres :

(15) Pouvez-vous détailler les principaux enjeux ? (Répondre par écrit)

(16) Y a-t-il des enjeux régionaux ou nationaux que vous voudriez que le REMC aborde au nom d'une compagnie comme la vôtre ? (Répondre par écrit)

(17) Les ressources ci-dessous renforceraient ma compagnie de production. (Cochez toutes celles qui s'appliquent)

- Forums
- Plateformes de réseautage
- Conférences
- Collaborations croisées (p. ex. coproductions)

- Promotion collaborative
- Formation d'entrepreneuriat
- Partage de ressources
- Base de données nationale
- Autres :

(18) Y a-t-il autre chose que vous aimeriez nous dire ou un autre sujet sur lequel vous aimeriez élaborer ?