

Principes directeurs

Programme de mise en marché

Fonds du long métrage du Canada (FLMC)

EN VIGUEUR À PARTIR DU 23 AVRIL 2026
This document is also available in English

TABLE DE MATIÈRES

INTENTION ET OBJECTIFS DU PROGRAMME	3
COMMENT ALLONS-NOUS INFLUENCER ET MESURER LES RÉSULTATS DU PROGRAMME?.....	4
1 CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ DES REQUÉRANTS	5
2 CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ DES PROJETS	6
2.1 CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ DES PROJETS	6
2.2 CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ SUPPLÉMENTAIRES POUR LES DEMANDES D'AIDE AU DOUBLAGE OU AU SOUS-TITRAGE	6
3 COÛTS ADMISSIBLES.....	8
3.1 COÛTS DE MISE EN MARCHÉ ET DE PROMOTION ADMISSIBLES	8
3.2 COÛTS DE DOUBLAGE ET DE SOUS-TITRAGE ADMISSIBLES	8
3.3 COÛTS D'ENGAGEMENT DES AUDITOIRES.....	9
4 PROCESSUS DE SÉLECTION.....	10
5 MODALITÉS DE FINANCEMENT	11
6 RÉCUPÉRATION	12
6.1 MODALITÉS DE RÉCUPÉRATION	12
6.2 MODALITÉS TYPES DE DISTRIBUTION.....	12
7 PROCESSUS DE DEMANDE.....	13
7.1 COMMENT PRÉSENTER UNE DEMANDE	13
7.2 QUAND PRÉSENTER UNE DEMANDE.....	13
7.3 RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX	13

Intention et objectifs du programme

Conformément au Cadre d'orientation stratégique de Téléfilm Canada, le Programme de mise en marché de Téléfilm (le « **Programme** ») vise à renforcer la portée et l'impact des longs métrages canadiens et autochtones grâce à une approche centrée sur les auditoires, en allant à la rencontre du public là où il se trouve.

Le Programme soutient le succès de la mise en marché nationale des longs métrages canadiens et autochtones en offrant un soutien évolutif axé sur les projets qui s'adapte selon les stratégies d'exploitation.

Le Programme vise à :

- Maximiser l'engagement du public en rejoignant les auditoires là où ils se trouvent ;
- Permettre des campagnes de mise en marché agiles et spécifiques à chaque film, qui évoluent selon la trajectoire de l'œuvre ;
- Moderniser et simplifier le Programme afin de favoriser des campagnes de mise en marché efficaces tout en consolidant un écosystème de distribution durable ;
- Établir des indicateurs clés de performance afin de mesurer et de faire progresser nos engagements en matière d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA), des langues officielles et des communautés de langue officielle en situation minoritaire, ainsi que nos engagements envers la réconciliation avec les peuples autochtones.

La priorité de financement est accordée aux films ayant précédemment bénéficié du soutien de Téléfilm dans le cadre des programmes Production, Long métrage documentaire ou Talents en vue, renforçant ainsi la cohérence et la continuité entre les programmes de Téléfilm.

En cohérence avec les engagements plus larges de Téléfilm, le Programme vise à soutenir une grande diversité de voix et de perspectives au sein de l'écosystème des longs métrages canadiens, en encourageant des projets couvrant différents genres, niveaux de budget, tailles d'entreprises, régions et visions créatives, tout en appuyant des œuvres ayant le potentiel d'établir des liens significatifs avec les auditoires au Canada et à l'international.

Comment allons-nous influencer et mesurer les résultats du Programme?

Téléfilm introduit de nouveaux paramètres afin de mesurer les auditoires et la portée du Programme. De plus, des indicateurs clés de performance permettront d'assurer la progression de nos engagements énoncés dans nos plans d'action pour les langues officielles (y compris les CLOSM), l'EDIA et la réconciliation avec les peuples autochtones, ainsi que dans nos stratégies régionales. Ces indicateurs guideront les décisions et permettront à Téléfilm de suivre et de mesurer des données importantes qui seront partagées annuellement avec l'industrie. Les résultats mesurés influenceront les actions ciblées et les stratégies au besoin.

- % d'augmentation des niveaux d'investissement dans la mise en marché des films EDIA
- Représentation des langues officielles et des CLOSM
- Représentation régionale
- Suivi des genres et des auditoires par profil démographique
- Portée auprès des auditoires: portée agrégée dans les salles, sur les plateformes et dans les festivals au Canada, au cours des 3 années suivant le soutien à la mise en marché
- Adoption de stratégies de diffusion non traditionnelles : % de films soutenus utilisant des sorties hybrides, sur plateforme ou axées sur les festivals
- Dépenses de mise en marché en % du budget de production

1 Critères d'admissibilité des requérants

Pour être admissible au programme, un requérant doit respecter les critères suivants:

- i. Être la société de distribution ou de production canadienne du projet pour lequel le financement est demandé;
- ii. Exercer ses activités au Canada;
- iii. Être sous contrôle canadien, conformément aux articles 26 à 28 de la [Loi sur Investissement Canada](#) et avoir son siège social au Canada;
- iv. Être financièrement stable¹;

De plus, les membres du personnel clé exerçant un contrôle sur les finances, la distribution et la mise en marché du projet soumis à Téléfilm doivent être de citoyenneté canadienne au sens de la [Loi sur la citoyenneté](#) ou être des résidents permanents du Canada au sens de la [Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés](#).

Un producteur et un distributeur peuvent soumettre des demandes distinctes pour le même projet. Par exemple, le producteur peut déposer une demande tôt dans le processus de production pour des activités nécessitant un délai de préparation plus long et une planification en amont, telles qu'une campagne d'impact ou le développement de contenu pour les réseaux sociaux. Le distributeur peut ensuite présenter une demande pour une campagne de mise en marché traditionnelle.²

Une demande présentée par un producteur ayant un distributeur canadien doit être accompagnée d'une confirmation écrite de ce dernier attestant que le producteur est autorisé à présenter la demande.

Comment déclencher une demande de production à haut budget à compter de l'exercice 2027-2028

À compter de l'exercice 2027-2028, les distributeurs n'auront plus à présenter une demande à Téléfilm afin d'être reconnus comme société de distribution admissible pour pouvoir déclencher une demande de production à haut budget (films dont le budget est de 3,5 M \$ et plus).

L'admissibilité du distributeur sera plutôt évaluée dans le cadre de chaque demande de production. Cette évaluation portera notamment sur la capacité du distributeur à démontrer le niveau d'expertise et la solidité financière nécessaires pour mettre en œuvre le plan de mise en marché présenté dans la demande de production.

Les lignes directrices du programme de production préciseront les exigences minimales à respecter pour déclencher différents types de demandes.

Pour les demandes de production à haut budget soumises au cours de l'exercice 2026-2027, veuillez vous référer aux principes directeurs du programme de mise en marché 2025-2026 pour connaître les critères applicables afin de se qualifier à titre de société de distribution admissible.

¹ Téléfilm fera preuve de considération pour les nouvelles sociétés de production et de distribution sans société mère établie.

² Notez que Téléfilm peut imposer des conditions contractuelles spécifiques si le producteur et le distributeur souhaitent tous deux solliciter un financement pour le même projet. Consultez le [Guide d'information essentielle](#) pour en savoir plus.

2 Critères d'admissibilité des projets

2.1 Critères d'admissibilité des projets

Le financement dans le cadre de ce Programme sera accordé en priorité aux projets ayant reçu un soutien à la production ou à la postproduction de Téléfilm en vertu du programme d'aide à la production, du programme pour le long métrage documentaire ou du programme Talents en vue.

Téléfilm s'attend à ce que la stratégie de mise en marché soumise dans le cadre de ce Programme soit en adéquation avec la stratégie approuvée lors de la demande de production.

Tous les projets financés doivent répondre aux critères suivants:

- i. être un long métrage (au moins 75 minutes) qui est ou, une fois achevé, sera :
 - certifié par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) à titre de « production cinématographique ou magnétoscopique canadienne » ayant obtenu un minimum de 8 points sur 10³ en vertu des dispositions de la Loi de l'impôt sur le revenu (Canada); **ou**
 - reconnu par le ministre du Patrimoine canadien à titre de coproduction audiovisuelle régie par un traité (veuillez vous référer aux principes directeurs sur les Coproductions internationales de Téléfilm à cet égard);
- ii. être mis à la disposition du public en français, en anglais ou dans une langue autochtone;
- iii. être destinés⁴ à une présentation publique au Canada (exploitation en salle, diffusion dans des festivals, projections communautaires, sortie sur une plateforme numérique⁵ ou télévisuelle, etc.); et
- iv. respecter les règles et normes applicables du CRTC et de l'Association canadienne des radiodiffuseurs et ne contenir aucun élément de nature diffamatoire ou illégale.

Remarque : Si le projet n'est pas financé ou n'a pas été financé par Téléfilm, veuillez communiquer avec votre directeur ou directrice de longs métrages régional avant de déposer une demande.

2.2 Critères d'admissibilité supplémentaires pour les demandes d'aide au doublage ou au sous-titrage

Afin d'être admissible à un soutien financier pour le doublage ou le sous-titrage :

- i. la production du projet doit avoir été complétée;
- ii. le projet doit respecter les critères d'admissibilité de base indiqués à la section 2.1 ci-dessus;
- iii. la demande doit porter sur un financement pour du doublage ou sous-titrage en anglais, en français ou dans une langue autochtone; et
- iv. la version sous-titrée ou doublée doit être programmée pour une diffusion publique au Canada.

³ Les longs métrages documentaires doivent obtenir un minimum de 8 points sur 10 ou l'équivalent calculé au prorata (c.-à-d. un minimum de 80 % des points prévus par le BCPAC).

⁴ Une preuve de confirmation de présentation publique sera exigée, sauf pour les demandes soumises en cours de production (pour des activités telles que des campagnes d'impact ou le développement de contenus pour les médias sociaux). Ces demandes devront plutôt préciser clairement, dans leur plan de mise en marché, la stratégie de diffusion publique envisagée. Veuillez consulter la liste des documents requis pour plus de détails.

⁵ Voir le Guide d'information essentielle pour plus de détails sur les types de sorties plateformes admissibles.

Remarque : Un projet n'est pas admissible à l'aide au doublage ou au sous-titrage si un ou plusieurs participants financiers du projet exigent par contrat qu'il soit doublé ou sous-titré dans une autre langue (c.-à-d. qu'il s'agit là d'une exigence de livraison). Dans de tels cas, les coûts de doublage ou de sous-titrage doivent être intégrés au budget de production en langue originale.

3 Coûts admissibles

Il existe trois types de coûts liés à la mise en marché qui peuvent être financés dans le cadre de ce programme :

- 1) Coûts de mise en marché et de promotion ;
- 2) Coûts de doublage et de sous-titrage ; et
- 3) Coûts d'engagement des auditoires.

3.1 Coûts de mise en marché et de promotion admissibles

Les coûts de mise en marché et de promotion admissibles sont ceux qui visent à renforcer la promotion et la commercialisation du film, tels que⁶ :

- Frais de création de campagne ;
- Activités de mise en marché en ligne (par exemple : optimisation pour les moteurs de recherche et spécialistes en technologies web; lancement d'un site internet avec contenu enrichi ; création et ajout de contenu sur les réseaux sociaux; personnel dédié au maintien d'une activité continue sur les réseaux sociaux) ;
- Projections test ;
- Laboratoires et imprimeurs ;
- Frais de transport et livraison ;
- Publicité et achats médias ;
- Relations de presse ;
- Activités promotionnelles et premières ;
- Frais de présentation lors de festivals canadiens et à TIFF ;
- Projections dans les communautés ;
- Campagnes d'impact ;
- Programmation en salle ;
- Promotion sur des plateformes auxiliaires (y compris la télévision, la VOD et d'autres formes de distribution numérique) ;
- Classification ;
- Frais d'administration.

Tous les coûts doivent être pour des services rendus au Canada. Les requérants doivent obtenir l'approbation préalable de Téléfilm pour tous coûts non canadiens qu'ils souhaitent réclamer. Ces coûts exceptionnels doivent être indiqués dans le devis détaillé et le plan de mise en marché soumis avec la demande. Les requérants doivent être en mesure de démontrer l'absence d'expertise disponible au Canada pour les coûts réclamés.

Téléfilm déterminera le caractère raisonnable de tous les coûts proposés à sa discrétion. Les coûts engagés avant la confirmation écrite du financement de Téléfilm pourraient ne pas être admissibles à une aide financière.

3.2 Coûts de doublage et de sous-titrage admissibles

Téléfilm accepte seulement :

⁶ Voir le [modèle de devis](#) pour plus de détails.

- Les coûts et les services de doublage ou sous-titrage effectués au Canada par des sociétés du secteur privé qualifiées, faisant appel aux services d'artistes, d'acteur-trices, d'employé-es et de technicien·nes canadiens (selon le cas);
- Les coûts se rapportant au doublage ou au sous-titrage du projet admissible qui ne sont pas prévus au budget de production en langue originale;
- Les coûts de doublage ou sous-titrage associés à une demande pour une campagne de mise en marché, et non comme une activité autonome.

Le requérant doit garantir que le projet doublé ou sous-titré grâce au soutien du Programme sera mis à la disposition de la société de production canadienne ou d'une société de distribution ou de vente à l'étranger mandatée par la société de production canadienne du projet.

Tous contrats de distribution touchant la mise en marché de la version doublée ou sous-titrée du projet dans un secteur de marché ou un média au Canada doivent être faits seulement avec des entités sous contrôle canadien⁷ et devraient être soumis à Téléfilm pour approbation au moment de la demande. Pour connaître les conditions requises, veuillez consulter les exigences en matière de modalités et conditions des contrats de distribution du Fonds du long métrage du Canada sur la [page web du Programme](#).

3.3 Coûts d'engagement des auditoires

Téléfilm cherche à accroître la notoriété des films canadiens sortant en salles et à stimuler la participation du public avant la sortie d'un film. Par conséquent, Téléfilm peut prendre en considération des **demandes de financement exceptionnelles pour des activités qui vont au-delà d'une sortie traditionnelle** et qui visent à susciter l'intérêt du public pour les films canadiens à l'approche de leur sortie en salles⁸.

Le soutien pour des activités d'engagement des auditoires est réservé aux films financés par Téléfilm en production ou en postproduction et qui solliciteront également un financement pour une campagne de mise en marché traditionnelle. Ces types de demandes sont habituellement réservées aux distributeurs et doivent être **préalablement approuvées par Téléfilm** avant qu'une demande ne soit soumise dans Dialogue.

Les requérants qui sollicitent un financement pour une activité d'engagement des auditoires sont invités à collaborer avec l'équipe créative du film pour définir le concept de l'activité.

Les coûts admissibles varient en fonction des besoins de l'activité, mais incluent généralement les frais liés à la planification et à la logistique des événements, les honoraires d'agence, les déplacements et hébergements, ainsi que le matériel promotionnel.

Les demandes visant à couvrir les frais de projection dans le cadre de festivals ou à obtenir un soutien pour la sortie en salle dans des territoires situés en dehors du Canada ne sont pas admissibles.

⁷ Au sens de la définition de la [Loi sur Investissement Canada](#).

⁸ Consultez le [Guide d'information essentielle](#) pour plus de détails sur les types d'activités d'engagement des auditoires pouvant faire l'objet d'un financement.

4 Processus de sélection

L'objectif de Téléfilm est d'améliorer l'accessibilité au contenu canadien en salles et sur des plateformes connexes. Ainsi, plus le montant de la demande de financement est élevé, plus les attentes de Téléfilm seront grandes quant à la performance du film en salles et dans les marchés visés.

Le requérant doit fournir à Téléfilm la stratégie globale de mise en marché et de distribution qu'il souhaite mettre en œuvre afin que son film rejoigne son auditoire cible tout en atteignant le plus vaste public possible. Cette stratégie de mise en marché doit préciser le plan de diffusion publique (engagement de diffusion en salles, festival, projections dans les communautés, sortie sur une plateforme numérique ou télévisuelle) ainsi que les éléments suivants :

- la stratégie de positionnement sur différentes plateformes;
- la possibilité de commercialisation des différents éléments du film (p. ex. réalisateur, réalisatrice, scénariste, acteurs et/ou actrices réputés, franchise bien établie, succès potentiel dans un marché de niche donné, etc.);
- l'auditoire cible à l'égard de chaque plateforme de distribution envisagée et les résultats escomptés à l'égard de chacune de ces plateformes;
- les éléments principaux de la stratégie de mise en marché nationale et internationale à l'égard des plateformes traditionnelles et autres, le cas échéant;
- les mesures prévues pour que le film soit sélectionné dans des festivals nationaux et internationaux, le cas échéant; et
- la répartition des coûts proposés pour la mise en œuvre de la stratégie, incluant les coûts non canadiens.

Cette stratégie globale de mise en marché et de distribution sera évaluée en fonction des critères suivants :

- la cohérence de la stratégie proposée par rapport au film et à son auditoire cible;
- les efforts déployés pour maximiser le potentiel des stratégies de promotion et atteindre le plus vaste auditoire possible;
- l'aspect innovateur d'un ou de plusieurs des éléments de la stratégie de mise en marché;
- la feuille de route de l'équipe ou des fournisseurs de service en lien avec la portée de la stratégie de mise en marché proposée; et
- la portée de la stratégie de mise en marché et des activités en lien avec le budget proposé.

Les films financés à l'étape de la production par Téléfilm pour lesquels les sociétés de distribution ont pris des engagements en matière de publicité et promotion (P&A) bénéficieront d'une plus grande considération.

Les éléments suivants seront également pris en compte pour les demandes exceptionnelles d'engagement des auditoires:

- Les activités proposées et les publics visés;
- L'originalité de l'activité ou de la campagne;
- La portée de la proposition et le budget proposé;
- Les plans de sortie du film et le soutien prévu dans le cadre de la campagne de mise en marché standard;
- Les résultats escomptés et l'impact prévu auprès du ou des publics cibles du film; et
- La portée globale de la campagne (participants, médias, présence sur les réseaux sociaux, villes/régions).

5 Modalités de financement

La forme du financement accordé par Téléfilm et le montant maximal de sa participation financière dépendront du type d'activité de mise en marché financée. Le montant de financement dépend de la disponibilité des fonds ainsi que du montant de la demande, de la portée du projet et de la feuille de route du requérant.

Téléfilm tentera de soutenir les projets à hauteur du montant demandé, mais pourra, à sa discrétion, accorder un montant inférieur à celui demandé. Tous les paiements faits par Téléfilm seront versés par dépôt direct.

- **Activités de mise en marché et de promotion :**

- **Forme de la participation :** Avance remboursable ne portant pas d'intérêt
- **Participation financière maximale :** Jusqu'à 75 % des coûts canadiens de mise en marché admissibles (incluant les frais d'administration)

- **Activités de doublage et de sous-titrage :**

- **Forme de la participation :** Avance remboursable ne portant pas d'intérêt
- **Participation financière maximale :** Jusqu'à 75 % des coûts de doublage et de sous-titrage (incluant les frais d'administration), jusqu'à concurrence des plafonds mentionnés ci-dessous. Les coûts excédant ces plafonds devront être assumés par le requérant.

Sortie d'un long métrage en salles	Diffusion d'un long métrage à la télévision/Distribution numérique
420 \$/minute, jusqu'à un maximum de 48 000 \$	380 \$/minute, jusqu'à un maximum de 43 200 \$

- **Activités d'engagement des auditoires :**

- **Forme de la participation :** Contribution non remboursable.
- **Participation financière maximale :** Variable en fonction de l'ampleur et de la portée de l'activité proposée, ainsi que de la disponibilité des fonds. Le financement de Téléfilm peut couvrir 100 % des coûts de l'activité.

6 Récupération

6.1 Modalités de récupération

Téléfilm récupèrera toute portion récupérable de sa participation financière selon la structure suivante :

1^{er} palier (applicable uniquement aux films financés par Téléfilm dans un programme de production) :	100 % au requérant jusqu'au total des montants suivants : • Jusqu'à 50 000 \$ du minimum garanti⁹; • Jusqu'à 15 000 \$ pour les coûts associés à une sortie au TIFF; et • 50 000 \$ si le montant total des coûts approuvés est égal ou supérieur à 750 000 \$.
2^e palier	50 % à Téléfilm et 50 % au requérant, jusqu'à ce que le requérant ait entièrement récupéré sa participation financière à l'égard des coûts approuvés
3^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de 50 % de sa participation financière
4^e palier¹⁰	100 % au requérant jusqu'à pleine récupération du solde du minimum garanti ¹¹ et de tous frais supplémentaires de distribution approuvés ¹²
5^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de l'autre tranche de 50 % de sa participation financière

6.2 Modalités types de distribution

Téléfilm peut imposer des plafonds ou des limites aux frais et dépenses de distribution déductibles. Veuillez consulter les exigences en matière de modalités et conditions des contrats de distribution du FLMC sur le [site web du programme](#).

⁹ Applicable uniquement si le requérant est un distributeur disposant d'un catalogue comprenant des titres autres que les siens.

¹⁰ Ne s'applique pas si le requérant est un producteur.

¹¹ Téléfilm se réserve le droit d'évaluer le caractère raisonnable du minimum garanti pour les projets qui n'ont pas bénéficié d'un soutien de Téléfilm dans un programme de production.

¹² Net de tous frais ou remboursements de coûts payés ou à payer au requérant à même le budget de production.

7 Processus de demande

7.1 Comment présenter une demande

Tous les requérants doivent déposer leur demande électroniquement via la plateforme [Dialogue](#) en y joignant tous les documents requis dont la liste est fournie sur le [site web du programme](#). Toute documentation subséquente devra également être déposée électroniquement par [Dialogue](#). En cas de difficultés techniques, veuillez contacter l'équipe des agents de programme de Téléfilm. Vous pouvez également consulter la [Charte de services](#) disponible sur le site web de Téléfilm.

7.2 Quand présenter une demande

Téléfilm souhaite soutenir des campagnes de mise en marché personnalisées qui évoluent avec la trajectoire d'un film. Si les besoins d'un film particulier l'exigent, les requérants peuvent présenter une demande tôt dans le processus de production pour des activités nécessitant une planification en amont, telles qu'une campagne d'impact ou l'élaboration de contenu pour les réseaux sociaux¹³, et demander des fonds supplémentaires par la suite, pour une campagne de mise en marché classique.

Les demandes doivent être soumises dans un délai suffisamment grand pour permettre de donner lieu à des discussions significatives avec Téléfilm avant que cette dernière ne prenne une décision quant à sa participation. De plus, ce délai est nécessaire afin d'assurer un laps de temps suffisant pour établir les plans de campagnes promotionnelles et publicitaires et pour établir les dates de lancement stratégiques.

Téléfilm réservera les fonds requis pour les demandes retenues au cours de l'année durant laquelle le lancement du film est prévu (ou durant l'année précédente, lorsque le lancement a lieu au tout début de l'exercice financier suivant), sous réserve des contraintes financières de Téléfilm.

7.3 Renseignements généraux

Bien que la conformité aux principes directeurs soit une condition préalable d'admissibilité au financement, elle ne garantit toutefois pas l'accès aux fonds de Téléfilm. Téléfilm se réserve le droit de modifier ses principes directeurs et ses formulaires de demandes de temps à autre, selon les besoins. La mise en œuvre et l'interprétation de ces principes directeurs sont à l'entière discrétion de Téléfilm, qui s'assure d'accorder son financement à des projets qui en respectent l'esprit et l'intention. Pour toute question relative à l'interprétation de ces principes directeurs ou à l'esprit et à l'intention du programme, l'interprétation de Téléfilm prévaudra.

Tous les renseignements fournis, obtenus, créés ou communiqués dans le cadre de la demande ou du projet sont assujettis à la [Loi sur l'accès à l'information](#) et à la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#).

Tous les programmes de Téléfilm sont assujettis à la disponibilité des fonds.

¹³ Uniquement si cela n'a pas déjà été demandé dans le cadre du budget de production du projet.