

Guide d'information essentielle

Programme de mise en marché

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

Guide d'information essentielle

1. J'ai lu les Principes directeurs et ce Guide d'information essentielle, et j'ai une question. À qui dois-je m'adresser?

La personne à contacter au sein de l'équipe de Téléfilm dépendra de votre question. Les coordonnées pour chaque poste et chaque région sont indiquées sur la page web du Programme de mise en marché.

- Questions concernant les conditions d'admissibilité au programme et la procédure de dépôt : Écrivez aux agentes de programmes à coordination@telefilm.ca.
 - Questions concernant le processus d'évaluation et de prise de décision : Écrivez au directeur régional ou à la directrice régionale, Longs métrages de votre région.
-

2. Mon projet n'a pas été financé en production par Téléfilm. Est-il admissible au financement en vertu de ce programme ?

Oui. Toutefois, Téléfilm accorde la priorité aux projets financés en production ou en postproduction dans le cadre du [Programme d'aide à la production](#), du [Programme pour le long métrage documentaire](#) ou du [Programme Talents en vue](#). Les requérants qui n'ont pas été financés dans un de ces programmes de production devraient contacter Téléfilm au minimum 6 semaines avant la sortie de leur film.

3. Qui peut demander du financement dans le cadre de ce programme ?

Les requérants doivent être la société canadienne de distribution ou de production du projet pour lequel le financement est demandé.

Les demandes présentées par des producteurs ayant un distributeur canadien doivent être accompagnées d'une confirmation écrite de ce dernier attestant qu'ils sont autorisés à présenter la demande.

4. Les coûts liés à des activités menées à l'extérieur du Canada sont-ils admissibles dans le cadre du programme de mise en marché?

Non. Le programme de mise en marché vise à soutenir uniquement des activités menées au Canada. Pour les campagnes internationales de sortie en salle, veuillez consulter le [Programme de promotion internationale – Aide à la distribution](#).

5. Quels droits de distribution le distributeur canadien doit-il détenir pour présenter une demande ?

Les distributeurs canadiens doivent détenir tous les droits de distribution du projet au Canada, à l'exception des droits qui ont été cédés à des parties dans le cadre du financement de la production. Par exemple, une licence de diffusion utilisée dans le financement de la production peut inclure certains droits de diffusion et de SVoD. Les droits de distribution au Canada (par exemple, le Québec par rapport au reste du Canada) peuvent être partagés.

6. Est-il possible pour le producteur et le distributeur de soumettre deux demandes séparées pour le même projet ?

Oui. Par exemple, un producteur pourrait présenter 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 pourrait ensuite présenter une demande pour une campagne de mise en marché traditionnelle.

Les demandes présentées par des producteurs ayant un distributeur canadien doivent être accompagnées d'une confirmation écrite de ce dernier attestant qu'ils sont autorisés à présenter la demande. 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 (par exemple, l'obligation pour le distributeur de rembourser toute avance accordée par Téléfilm au producteur dans le cadre d'un précédent accord de mise en marché lié au même projet).

7. Mon projet sera distribué par deux sociétés de distribution différentes, une pour le marché francophone, et une autre pour le marché anglophone. Qui devrait soumettre la demande à Téléfilm ?

Si le projet compte deux distributeurs (et non un seul distributeur ayant conclu un accord de sous-distribution), ceux-ci peuvent soit déposer chacun une demande pour leur territoire respectif, soit présenter une seule demande dans laquelle les deux distributeurs sont mentionnés respectivement comme requérant et corequérant.

8. Les principes directeurs n'exigent plus qu'un distributeur soit reconnu comme « société de distribution admissible » pour pouvoir déclencher une demande de production à haut budget à compter de l'exercice 2027-2028. Cela signifie-t-il que les projets à haut budget n'ont plus besoin d'avoir un engagement d'un distributeur ?

Non. Cela signifie simplement que l'admissibilité du distributeur à déclencher un projet à haut budget sera évaluée dans le cadre de la demande de production.

Pour les demandes de production à haut budget soumises lors des prochaines périodes de dépôt pour l'exercice 2026-2027, veuillez vous référer aux principes directeurs de mise en marché 2025-2026 pour connaître les critères à remplir afin d'être considéré comme une société de distribution admissible.

9. Un même requérant peut-il bénéficier d'un financement plusieurs fois pour le même projet ?

Oui. Le financement de Téléfilm peut évoluer en fonction de la trajectoire d'un projet. Les requérants peuvent demander du financement tôt dans le processus de production pour les activités nécessitant un délai de préparation plus long et une planification en amont, puis demander un soutien supplémentaire pour une campagne de mise en marché classique. Veuillez contacter Téléfilm à l'avance afin de vérifier si cette approche convient à votre projet.

10. Téléfilm exigera-t-elle des modifications à l'entente de distribution ?

Téléfilm examinera l'entente de distribution et pourrait exiger des modifications afin que l'entente soit conforme aux Exigences en matière de modalités et conditions des contrats de distribution (disponibles sur la [page web du Programme](#)).

Même si le projet a été financé par Téléfilm au stade de la production, cela ne signifie pas pour autant que l'entente de distribution a été examinée et approuvée par Téléfilm, car cela peut se faire qu'au stade de l'analyse des coûts finaux. Dans ce cas-ci, l'entente de distribution est analysée lors de l'examen de la demande d'aide à la mise en marché. Une modification pourrait s'avérer nécessaire pour répondre aux Exigences en matière de modalités et conditions des contrats de distribution, et ce même si le projet est déjà sorti en salle.

11. Quels documents dois-je soumettre pour confirmer que mon projet est prévu pour une présentation publique au Canada?

Cela dépendra du type d'exploitation prévue pour votre projet. Voir la [Liste de documents requis](#) pour plus de détails.

12. Une sortie en salle est-elle obligatoire pour tous les projets?

Bien que l'objectif général de Téléfilm soit de financer des films destinés principalement au marché cinématographique canadien, une sortie en salle à des fins commerciales n'est pas obligatoire pour présenter une demande au Programme de mise en marché. Tous les projets soutenus doivent toutefois inclure une forme de diffusion publique, telle que des projections communautaires, un événement ouvert au public, une présentation dans le cadre d'un festival ou une sortie sur une plateforme numérique pour ne citer que quelques exemples.

Les attentes concernant l'ampleur de la sortie sont évaluées au cas par cas et sont proportionnelles au niveau de financement accordé par Téléfilm.

Les requérants doivent s'assurer que leur stratégie de distribution est alignée sur la stratégie approuvée dans le cadre de leur demande en production et réponde aux exigences des différents programmes de financement et de crédits d'impôt auxquels ils souhaitent appliquer.

13. Quel type de sortie sur plateforme numérique est admissible dans le cadre de ce Programme?

Les sorties sur plateforme admissibles sont les sorties SVOD sur des plateformes reconnues par le BCPAC comme « [services en ligne acceptables](#) » pour répondre à l'exigence qu'une production soit « diffusée au Canada » dans le cadre du Crédit d'impôt pour la production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (par exemple, illico+, Crave, CBC Gem).

14. Qu'est-ce qu'une activité d'engagement des auditoires?

Une activité d'engagement des auditoires est une initiative ciblée visant à créer un lien entre un film et son public cible et à renforcer son succès en salle. Ces activités, généralement présentées par des distributeurs, sont de plus grande envergure et peuvent se dérouler dans des endroits ou sous des formats non traditionnels.

Les activités d'engagement des auditoires ont un caractère exceptionnel et doivent faire l'objet d'une discussion avec Téléfilm et être approuvées par celle-ci avant le dépôt de la demande.

Téléfilm soutient généralement entre six et sept activités d'engagement des auditoires par année, avec un financement allant habituellement de 25 000 \$ à 75 000 \$, selon les activités proposées. Toutes les activités doivent être destinées au marché canadien.

15. Que considère Téléfilm comme des « projections dans les communautés » dans le cadre de ce programme?

Les projections dans les communautés se situent en dehors du cadre traditionnel de la sortie en salle. Il peut s'agir de projections spéciales et ciblées destinées aux publics cibles du film, notamment en fonction d'une identité culturelle ou ethnique, d'intérêts ou de thématiques particuliers, d'une ou de plusieurs régions géographiques, ou encore de groupes ou d'organisations communautaires.

Veillez consulter le modèle de budget disponible sur le [site Web](#) pour connaître les coûts admissibles.

16. Que considère Téléfilm comme une « campagne d'impact » dans le cadre de ce programme?

Les campagnes d'impact comprennent généralement des outils d'accompagnement axés sur une cause ou une thématique en parallèle avec la sortie publique du film. Elles peuvent inclure un guide ou une trousse de discussion, une campagne spéciale sur les médias sociaux, des projections ou des événements, ainsi que des activités de mobilisation ciblées sur le terrain.

Veillez consulter le modèle de budget disponible sur le [site Web](#) pour connaître les coûts admissibles.

17. Les coûts de mise en marché et de promotion engagés avant le dépôt de la demande sont-ils admissibles?

Les coûts engagés avant la confirmation du financement par Téléfilm sont à la charge du requérant, car ils pourraient être jugés inadmissibles ou ne pas s'inscrire dans le cadre du plan de mise en marché approuvé par Téléfilm. Téléfilm recommande que les demandes relatives à des sorties en salles commerciales soient soumises au moins 4 semaines avant la date de sortie prévue. Lorsque Téléfilm l'exige, les coûts liés aux projections-tests sont admissibles s'ils sont engagés pendant la postproduction avant la livraison, à condition qu'ils n'aient pas déjà été inclus dans le budget de production du film.

18. Mon film est sorti dans l'année financière précédente. Puis-je demander du financement pour soutenir des sorties subséquentes?

En général, non. En raison du volume des demandes, Téléfilm accorde la priorité aux nouveaux films qui prennent l'affiche au cours de l'exercice financier. Dans certaines circonstances, comme pour les films soutenus dans le cadre de l'initiative de numérisation Cinema Reignited, ou pour des ressorties marquant un anniversaire important (25e anniversaire, 50e anniversaire, etc.), Téléfilm peut offrir un soutien financier si des fonds sont disponibles.

19. Ma société de production assure elle-même la distribution de mon projet. Quels sont les critères pris en compte par Téléfilm pour déterminer le montant de son soutien financier destiné à la mise en marché de ce type de projet?

Téléfilm tiendra compte des besoins du projet tels qu'ils ressortent du plan de mise en marché, de l'engagement de l'exploitant (par exemple, le nombre d'écrans, le nombre de villes), de l'expérience en matière de mise en marché et de distribution du requérant ou des prestataires de services, des antécédents du film ainsi que de la disponibilité des ressources. Le requérant doit disposer d'une expérience suffisante en matière de promotion et de mise en marché pour assurer correctement la sortie du film.

20. Mon projet sera distribué par ma société de production et celle-ci contribuera au financement de sa mise en marché. Ma société de production pourra-t-elle récupérer son financement au même niveau qu'un minimum garanti traditionnel?

Non. Si la demande est déposée par la société de production, il n'y a pas de minimum garanti récupérable.

21. Puis-je inclure les coûts liés aux festivals dans ma demande de mise en marché?

Les coûts liés aux festivals canadiens peuvent être inclus à condition qu'ils n'aient pas déjà été couverts par un autre programme de financement ou assumés par le festival.

Les requérants peuvent uniquement demander le remboursement des coûts liés à la projection publique du film dans le cadre de festivals canadiens (tels que les frais de déplacement, d'hébergement, de relations publiques et de mise en marché). Veuillez consulter le [modèle de budget détaillé](#) pour voir des exemples de coûts de festival admissibles.

22. Mon projet sera présenté au TIFF. Les coûts de sortie du film au TIFF sont-ils récupérables?

Oui. Si le projet est sélectionné au TIFF et qu'il a été financé dans un programme de production de Téléfilm, le requérant peut récupérer au premier palier jusqu'à 15 000\$ des coûts associés à une telle sortie.

Pour les projets qui n'ont pas été financés en production, ces coûts de sortie peuvent être récupérés selon la même structure que tous les autres coûts.

Les coûts doivent être clairement identifiés dans le budget de mise en marché fourni à Téléfilm et la lettre d'invitation de TIFF doit être déposée dans le cadre de la demande de financement.

Les coûts réclamés doivent couvrir les activités liées aux projections publiques du film. Les activités liées à des initiatives commerciales ou de l'industrie ne sont pas admissibles.

23. Les coûts liés à TIFF : THE MARKET sont-ils admissibles dans le cadre du programme de mise en marché?

Non. Le Programme de mise en marché est destiné aux activités de sortie en salle et aux activités destinées aux auditoires. Comme les coûts associés à TIFF : THE MARKET sont axés sur les ventes, ils ne sont pas admissibles. Seuls les coûts liés au festival TIFF qui se rapportent aux projections sont admissibles. Veuillez consulter le modèle de budget disponible sur le [site Web](#) pour connaître les coûts pouvant être inclus.

24. Toutes les demandes pour le doublage et le sous-titrage sont-elles admissibles?

Non. Les Principes directeurs définissent les critères à respecter pour que les demandes liées au doublage et au sous-titrage soient admissibles. Veuillez noter que ces coûts ne sont admissibles que si la version doublée ou sous-titrée du projet doit être diffusée publiquement au Canada. De plus, les coûts de doublage ou sous-titrage déjà financés au stade de la production ou de la postproduction (y compris les versions sous-titrées pour les malentendants) ne sont pas admissibles dans le cadre du Programme de mise en marché.

25. Le doublage effectué par l'IA est-il admissible?

Bien que les outils ou logiciels d'assistance technique utilisant l'IA sont autorisés, le doublage entièrement généré par l'intelligence artificielle n'est pas admissible. Téléfilm n'accepte que les coûts et les services de doublage et sous-titrage effectués au Canada par des entreprises du secteur privé qualifiées, faisant appel à des artistes, des acteurs et actrices, du personnel et des techniciens et techniciennes canadiens.

26. Quelles sont les obligations du requérant concernant les versions sous-titrées ou doublées financées dans le cadre de ce Programme ?

Le requérant doit garantir que la production doublée ou sous-titrée grâce au soutien de ce Programme sera mise à la disposition de la société de production canadienne du projet ou d'une société de distribution ou de vente à l'étranger mandatée par la société de production canadienne. Veuillez contacter votre représentant-e de l'équipe de financement de projets pour plus d'informations.

27. Les coûts étrangers peuvent-ils être inclus dans le budget?

Oui, mais une autorisation préalable de Téléfilm est nécessaire pour que ces coûts soient admissibles. Ces coûts exceptionnels doivent être précisés dans le budget détaillé et dans le plan de mise en marché joints à la demande, et les requérants doivent être en mesure de démontrer l'absence d'expertise disponible au Canada pour les coûts réclamés.