

FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA

PROGRAMME D'AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

PRINCIPES DIRECTEURS 2013 - 2014



1. FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA – AIDE À LA MISE EN MARCHÉ

1.1. Intention et objectifs du programme

Le Fonds du long métrage du Canada (FLMC) cherche à améliorer la viabilité à long terme de l'industrie audiovisuelle canadienne. Ces principes directeurs se rapportent au programme d'aide à la mise en marché du FLMC (le Programme). Ce Programme reflète la priorité de Téléfilm Canada (Téléfilm) d'agir en soutien de l'industrie canadienne des médias afin de l'aider à atteindre de nouveaux niveaux de succès en mettant l'accent sur l'amélioration de l'accès du public aux longs métrages et la stimulation de la demande à l'égard des contenus canadiens. Le Programme cherche à soutenir la mise en marché et la promotion de contenus et de talents canadiens de façon efficace et efficiente. Le Programme finance des activités de mise en marché novatrices qui amélioreront l'accessibilité aux salles de cinéma et donnent au public de meilleures occasions d'accès aux longs métrages grâce à la distribution numérique et à la multiplication des plateformes de visionnement, ce qui élargira la portée des productions et des talents canadiens à l'échelle nationale et internationale.

Téléfilm encourage une diversité de voix par le biais de son portefeuille de longs métrages, en soutenant du contenu canadien prometteur tout en s'assurant que soient représentés une grande variété de genres, de tailles de budgets, de types de sociétés de production, de régions et de points de vue, comme ceux des femmes et des nouveaux talents, ainsi que des projets illustrant la diversité culturelle du pays notamment à travers la présence de communautés autochtones, de minorités linguistiques, etc.

Les allocations au sein du Programme se font sur une base linguistique, approximativement un tiers des fonds étant alloué à des productions de langue française.

Ce Programme vise à soutenir la mise en marché des longs métrages canadiens ayant le plus grand potentiel en salle et sur les nouvelles plateformes. Dans ce cadre, Téléfilm promeut la création de partenariats entre producteurs, distributeurs, exploitants de salles et partenaires internationaux.

Le financement en vertu de ce Programme est accordé en priorité aux films financés dans le cadre du programme de production du FLMC.

2. REQUÉRANTS ADMISSIBLES

2.1. Critères d'admissibilité de base relatifs aux requérants¹

Afin d'être admissible au Programme, un requérant doit être une société de distribution ou de production sous contrôle canadien², conformément aux articles 26 à 28 de la [Loi sur Investissement Canada](#) et dont le siège social est situé au Canada.

¹ Le requérant doit être la société de production ayant produit le film et qui détient les droits de distribution relatifs au film (dans le cas où aucun distributeur n'est lié au film) ou la société de distribution détenant les droits de distribution relatifs au film.

² Téléfilm examinera au cas par cas la possibilité de financer la promotion ou la mise en marché de films admissibles produits par d'autres entités canadiennes.

Qui plus est, le personnel clé exerçant un contrôle sur les finances, la distribution et la mise en marché du film soumis à Téléfilm doivent être des citoyens canadiens au sens de la [Loi sur la citoyenneté](#) ou des résidents permanents au sens de la [Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés](#).

2.2. Sociétés de distribution - critères d'admissibilité supplémentaires

Lorsqu'elle se penche sur l'admissibilité d'une société de distribution, Téléfilm évalue, en plus des critères d'admissibilité de base des requérants, les critères suivants :

- Si la société de distribution exerce ses activités au Canada;
- La stabilité financière de la société de distribution;
- Si la société de distribution exerce principalement ses activités à titre de distributeur de longs métrages.

Qui plus est, la société de distribution doit démontrer son engagement à l'égard de la distribution de longs métrages canadiens à la satisfaction de Téléfilm et elle doit détenir l'expérience et le degré d'expertise nécessaires pour assurer la distribution de la production. Les exigences spécifiques de Téléfilm varient en fonction de la nature et de la portée de la demande soumise à Téléfilm.

Pour accéder à des fonds d'aide à la mise en marché, une société de distribution doit satisfaire aux critères d'admissibilité supplémentaires suivants :

- La société de distribution doit avoir été active dans le domaine de la distribution en salles de cinéma au Canada au cours des deux dernières années et faire preuve d'un volume d'affaires suffisant;
- La société de distribution doit démontrer qu'elle détient et maintiendra en tout temps une expertise pertinente et qu'elle compte un ou plusieurs gestionnaires principaux détenant au moins cinq années d'expérience auprès de la société de distribution ou de sociétés de distribution de taille comparable; et
- Si elle fait partie du groupe³ d'un télédiffuseur canadien, la société de distribution doit être une entité constituée indépendamment en personne morale et son entreprise doit être exploitée séparément de celle du ou des télédiffuseurs dont elle est membre.

Téléfilm peut décider, à son entière discrétion, si une société de distribution a droit ou non aux fonds demandés en vertu de ce Programme et dans quelle mesure. Cette décision peut être révoquée, suspendue ou limitée en tout temps.

2.3. Sociétés de production - critères d'admissibilité supplémentaires

Lorsqu'elle se penche sur l'admissibilité d'une société de production, Téléfilm évalue, en plus des critères d'admissibilité de base des requérants, les critères suivants :

³ Le sens que Téléfilm donne au terme groupe est celui de la [Loi canadienne sur les sociétés par actions](#).

- Si la société de production exerce ses activités au Canada;
- Si elle exploite une entreprise de production de longs métrages;
- Si elle détient une expertise adéquate en promotion et en mise en marché;
- Si elle est financièrement stable (avec les ajustements nécessaires pour les nouvelles sociétés de production n'ayant pas de sociétés mères reconnues).

3. PROJETS ADMISSIBLES⁴

3.1. Critères d'admissibilité de base relatifs aux projets

Afin d'être admissible, un projet doit :

- être un long métrage⁵ qui **soit** :
 - est ou a été financé à l'étape de la production en vertu du programme d'aide à la production du FLMC; **ou**
 - 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 10⁶ en vertu des dispositions de la [Loi de l'impôt sur le revenu](#) (Canada); ou
 - certifié par le ministre du Patrimoine canadien à titre de coproduction audiovisuelle régie par un traité (veuillez vous référer aux principes directeurs intitulés [Coproductions internationales](#) de Téléfilm à cet égard);
- être mis à la disposition du public en français ou en anglais;
- être destiné à une sortie en salle; et
- respecter le Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et les autres normes de programmation reconnues par l'ACR ou le CRTC, et ne contenir aucun élément constituant une infraction en vertu du [Code criminel](#), de nature diffamatoire ou autrement illégal.

3.2. Critères d'admissibilité supplémentaires à l'égard de projets soumis par des sociétés de production

En plus de rencontrer les critères d'admissibilité de base relatifs aux projets, les projets soumis par une société de production admissible sans l'appui d'un distributeur canadien doivent également respecter l'un des deux critères suivants :

- Faire l'objet d'un engagement de la part d'un exploitant à l'égard de la sortie en salle du film; **ou**
- Être sélectionné par un festival canadien reconnu (*veuillez consulter le [site web](#) de Téléfilm pour obtenir le répertoire des festivals nationaux reconnus*).

⁴ Le terme **projet admissible** est utilisé indistinctement des termes **film**, **projet** ou **production** dans le cadre de ces principes directeurs.

⁵ Le terme *long métrage* désigne un film d'au moins 75 minutes.

⁶ 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).

3.3. Critères d'admissibilité supplémentaires relatifs aux projets d'aide au doublage ou au sous-titrage

Les projets désirant obtenir de l'aide pour le doublage ou le sous-titrage doivent respecter les critères d'admissibilité de base relatifs aux projets et avoir été complétés dans leur langue originale. De plus, le doublage ou le sous-titrage ne peut être fait qu'en anglais, en français ou dans une langue autochtone.

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.

4. VOLET SÉLECTIF

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

4.1. Processus de sélection

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 comprendre une sortie en salle, ainsi que les éléments suivants :

- L'énoncé de positionnement du film dans différents marchés;
- La possibilité de commercialisation des différents éléments du film (p. ex. réalisateur, scénariste et/ou acteurs 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;
- La répartition des coûts proposés pour la mise en œuvre de la stratégie.

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; et
- La feuille de route de l'équipe en lien avec la portée de la stratégie de mise en marché proposée.

Les films financés à l'étape de la production dans le cadre du FLMC pour lesquels les distributeurs ont pris des engagements en matière de campagne publicitaire et du nombre de copies prévues pour le lancement du film (« P&A ») bénéficieront d'une plus grande considération.

5. VOLET FONDÉ SUR LA PERFORMANCE⁷ - DISTRIBUTEURS

5.1. Mécanisme des enveloppes des distributeurs

Le FLMC reconnaît le succès en salle au Canada en réservant des ressources (enveloppes fondées sur la performance) à l'intention des distributeurs⁸ ayant connu un succès commercial afin d'appuyer leurs activités admissibles subséquentes. Les objectifs suivants régissent le système des enveloppes afin que l'objectif global du FLMC puisse être atteint :

- les enveloppes ne devraient être accordées qu'aux sociétés ayant les meilleures performances en matière de recettes-guichet au Canada;
- les enveloppes devraient offrir à ces sociétés exceptionnelles une plus grande prévisibilité quant à leur soutien financier, une plus grande autonomie en matière de prise de décisions et une plus grande souplesse quant à l'utilisation des fonds mis à leur disposition, et ce, comparativement aux sociétés qui doivent présenter leurs demandes dans le cadre du volet sélectif.

Lorsque des changements surviennent sur le plan de la gestion ou de la propriété d'une entreprise bénéficiant d'une enveloppe (tels une vente, une fusion, un changement au sein de la direction, etc.), Téléfilm évaluera, à son entière discrétion, si l'engagement des personnes qui ont contribué à la feuille de route de la société et au succès du film en matière de recettes-guichet au Canada reste le même, et si cette société mérite toujours la plus grande autonomie et flexibilité que confère l'enveloppe fondée sur la performance. Si Téléfilm, à son entière discrétion, estime que l'attribution de l'enveloppe fondée sur la performance ne respecte pas l'esprit et l'intention du FLMC, ces fonds seront alors transférés au volet sélectif auquel toutes les sociétés de distribution et de production admissibles peuvent appliquer.

Les clients, et en particulier les distributeurs ayant obtenu une enveloppe fondée sur la performance lors d'un exercice financier⁹ précédent, sont avisés par les présentes de ne pas se fier aux pratiques et aux principes directeurs des années antérieures pour déterminer ou tenter de prévoir le montant des enveloppes qui pourraient leur être accordé l'année suivante et par la suite.

⁷ Veuillez consulter le [site web](#) de Téléfilm pour connaître les modalités régissant le calcul et la répartition des enveloppes de mise en marché fondées sur la performance.

⁸ Bien que les producteurs puissent demander de l'aide à la mise en marché de leurs films en vertu de ce Programme, ils ne sont pas admissibles aux enveloppes d'aide à la mise en marché fondées sur la performance.

⁹ L'exercice financier de Téléfilm s'étend du 1^{er} avril au 31 mars.

5.2. Accès aux enveloppes des distributeurs

Les distributeurs qui bénéficient d'enveloppes fondées sur la performance ont des privilèges (assujettis à certaines conditions) qui ne sont pas offerts aux sociétés devant avoir recours au volet sélectif où la demande est forte et le processus de sélection hautement compétitif. L'accès à une enveloppe ne constitue pas un droit, mais un privilège. Téléfilm se réserve le droit de retirer le privilège d'une enveloppe ou de modifier les conditions d'utilisation de cette enveloppe en tout temps. **Les enveloppes fondées sur la performance ne peuvent en aucun cas être transférées.** Le financement accordé sous la forme d'une enveloppe fondée sur la performance doit être utilisé durant l'exercice financier au cours duquel l'enveloppe a été obtenue.

Téléfilm s'attend à ce que les distributeurs gèrent leurs enveloppes de manière à s'assurer que les ressources nécessaires soient disponibles et accordées en priorité à la sortie en salle de projets financés par le FLMC pour lesquels ces distributeurs ont des engagements de mise en marché. Il faut s'attendre à ce que les films financés par le FLMC à l'étape de la production épuisent rapidement les fonds disponibles dans les enveloppes fondées sur la performance des distributeurs.

Les distributeurs peuvent utiliser leurs enveloppes fondées sur la performance pour des demandes concernant des projets canadiens de langue anglaise ou de langue française.

Téléfilm réservera des fonds 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 de la disponibilité des fonds gouvernementaux. **Téléfilm exige que les distributeurs ayant accès à une enveloppe fondée sur la performance engagent entièrement le montant de cette enveloppe avant de présenter toute demande de financement au volet sélectif.**

Les distributeurs ayant accès à une enveloppe fondée sur la performance doivent fournir à Téléfilm leur stratégie globale de promotion, de mise en marché et de distribution mentionnée à l'article 4.1.

6. COÛTS ADMISSIBLES

Téléfilm offre du financement à l'égard des coûts de mise en marché et de promotion, y compris, notamment, la création de matériel comme des affiches ou des bandes-annonces, les projections test, les tests de mise en marché, la création de campagnes publicitaires, le nombre de copies prévues pour le lancement du film et la publicité (« P&A »), les études auprès de l'auditoire, le doublage et le sous-titrage et les activités de mise en marché en ligne¹⁰ conçues afin de renforcer la promotion et la mise en marché du film.

¹⁰ Parmi les exemples d'activités en ligne, citons notamment la mise en marché en ligne, l'optimisation du référencement et le recours à des technologies du web, le lancement d'un site web à contenu enrichi, la création et l'ajout de contenu dans les médias sociaux (p. ex., blogues, Facebook, Twitter, YouTube) et le personnel assurant une présence continue dans les médias sociaux.

Ce Programme soutient également les coûts encourus dans le cadre de la mise en marché et la distribution d'un long métrage sur des nouvelles plateformes de visionnement comprenant la télévision, la vidéo sur demande et d'autres types de distribution numérique. Les demandes pour des coûts liés à ces plateformes connexes qui démontrent une approche innovatrice permettant d'atteindre le plus vaste public possible seront priorisées. La stratégie et les coûts additionnels liés à ces plateformes doivent être intégrés dans la stratégie globale de mise en marché des requérants.

Dans certains cas exceptionnels, Téléfilm peut autoriser le financement de coûts non canadiens relatifs à des projections test ou à la création de bandes-annonces dans le cadre de ce Programme en raison d'un manque d'expertise au Canada. La stratégie de mise en marché du distributeur doit refléter de tels besoins et le distributeur doit obtenir la préautorisation de Téléfilm à l'égard de ces coûts exceptionnels.

Téléfilm peut décider à son entière discrétion du caractère raisonnable des coûts proposés. Les coûts encourus préalablement à la réception d'une confirmation de financement écrite de la part de Téléfilm ne seront pas admissibles au soutien financier de Téléfilm.

7. MODALITÉS DE FINANCEMENT :

7.1. Méthodes de participation financière

Le financement de Téléfilm est offert sous forme d'avance remboursable ne portant pas intérêt pouvant atteindre 75 % des coûts canadiens de mise en marché admissibles.

7.2. Montant du financement accordé par Téléfilm

Le montant du financement (sous réserve du seuil maximal de 75 % et de la disponibilité générale des fonds) dépend du montant de la demande, de la portée du projet et des antécédents du requérant.

Nonobstant ce qui précède, le financement des sociétés de production peut atteindre 75 % des coûts admissibles jusqu'à concurrence d'un seuil maximal de 50 000 \$.

7.3. Projections tests de projets financés en vertu du FLMC

Les projections tests initiées par les distributeurs pour les projets financés en vertu du FLMC seront assujetties aux règles habituelles de financement (ex : maximum de 75 % des coûts admissibles) et de récupération. Par contre, Téléfilm peut exiger que le distributeur effectue une projection test professionnelle d'un projet FLMC. Dans de tels cas, Téléfilm financera 100% des coûts admissibles liés aux projections test et récupérera ces coûts de la manière décrite à l'article 8. Les projections tests payées par une partie autre que le requérant ne sont pas admissibles et toutes les projections tests doivent être effectuées par une entité approuvée au préalable par Téléfilm.

7.4. Conditions et exigences particulières à l'égard d'activités préliminaires de mise en marché en ligne

Les demandes relatives aux activités préliminaires de mise en marché en ligne doivent être présentées longtemps avant le lancement du projet. Ces demandes doivent être accompagnées d'une lettre d'engagement en production signée par Téléfilm.

7.5. Conditions et exigences particulières à l'égard de l'aide au doublage et au sous-titrage

7.5.1. Coûts admissibles de doublage et de sous-titrage

Téléfilm accepte seulement :

- les coûts et les services relatifs au doublage et au sous-titrage exécutés au Canada par des sociétés du secteur privé qualifiées, faisant appel aux services d'artistes, d'acteurs, d'employés et de techniciens canadiens (selon le cas); et
- 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.

Dans certains cas, Téléfilm peut financer des activités secondaires (des corrections au montage initial, l'adaptation de chansons, etc.) qui se rapportent indirectement au doublage et au sous-titrage d'un long métrage canadien tout en étant essentielles à la réalisation de la production. Téléfilm évaluera ces demandes au cas par cas.

7.5.2. Seuils maximaux de participation au doublage et au sous-titrage

La participation de Téléfilm ne peut excéder les seuils maximaux de participation (c.-à-d., les plafonds) mentionnés ci-dessous. Les coûts excédant ces plafonds doivent être assumés par le requérant.

Sortie d'un long métrage en salle	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 \$

7.5.3. Disponibilité de la version doublée ou sous-titrée

Lorsque le requérant ne détient pas l'exclusivité des droits de distribution dans tous les marchés à l'égard d'une production, il doit garantir que la production doublée ou sous-titrée grâce au soutien du Programme sera mise à la disposition du producteur canadien ou d'une société de distribution ou de vente à l'étranger mandatée par le producteur canadien.

7.5.4. Distribution, partenariats et sous-distribution

Toute association commerciale ou tout contrat de sous-distribution touchant la mise en marché de la version doublée ou sous-titrée de la production dans un secteur de marché ou un média au Canada doivent être faits seulement avec des sociétés sous contrôle canadien (conformément à la définition de la [Loi sur l'investissement Canada](#)) détenant une expertise reconnue dans ces marchés.

Ces ententes doivent être soumises à et approuvées au préalable par Téléfilm et doivent respecter les termes énoncés dans la politique de Téléfilm intitulée [Exigences des contrats et des modalités de distribution](#).

7.5.5. Sociétés exerçant des activités dans des marchés spécialisés

Téléfilm peut participer au financement du doublage et du sous-titrage de projets admissibles devant être distribués dans des marchés spécialisés (c.-à-d., autres que des salles commerciales ou des télédiffuseurs publics ou privés). Les sociétés demandant de l'aide à cet égard doivent détenir des compétences établies en mise en marché et un volume d'affaires suffisant dans le domaine.

8. RÉCUPÉRATION

Téléfilm récupère sa participation financière selon les tableaux de récupération suivants :

8.1. Projets dont le budget de production est inférieur ou égal à 2,5 M\$

Téléfilm récupère sa participation financière selon le barème suivant :

1er palier¹¹	100 % au requérant jusqu'à ce qu'un montant maximal de 30 000 \$ du minimum garanti soit récupéré ¹²
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 palier¹³	100 % au requérant jusqu'à pleine récupération du solde du minimum garanti et de tous les frais supplémentaires de distribution approuvés ¹⁴
5^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de l'autre tranche de 50 % de sa participation financière
6^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée aux projections tests requises par Téléfilm (le cas échéant)
7^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée à la mise en marché en ligne et aux médias sociaux (le cas échéant)

¹¹ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹² Ces dispositions s'appliquent rétroactivement aux projets ayant reçus de l'aide à la mise en marché de Téléfilm au cours des exercices 2009-2010, 2010-2011 et 2011-2012 (le contrat d'aide à la mise en marché de Téléfilm ne doit pas avoir été signé avant le 1^{er} avril 2009). Le service Conformité et Recouvrement de Téléfilm Canada assure la mise en application de ces dispositions, qui pourraient être modifiées lors d'une révision ultérieure des lignes directrices.

¹³ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹⁴ Net de tous frais ou remboursements de coûts payés ou à payer au requérant à même le budget de production.

8.2. Projets dont les budgets de production excèdent 2,5 M\$

Téléfilm récupère sa participation financière selon le barème suivant :

1er palier¹⁵	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
2^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de 50 % de sa participation financière
3^e palier¹⁶	100 % au requérant jusqu'à pleine récupération du solde du minimum garanti et de toutes dépenses supplémentaires de distribution approuvées ¹⁷
4^e palier	100 % à Téléfilm jusqu'à pleine récupération de l'autre tranche de 50 % de sa participation financière
5^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée aux projections tests requises par Téléfilm (le cas échéant)
6^e palier	100 % à Téléfilm pour l'aide financière accordée à la mise en marché en ligne et aux médias sociaux (le cas échéant)

Modalités types de distribution

Téléfilm peut imposer des plafonds ou des limites à l'égard des dépenses et des frais de distribution qui peuvent être déduits. Veuillez consulter la politique [Exigences des contrats et des modalités de distribution](#).

9. PROCESSUS DE DEMANDE

9.1. Comment présenter une demande

Les requérants doivent **poster** le formulaire de demande à leur [bureau régional](#) (aux soins du coordonnateur de projets¹⁸), accompagné du budget standard de Téléfilm et des documents requis. Les [formulaires de demande](#) et la [Charte du service à la clientèle](#) sont disponibles sur le [site web](#) de Téléfilm. Téléfilm informera ses clients lorsqu'eTéléfilm deviendra disponible pour ce Programme et les demandes devront alors être soumises par le biais d'eTéléfilm.

9.2. Quand présenter une demande

9.2.1. Volet sélectif

¹⁵ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹⁶ Ce palier n'est pas applicable si le requérant est une compagnie de production.

¹⁷ Net de tous frais ou remboursements de coûts payés ou à payer au requérant à même le budget de production.

¹⁸ Les coordonnateurs de projets de chacun des bureaux de Téléfilm sont disponibles pour répondre aux questions concernant la demande ou les documents requis. Veuillez consulter la section des [personnes-ressources](#) du site web de Téléfilm afin d'obtenir le nom de la personne-ressource appropriée.

Les demandes sous ce volet 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.

9.2.2. Volet fondé sur la performance

Téléfilm se réserve le droit de retirer le privilège d'une enveloppe fondée sur la performance ou de modifier les conditions d'utilisation de cette enveloppe en tout temps.

Les enveloppes fondées sur la performance doivent être utilisées à 80 % (déboursées) et engagées à 100 % avant le 28 mars. Les sociétés n'ayant pas utilisé la totalité de leur enveloppe fondée sur la performance au 29 novembre doivent, à cette date, déposer une demande en bonne et due forme pour le financement de projets devant utiliser au moins 80 % du solde de l'enveloppe avant le 28 mars.

De plus, afin de satisfaire aux exigences de gestion de la trésorerie de Téléfilm, toute portion de l'enveloppe qui n'aura pas fait l'objet d'un contrat signé avec Téléfilm d'ici le 31 janvier ne sera plus disponible. À cette même date limite du 31 janvier, la portion de l'enveloppe qui ne sera pas déboursée à 80 % au 28 mars ne sera plus disponible.

Téléfilm continuera de consulter l'industrie quant aux futurs changements à ce Programme. À partir de 2014-2015, Téléfilm modifiera ses méthodes de gestion des enveloppes fondées sur la performance. Ces changements seront détaillés dans les principes directeurs 2014-2015 du programme d'aide à la mise en marché du FLMC ou de toute autre façon jugée appropriée par Téléfilm.

10. 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](#).