

FAQ

Programme d'aide à la mise en marché 2014-2015

1. Qu'est-ce que Téléfilm entend accomplir avec les modifications apportées au Programme d'aide à la mise en marché introduites en 2013-2014 ?

L'objectif de Téléfilm est de réduire la bureaucratie et de simplifier les choses pour les clients, ce qui permettra en retour à Téléfilm de mieux gérer ses ressources et d'accroître son efficacité. De plus, les changements visent à améliorer l'efficacité du soutien financier pour mieux refléter les réalités et les pratiques actuelles du marché.

2. Les demandes d'aide à la mise en marché obtiendront-elle un « pointage » de la même façon que les demandes d'aide au développement et à la production?

La feuille de route et la capacité du requérant ont toujours été prises en considération dans l'évaluation de Téléfilm, et elles continueront de l'être. L'évaluation de la demande portera en outre sur la force et le caractère innovateur de la stratégie de mise en marché et de distribution présentée.

3. Qu'est-ce qu'on entend par « destinés à être sortis en salles » et pourquoi est-ce important?

Les demandes présentées en vertu de ce Programme doivent comprendre un volet de sortie en salles. Pour avoir droit à une aide financière pour les efforts de mise en marché et de promotion déployés sur les plateformes numériques, une sortie en salles doit être prévue dans le cadre de la stratégie de lancement globale du projet.

4. Quels sont les types de coûts admissibles additionnels qui seront couverts par le nouveau Programme d'aide à la mise en marché?

Outre les coûts admissibles habituels associés à une sortie en salles, le Programme examinera désormais les coûts de financement associés à la mise en marché et la distribution du long métrage sur des plateformes connexes. Les demandes pour des coûts liés à ces plateformes connexes doivent démontrer une approche innovatrice permettant d'atteindre le plus vaste public possible seront priorisées. Les coûts et la stratégie liés à ces plateformes connexes doivent être intégrés dans la stratégie de mise en marché globale du projet.

Tel qu'indiqué plus haut, une sortie en salles doit également être prévue pour avoir droit à du soutien pour ces activités de mise en marché connexes.

5. Comment la liste des « Festivals canadiens reconnus » est-elle établie?

La liste des festivals canadiens reconnus fait partie de la [liste des festivals et des événements](#) utilisée aux fins de calcul de notre [Indice de réussite](#) et d'évaluation de la [feuille de route](#). Cette liste a été créée à la suite d'une consultation approfondie auprès de l'industrie.

6. Par le passé, je pouvais faire une demande d'aide au doublage et au sous-titrage en plus de mon aide à la mise en marché. Est-ce encore le cas?

Le coût du doublage et du sous-titrage est désormais considéré comme un coût admissible et fait partie du Programme d'aide à la mise en marché. Il n'est plus traité comme un coût additionnel, en sus des autres coûts, et peut maintenant être intégré dans la stratégie de mise en marché. Téléfilm financera désormais jusqu'à 75 % des coûts de doublage et de sous-titrage, sous réserve des seuils maximaux établis dans les principes directeurs. Le solde de ces coûts sera à la charge du requérant.

7. Mon film est sorti en salles mais je n'ai pas encore vendu mon projet à un télédiffuseur. Je désire toutefois présenter une demande d'aide au doublage et au sous-titrage dans l'espoir de conclure une telle vente. Quel sera le seuil de participation de Téléfilm?

Vous pouvez déposer une demande d'aide pourvu que vous répondiez aux critères d'admissibilité (y compris le critère stipulant que la production doit sortir en salles dans sa langue originale). Téléfilm examinera la possibilité de financer jusqu'à 75 % des coûts de doublage et de sous-titrage admissibles, sous réserve des seuils maximaux établis dans les principes directeurs.

8. Une demande peut-elle être déposée par courriel? Dans l'affirmative, à quelle adresse électronique doit-elle être envoyée?

Dans le cadre de ce Programme, les demandes et l'ensemble des documents requis peuvent être acheminées par la poste, par courriel ou par télécopieur au [bureau régional](#) de Téléfilm applicable au requérant (aux soins du coordonnateur de projets¹). Téléfilm informera ses clients lorsqu'eTéléfilm deviendra disponible pour ce Programme et les demandes devront alors être soumises par le biais d'eTéléfilm.

9. Dois-je présenter une demande pour chaque étape de la mise en marché de mon film (activités préliminaires de mise en marché en ligne, campagne principale, puis doublage et sous-titrage, par exemple)?

En ce qui concerne les projets à étapes multiples, Téléfilm entend n'émettre qu'un seul contrat qui sera amendé afin d'inclure les étapes ultérieures le cas échéant.

¹ 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.