

Le comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international

Questions de suivi du 7 décembre 2017 pour Patrimoine canadien

- 1. Si vous avez des recommandations, qui, selon vous, devraient se retrouver dans notre rapport, je vous encourage à nous en faire part. (Sénateur Dawson)**

Puisque l'élaboration des recommandations du rapport est la responsabilité du Comité sénatorial, il serait inapproprié pour les fonctionnaires du ministère du Patrimoine canadien de commenter sur cet item afin de maintenir leur neutralité en tant que fournisseurs de renseignements, et puisque répondre à ces recommandations impliquera vraisemblablement des décisions politiques.

.....

- 2. Vous êtes un dirigeant au sein du ministère que tout le monde considère comme étant la source d'information en matière de culture. Ce que nous souhaitons savoir, c'est quelles sont, selon vos expériences, les lacunes et les difficultés relatives à la prestation de ces programmes et quelles sont, selon vous, les possibilités d'expansion. Si nous le jugeons nécessaire, nous formulerons des recommandations au ministère ou au gouvernement, mais, sur le plan opérationnel, ceci est votre responsabilité. Pourriez-vous nous dire quels sont les obstacles? J'aimerais savoir, par exemple, si c'est un problème au sein de votre ministère ou si c'est plus général. Est-ce un problème au sein de la communauté culturelle, parce que celle-ci est si diverse et difficile à gérer? Nous souhaitons nous appuyer sur vos expériences pour formuler nos recommandations. (Sénatrice Andreychuk)**

Puisque les priorités actuelles du ministère du Patrimoine canadien sur la scène internationale relèvent du mandat politique, et que le personnel du Ministère est chargé de la mise en oeuvre de ces priorités, une réponse au niveau politique permettrait sans doute de répondre à votre question. La diplomatie publique n'a pas été identifiée comme un élément "distinct" qui devrait faire l'objet d'une attention particulière des fonctionnaires du Ministère, ni d'un budget spécifique, mais il y a des liens étroits avec les priorités et programmes existants, comme la Stratégie d'exportation créative et assurer une participation à l'occasion du dialogue culturel international.

.....

- 3. Je trouve intéressant de constater qu'il y a peu d'activités entourant les musées virtuels, un programme amorcé il y a 15 ou 20 ans. Je trouve intéressant de voir qu'il y a peu de collaborations internationales du genre. Peut-être que je ne l'ai pas remarqué parce que je me suis concentrée sur autre chose, alors vous me corrigerez si j'ai tort. L'autre chose qui nous a été beaucoup soulignée, et vous le constaterez en lisant les témoignages que nous avons entendus hier, c'est que les grandes collections, comme celle d'Affaires mondiales, ne sont pas numérisées et publiées en ligne. Encore une fois, cela remonte à la fin des années 1980. Beaucoup d'efforts ont été déployés à l'époque à l'échelle du pays pour mettre en ligne ces collections, afin que des chercheurs internationaux et institutions puissent y avoir accès dans le but de collaborer à l'organisation d'expositions internationales. Ce qui a été publié il y a 10 ans n'est plus en ligne. Nous mettons l'accent sur la numérisation et les plateformes numériques, mais je trouve étrange que nous accusions du recul, à bien des**

égards, par rapport aux années 1990 et au début des années 2000. Pourriez-vous nous faire parvenir de l'information sur ce que le département fait pour soutenir les musées virtuels? (Sénatrice Bovey)

Au sein du ministère du Patrimoine canadien, le Réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP) appuie les musées canadiens dans leur travail de documentation et de gestion de leurs collections, ainsi que dans la diffusion de l'information sur leurs collections afin que ces renseignements soient accessibles aujourd'hui et dans l'avenir. Bien qu'aucune de ses activités ne soutienne directement la conversion de contenus analogiques en formats numériques, le RCIP permet aux organisations patrimoniales de profiter pleinement des technologies numériques. Par exemple:

- Artefacts Canada, la base de données du Canada pour les collections muséales, donne accès à des millions d'enregistrements et d'images des musées canadiens. Le public et les professionnels patrimoniaux nationaux et internationaux utilisent cette ressource pour faire des recherches dans les collections culturelles et naturelles canadiennes. Les centaines de musées contributeurs à travers le Canada peuvent ajouter ou mettre à jour les enregistrements de cette base de données à tout moment.
- Le RCIP collabore avec des musées et des institutions culturelles du Canada pour tester les données ouvertes liées afin d'enrichir l'information fournie par les musées canadiens et d'améliorer l'accès aux collections culturelles et patrimoniales du Canada. En 2016 et en 2017, deux projets expérimentaux ont été entrepris, jetant ainsi les bases d'une modernisation d'Artefacts Canada tournée vers l'avenir.
- Le RCIP fournit des ressources en ligne qui aident les musées à choisir le système de gestion des collections automatisé qui correspond le mieux aux besoins de leur organisation.
- Puisque la normalisation et l'échange des données sont devenus essentiels, le RCIP joue également un rôle de premier plan dans l'élaboration des normes de documentation des collections muséales et des meilleures pratiques. Les tâches connexes comprennent la description et le catalogage des collections, ainsi que la définition et la structuration des données.

Le Programme d'aide aux musées du Ministère du Patrimoine canadien appuie des projets liés à la mise en place ou la mise à niveau d'un système de gestion des collections, incluant la mise en place de nouveaux systèmes numériques de gestion des collections, l'achat et la mise en application de nouveaux logiciels de bases de données, ou la mise à niveau d'un système existant en vue d'ajouter de nouvelles fonctionnalités importantes visant à améliorer la gestion de l'information sur les collections.

Voir documentation ci-jointe pour des renseignements concernant l'état de la numérisation des collections des musées nationaux du Canada.



4. **Nous savons que ceux qui participent à des événements artistiques en personne ont une espérance de vie plus élevée de deux ans, coûtent moins au système de santé et quittent plus rapidement les hôpitaux après une intervention chirurgicale élective. Je trouve intéressant de voir qu'à l'échelle mondiale, les établissements canadiens participent très peu à des projets de recherche importants dans le domaine. J'aimerais connaître la position du ministère quant à la valeur de l'expérience concrète et des objets concrets pour contrebalancer le numérique. Pourriez-vous partager vos sondages dans ce domaine ? Pourriez-vous partager des données précises sur l'impact des sorties au théâtre et de la participation à des activités des arts de la scène ? Est-ce que la communauté médicale a mené de la recherche sur ce domaine? (Sénatrice Bovey)**

Veillez trouver ci-joint les documents suivants :

- *Arts and Culture Key to Healthy BC communities. Presentation by Kelly Hill, Hill Strategies Research 2007.* (Anglais seulement).
- *The Arts, Health and Seniors Project: A three year exploration of the relationship between Arts and Health (BC) (2012)* (Anglais seulement).
- *Environics Research, Les arts et le patrimoine : Sondage sur l'accès et la disponibilité 2016-2017.* Préparé pour le ministère du Patrimoine canadien et le Conseil des arts du Canada.
- *La guérison par les activités créatives : Collection recherche de la Fondation autochtone de guérison.*
- *Hill Strategies, Les arts et le bien-être individuel au Canada Les liens entre les activités culturelles et la santé, le bénévolat, la satisfaction à l'égard de la vie et d'autres indicateurs sociaux en 2010.* Préparé en janvier 2013.
- *Nanos Research, préparé pour le Conseil des arts de l'Ontario, Impressions de l'impact des arts sur la qualité de vie et le bien-être en Ontario.*
- *Putting Arts and Health on the Map (Arts Health BC). Final Report and Inventory of Arts & Health Initiatives in British Columbia. April 2015.* (Anglais seulement).
- *Torjman, Sherri, Culture and recreation: Links to well-being, The Caledon Institute of Social Policy, Ottawa, 2004.* (Anglais seulement).

Documents qui peuvent être trouvés et téléchargés via les liens Web suivants :

- *Creative Arts in Humane Medicine. Cheryl L. McLean. 2014* (Anglais seulement). Peut être acheté ici : <https://www.brusheducation.ca/books/creative-arts-in-humane-medicine>
- l'Association canadienne des organismes artistiques et Fondations communautaires du Canada, Signes vitaux : Arts et appartenance. Avril 2017.

<http://www.capacoa.ca/fr/services/recherche/appartenance>

- *Hill Strategies*. Activités artistiques, culturelles et patrimoniales des Canadiens en 2010. http://www.hillstrategies.com/sites/default/files/Activites_culturelles2010.pdf
- *Michalos A, Kahlke P. Arts and the perceived quality of life in British Columbia* (Anglais seulement). Peut être acheté ici : <https://link.springer.com/article/10.1007/s11205-009-9466-1>
- Music Matters - optimizing music use in hospitals. This study is collaboration between the Music and Health Research Collaboratory at the University of Toronto and Room 217 Foundation. (Anglais seulement). <https://artshealthnetwork.ca/content/music-matters-optimizing-music-use-hospitals>
- L'incidence et les avantages sociaux des arts et de la culture : une étude documentaire (2016). <http://pilot.open.canada.ca/ckan/en/dataset/4a43c49a-2b56-507c-a3f7-9fe2c072de72>
- Valoriser notre culture: Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada (2008). <http://www.conferenceboard.ca/e-library/abstract.aspx?did=2672>

De plus, les sondages de Statistique Canada questionnent souvent les répondants sur leur participation aux activités culturelles ainsi que sur leur état de santé tel qu'auto-déclaré. Compte tenu des grandes tailles d'échantillons, l'ensemble de données offre plusieurs opportunités de recherche additionnelle concernant la relation entre la participation culturelle et les résultats pour la santé. Voici les plus récents sondages qui contiennent ces questions :

- Enquête Sociale Générale 2016 : Les Canadiens au travail et à la maison. http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=5221
Questionnaire: http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Instr_f.pl?Function=assembleInstr&lang=en&Item_Id=302913#qb304887
- CANSIM: La participation dans des activités culturelles au cours des 12 derniers mois, selon le groupe d'âge, le sexe, le statut d'emploi actuel et la santé perçue, Canada, provinces et régions. <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=1210005&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=31&tabMode=dataTable&csid=>
- Enquête sociale générale 2010 - L'emploi du temps. http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&Id=56441
Questionnaire: http://www23.statcan.gc.ca/imdb/pIX_f.pl?Function=showStaticArchiveHTML&fl=http://www23.statcan.gc.ca/imdb-bmdi/instrument/4503_Q2_V1-fra.htm&Item_Id=62271
- Enquête sociale générale 2005 - L'emploi du temps.

http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&Id=7706

Questionnaire:

http://www23.statcan.gc.ca/imdb-bmdi/instrument/4503_Q1_V4-fra.pdf

.....

5. Lancée en septembre 2016, l'initiative Canada créatif a d'abord reçu un investissement de 35 millions de dollars. Comment ces fonds ont-ils été distribués et quels critères ont été utilisés? (Sénatrice Ataullahjan)

Le Budget de 2016 allouait 35 millions de dollars sur deux ans, à compter de 2016-2017, dans le cadre de l'initiative « *Présenter les industries culturelles du Canada au monde entier* ». Ce financement a permis au ministre du Patrimoine canadien (PCH) et à Affaires mondiales Canada (AMC) de soutenir les exportateurs canadiens qui contribuent à favoriser une croissance inclusive, et d'aider les missions canadiennes à l'étranger à faire la promotion de la culture et de la créativité canadiennes sur la scène mondiale, notamment au moyen de la diplomatie culturelle.

Plus précisément, le financement de 2016 à 2018 a soutenu les activités suivantes :

- Augmenter les investissements dans les programmes de financement et les initiatives actuels de PCH, de Téléfilm Canada et d'AMC pour stimuler les exportations et la promotion des artistes et des entrepreneurs canadiens du secteur de la création;
- Tenir des consultations, faire des recherches et acquérir des données en vue d'élaborer la première Stratégie d'exportation créative du Canada; et
- Rebâtir la capacité sur le plan des ressources humaines à PCH et à AMC afin de pouvoir élaborer et mettre en œuvre une nouvelle stratégie d'exportation créative, et dans les missions canadiennes à l'étranger pour appuyer le développement du commerce parmi les industries créatives, la promotion des arts et la diplomatie culturelle.

Les programmes suivants de PCH et de Téléfilm ont reçu du financement dans le cadre du Budget de 2016 spécifiquement pour soutenir les activités d'exportation dans les secteurs culturels canadiens :

- Le **Fonds de la musique du Canada** (PCH), créé en 2001, est le principal programme de soutien du gouvernement fédéral pour la musique canadienne à vocation commerciale. Il vise à stimuler la création musicale et à accroître l'accès à une diversité de musique canadienne partout dans le monde en augmentant la capacité du secteur à affronter la concurrence sur les marchés nationaux et internationaux.
- Le **Fonds du livre du Canada** (PCH), créé en 1979, assure l'accès à une grande diversité de livres d'auteurs canadiens tant au pays qu'à l'étranger. Il fournit une aide financière aux éditeurs et aux organismes de l'industrie au Canada pour compenser les coûts élevés de la production, de la distribution et de la mise en marché des livres.

- Le **Fonds du Canada pour les périodiques** (PCH), créé en 2010, fournit une aide financière à des magazines imprimés, des journaux non quotidiens et des périodiques numériques canadiens pour qu'ils puissent surmonter les désavantages du marché et continuer à offrir aux lecteurs canadiens un contenu diversifié.
- Le **Fonds du Canada pour la présentation des arts** (PCH), créé en 2001, fournit une aide financière aux diffuseurs artistiques qui présentent des festivals artistiques ou des saisons de spectacles professionnels; il appuie également les organismes qui viennent en aide aux diffuseurs artistiques.
- **Téléfilm Canada** vise à démontrer la créativité du Canada et à faire connaître les créateurs canadiens au reste du monde. Il finance principalement la production de longs métrages et soutient la promotion des créateurs et du contenu du secteur audiovisuel au Canada et partout dans le monde. Téléfilm Canada met aussi en œuvre des programmes et des activités de financement à l'appui de la visibilité et de la commercialisation sur la scène internationale, et il présente des recommandations à la ministre du Patrimoine canadien concernant la certification des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

Le Budget de 2016 a accordé de nouveaux fonds sur deux ans au Service de la politique étrangère et de la diplomatie afin de développer des activités qui mettent en vedette des artistes canadiens et faire progresser les priorités canadiennes par la diplomatie culturelle.

Le Budget de 2016 a fourni de nouveaux fonds sur deux ans afin de permettre aux délégués commerciaux d'offrir de l'assistance directe sur le terrain aux entreprises créatives.

Grâce aux fonds du Budget de 2016, PCH a élaboré une Stratégie d'exportation créative.

La Stratégie complète les mécanismes de soutien pour les artistes et les entrepreneurs du secteur de la création qui veulent exporter et présenter leurs œuvres à l'étranger, et elle fournit un moyen d'améliorer la coordination entre les ministères et les organisations en vue de maximiser les avantages tirés de leurs investissements. Tenant compte des facteurs importants qui caractérisent le secteur créatif, la Stratégie proposée était axée sur trois volets complémentaires :

- Accroître les fonds disponibles par l'entremise des programmes existants de PCH et Téléfilm Canada;
- Renforcer la présence des industries créatives canadiennes à l'étranger; et
- Créer un nouveau programme de financement des exportations créatives (Exportation créative Canada) et favoriser la création des relations nécessaires pour conclure des affaires.

La Stratégie d'exportation créative vise à fournir aux entreprises, aux entrepreneurs et aux artistes des industries créatives les ressources dont ils ont besoin pour commencer à exploiter et maximiser leur potentiel d'exportation, et pour élargir leurs débouchés dans les marchés étrangers.

.....

6. Pouvons-nous obtenir une liste des programmes existants avec lesquels vous travaillez et le financement qu'ils reçoivent? Nous devons savoir combien d'argent est dépensé. Nous devons savoir de combien de fonds votre ministère dispose, quels sont vos programmes et où nous pouvons trouver cette information. (Sénatrice Andreychuk)

Il y a près de 60 programmes de financement au ministère du Patrimoine canadien. La meilleure source d'information sur ces programmes, incluant leurs budgets et dépenses, est le Rapport sur les résultats ministériels du Ministère :

<https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/organisation/publications/plans-rapports/rapport-resultats-ministeriel-2016-2017.html>

Prière de noter que le 26 juin 2018, la ministre du Patrimoine canadien a annoncé le lancement de la Stratégie d'exportation créative, qui comprend un nouveau programme de financement consacré à l'exportation :

<https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2018/06/la-ministrejoly-annonce-la-recente-strategie-dexportation-creative-pour-les-industries-creatives-y-compris-un-nouveau-programme-de-financement-cons.html>

.....

7. Avez-vous des sites web que vous combinez qui sont coordonnés entre différents ministères? (Sénatrice Andreychuk)

Les représentants de Patrimoine canadien travaillent en étroite collaboration avec ceux d'Affaires mondiales Canada et des organismes du Portefeuille sur les questions culturelles, mais il n'y a pas de site Web commun pour la diplomatie culturelle.

.....

8. Vous dites utiliser une matrice pour juger de la valeur de vos activités. Pouvons-nous prendre connaissance de cette matrice? Est-elle réservée à votre ministère? (Sénatrice Andreychuk)

Les missions peuvent appliquer au Fonds culturel des missions, lequel tombe sous la responsabilité d'Affaires mondiales Canada.

.....

9. Vous avez mentionné l'UNESCO, et je pense que la politique culturelle internationale vise à échanger les connaissances. À la lumière d'accords de l'UNESCO voulant que les pays qui ont l'expertise nécessaire doivent contribuer à protéger les trésors dans les régions dévastées par la guerre dans le monde, et à la lumière de l'important travail qu'ils ont fait

à Palmyre et en Égypte, je pense qu’il serait utile pour cette étude si vous pouviez nous expliquer le rôle que le Canada a joué dans le cadre de l’accord de l’UNESCO et sa participation. (Sénatrice Bovey)

En 2005, le Canada est devenu le premier membre du G7 qui soit État partie à la Convention de 1954 pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé et à ses deux protocoles. Au Canada, la Convention est mise en œuvre par quatre lois: la Loi sur les crimes contre l'humanité et les crimes de guerre, la Loi sur la défense nationale, la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels et le Code criminel. Le respect de certaines obligations concernant les mesures préparatoires en temps de paix, de même que l'éducation et la formation des Forces armées canadiennes, est assuré par des mesures administratives. Les États parties sont tenus de faire rapport sur leur mise en œuvre de la Convention et des protocoles tous les quatre ans. Le plus récent rapport périodique du Canada est disponible en ligne sur le site Web de l'UNESCO à <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Canada-RapportConvention1954-F.pdf>.

.....

10. Je me demande ce que nous faisons pour faire connaître les œuvres de nos auteurs de renommée internationale et les faire traduire dans d’autres langues. Puisque nous sommes sur le sujet des plateformes créatives, relèvent-elles de Patrimoine canadien, ou incombe-t-il à d’autres pays de s’en occuper? (Sénatrice Bovey)

- Le Canada sera l’invité d’honneur à la Foire du livre de Francfort de 2020. Le contrat conclu entre le gouvernement du Canada et la Foire du livre de Francfort comprend l’obligation de promouvoir et de soutenir la traduction de livres d’auteurs canadiens en allemand. Par ailleurs, l’un des grands objectifs du projet consiste à faire traduire 200 titres d’auteurs canadiens en allemand et à les lancer sur les marchés germanophones d’ici octobre 2020.
- En vue de l’atteinte de cet objectif, le ministère du Patrimoine canadien et le Conseil des arts du Canada ont signé une lettre d’entente en mars 2017 afin de créer un incitatif pour promouvoir la vente des droits de livres d’auteurs canadiens à des maisons d’édition de langue allemande¹. Les deux parties ont convenu que l’incitatif sera offert pour les ouvrages de tous genres. Ainsi, cet incitatif permettra de financer une partie des coûts de traduction et de production d’ouvrages abondamment illustrés (qui n’auraient autrement pas droit à une subvention pour la traduction du contenu uniquement, étant donné le peu de texte que comportent ce genre d’ouvrages habituellement), ainsi que les coûts de promotion d’œuvres littéraires.
- L’incitatif a été annoncé à la Foire du livre de Francfort en octobre 2017, et sera lancé au début 2018.

Conseil des arts du Canada : Traduction – Rayonner au Canada et à l’international

- La composante Traduction du programme Rayonner au Canada finance des activités liées à la traduction d’œuvres littéraires ou d’œuvres dramatiques en français, en anglais ou

dans une langue autochtone (inuit, métis ou Premières Nations), destinées à une publication ou à une présentation au pays.

- La composante Traduction du programme Rayonner à l'international finance la traduction d'œuvres dramatiques et d'œuvres littéraires canadiennes en vue de les présenter ou de les publier à l'étranger.

Conseil des arts du Canada

- Traduction :
http://conseildesarts.ca/initiatives/francfort2020?_ga=2.202767633.107693295.1529013975-1232714878.1529013975

ⁱ Les maisons d'édition de langue allemande peuvent inclure des maisons d'édition situées en Allemagne, en Autriche et en Suisse, où les marchés germanophones sont importants.

COMITÉ PERMANENT DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL

LA NUMÉRISATION DES COLLECTIONS DES MUSÉES NATIONAUX DU

SUJET

- Un survol de l'état de la numérisation des collections des musées nationaux du Canada, y compris des exemples d'initiatives présentement en cours ou disponible au public

CONTEXTE

- Le 7 décembre 2017, le Comité sénatorial permanent des Affaires étrangères et commerce international a demandé des renseignements sur l'état de la numérisation des collections des musées nationaux du Canada ainsi que de leurs disponibilités en ligne.
- En tant que sociétés d'État faisant partie du portefeuille du Patrimoine canadien, les musées nationaux opèrent de façon autonome. Les musées sont responsables de leurs opérations et de la gouvernance de leurs Conseils d'administration respectifs.
- Tous les musées ont confirmés auprès du ministère du Patrimoine canadien que le public peut accéder au minimum à une partie de leurs collections en ligne.
- De plus, ils entreprennent des initiatives qui visent à mobiliser les visiteurs en ligne, leurs permettant d'explorer et d'apprendre davantage sur les collections et les oeuvres.

NOTES SUR LA TERMINOLOGIE

- Les musées peuvent utiliser une terminologie différente pour décrire les items dans leurs collections, par exemple des récits ou dossiers oraux, des documents, des items, des artefacts, des spécimens ou objets. Des lots de spécimen ou collections réfèrent à des groupes de plusieurs items.
 - Il y a une distinction importante entre un dossier numérique et un dossier numérique pouvant être rendu accessible en ligne. Le processus de rendre accessible en ligne un item numérique comprend, par exemple :
 - Le catalogage de l'item ou le lot ;
 - La révision, traduction et préparation pour la mise en ligne du dossier ou des dossiers ;
 - L'affichage et le maintien du dossier ou des dossiers en ligne.
-



Soutien qu'offre le Conseil des arts du Canada aux organisations artistiques et artistes canadiens à l'étranger

23 février 2018

Contexte

Le Plan stratégique 2016-2021 du Conseil Façonner un nouvel avenir énonce quatre engagements stratégiques, dont l'augmentation de la visibilité des artistes et des arts canadiens à l'étranger. En novembre 2016, le Conseil révélait sa stratégie d'investissement dans les engagements de son Plan stratégique, y compris les investissements dans le soutien international doublés d'ici 2021.

Dans le cadre de ces engagements, le soutien international du Conseil peut être divisé en deux catégories énoncées plus bas : l'un fondé sur la demande et l'autre sur la stratégie.

A. Soutien basé sur la demande

Programme d'aide dédié aux activités internationales : Les arts à l'étranger

Pour le Conseil, le principal moyen de venir en aide aux arts et aux artistes canadiens est par le biais de son programme de financement Les arts à l'étranger. Ce programme a vu le jour en avril 2017 en tant qu'élément du nouveau modèle de financement du Conseil.

Les arts à l'étranger souligne la créativité, l'innovation et l'excellence des artistes canadiens en aidant à présenter leurs œuvres dans le monde entier. Ce programme vient en aide aux artistes, aux professionnels des arts et aux groupes et organisations pour augmenter leur visibilité internationale, entreprendre des explorations artistiques ou des échanges avec des collègues internationaux, ainsi qu'encourager les nouveaux marchés et les marchés existants dans un contexte mondial.

Le programme comprend trois résultats escomptés :

- une gamme diversifiée de créations artistiques canadiennes est présentée à l'étranger;
- les artistes et les professionnels des arts ont accès à des débouchés et élaborent des marchés internationaux;
- les artistes et les organisations artistiques ont la capacité de prendre part à des activités internationales.

Les arts à l'étranger est composé de six volets présentés dans le tableau ci-dessous : déplacements, représentation et promotion, traduction, circulation et tournée, résidences et coproductions.

Les arts à l'étranger – Volets

Déplacements	Subventions de projets permettant aux artistes, aux professionnels des arts, aux groupes ainsi qu'aux organisations de voyager à l'étranger pour réseauter, collaborer et bâtir le portrait international de la pratique artistique canadienne
Représentation et promotion	Subventions de projets permettant de venir en aide aux organisations canadiennes représentant des artistes canadiens pour voyager afin de s'établir sur les marchés internationaux et faire la promotion de leur travail à l'étranger
Traduction	Subventions de projets permettant aux organisations canadiennes et étrangères de traduire les œuvres littéraires et dramatiques canadiennes aux fins de publication ou de présentation à l'étranger
Circulation et tournée	Subventions de projets permettant aux artistes, aux groupes ainsi qu'aux organisations canadiens de faire circuler les expositions et de faire des tournées à l'étranger
Résidences	Subventions de projets permettant aux artistes, aux professionnels des arts, aux groupes artistiques ainsi qu'aux organisations artistiques de participer à des résidences à l'étranger
Coproductions	Subventions de projets permettant aux groupes artistiques ainsi qu'aux organisations artistiques canadiens d'être partenaires dans des coproductions internationales de nouvelles œuvres ou d'expositions

Financement des déplacements pour les demandeurs autochtones, inuits ou métis

Il existe également un volet « déplacements » dans le programme du Conseil dédié aux demandeurs autochtones, Créer, connaître et partager : Arts et cultures des Premières Nations, des Inuits et des Métis. Ce programme soutient les artistes et les groupes d'artistes autochtones, les organismes artistiques dirigés par des autochtones et les organismes de développement artistique et culturel qui assurent la vitalité et la résilience de l'écosystème artistique des Autochtones. Le programme comporte un volet « déplacements » offrant des subventions de projets permettant aux artistes, professionnels des arts, groupes ou organismes inuits, métis et des Premières Nations de se déplacer pour assister à des événements importants au Canada ou à l'étranger.

Veuillez noter que les demandeurs autochtones peuvent également présenter des demandes aux programmes de subventions réguliers du Conseil des arts du Canada.

Fonds stratégique – Francfort 2020

Au début de l'année 2018, le Conseil lancera un fonds stratégique ciblé ponctuel dans le cadre du rôle d'invité d'honneur du Canada lors de la Foire du livre de Francfort en 2020, la plus grande foire commerciale pour l'édition de livres. Ce fonds est un programme incitatif pour la traduction et la promotion des livres d'auteurs canadiens en allemand. Les candidats admissibles sont des éditeurs germanophones ayant acheté les droits de livres d'auteurs canadiens. Ce fonds vise à mieux faire connaître les facettes artistiques et culturelles du Canada en Allemagne, ainsi qu'à élargir le marché allemand pour inclure les livres canadiens. Le fonds est un partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien, et son financement provient du Ministère. Plus de détails sur ce fonds seront publiés sur le site Web du Conseil en mars 2018.

B. Soutien fondé sur la stratégie

Cadres stratégiques

L'approche adoptée par le Conseil en matière de soutien international est elle aussi guidée par la stratégie interne. Le Conseil a élaboré un Cadre stratégique international en 2017 pour guider les choix qu'il devra faire afin de veiller à ce que ses ressources, particulièrement dans les partenariats et les initiatives ciblées, soient allouées aux activités ayant la plus grande incidence possible sur le secteur artistique professionnel.

Le Cadre stratégique international est un document interne qui porte principalement sur les domaines ciblés et les régions prioritaires qui ajoutent des directives, de la proactivité et de la précision à la manière dont le Conseil s'engage à doubler son investissement international et à jouer un rôle de dirigeant stratégique à l'échelle mondiale.

Le Conseil a également l'intention de travailler plus étroitement avec PCH et AMC afin de maximiser l'incidence grâce à une approche gouvernementale coordonnée. Les trois parties ont élaboré un cadre de collaboration intitulé « Renouvellement de l'engagement culturel international du Canada » (approuvé en décembre 2017), dans lequel les partenaires s'engagent à collaborer activement et de façon ciblée. Ce cadre permettra l'élaboration de nouveaux marchés et de possibilités de leadership international pour les artistes et les créateurs canadiens, favorisera la projection de l'excellence canadienne partout dans le monde, et renforcera la diplomatie culturelle.

Partenariats et initiatives

Parmi les principaux moyens de respecter l'engagement international du Conseil, on compte les partenariats et les initiatives stratégiques. Les partenariats tirent parti des ressources financières et les augmentent, accroissent la crédibilité et l'influence du Conseil, et lui permettent de combler les lacunes et de profiter des possibilités qui ne peuvent être abordées autrement.

Voici une liste des initiatives et des partenariats actuels du Conseil en matière d'activités internationales.

Conseil des arts du Canada – Initiatives et partenariats actuels en matière d’activités internationales (Février 2018)	
Partenariat ou initiative	Description
Musée des beaux-arts du Canada	Entente de coopération sur la production de la représentation du Canada lors de la Biennale de Venise en arts visuels, et pour que le Musée des beaux-arts facilite l’utilisation du Pavillon du Canada pour la représentation du Canada lors de la Biennale de Venise en architecture. L’entente permet également la poursuite conjointe d’autres projets internationaux d’intérêt commun, notamment la participation du Canada lors de la Biennale de Venise en architecture.
Centre national des Arts	Entente pluriannuelle de partenariat pour un nombre d’initiatives d’intérêt commun, dont certaines ont une dimension internationale.
Salzburg Global Seminar (SGS)	Entente pluriannuelle visant à envoyer cinq jeunes dirigeants canadiens du secteur artistique (âgés de 25 à 35 ans) chaque année au forum SGS pour les jeunes innovateurs dans le domaine culturel, et ainsi former le premier groupe de jeunes innovateurs culturels au Canada. Le partenariat durera quatre ans (2017-2020) et assurera la participation de 20 jeunes dirigeants canadiens au forum pour les jeunes innovateurs dans le domaine culturel.
Korea Arts Management Services	Partenariat pour la création d’un lien entre la Corée et le Canada, c’est-à-dire un échange professionnel entre diffuseurs de musique du monde canadiens et coréens.
Le Secrétariat de la culture des États-Unis du Mexique	Le Secrétariat de la culture des États-Unis du Mexique et le Conseil ont une lettre d’intention pour la création d’une relation de coopération amicale permanente qui énonce les objectifs communs et élabore un cadre en vue d’une future collaboration dans le cadre d’activités d’échange et de promotion artistique.
International Society for the Performing Arts (ISPA)	Entente pluriannuelle visant à appuyer le « Programme régional de bourses du Canada », qui permet à cinq dirigeants canadiens des arts de la scène en milieu de carrière d’avoir accès aux congrès de l’ISPA pendant trois ans, et d’adhérer à leur réseau international influent de dirigeants artistiques.
Conseil des arts de l’Australie et Creative New Zealand	Partenariat sur l’échange trinational, qui rassemble les producteurs, les diffuseurs, les artistes et les conservateurs autochtones du Canada, de l’Australie et de la Nouvelle-Zélande pour réaliser un échange professionnel et élaborer des projets de collaboration.

Conseil britannique	Partenariat visant à favoriser la progression du modèle britannique de formation en performance décontractée au Canada, qui forme le personnel de lieux de performance en direct sur la manière de présenter des spectacles à des publics ayant des exigences en matière d'invalidité, en vue de favoriser une culture d'arts accessibles à tous. Ce partenariat consiste également à favoriser la participation des dirigeants artistiques canadiens au programme Momentum, qui fournit des possibilités de leadership et de réseautage.
World Music Expo (WOMEX)	Le Conseil des arts du Canada organise la présence canadienne annuelle à WOMEX, la plus grande foire commerciale pour la musique du monde. Un nombre d'entreprises, d'agents, de gérants et d'artistes canadiens y participent.
Conférence de l'Association of Performing Arts Presenters (APAP)	Le Conseil des arts du Canada organise la présence canadienne annuelle à la salle de la foire commerciale de l'APAP, la plus grande foire commerciale pour les arts de la scène. Surnommée l'« allée canadienne », la rangée de kiosques canadiens à la foire aide à mieux faire connaître le Canada dans ce marché achalandé et appuie les entreprises canadiennes à faire des affaires.
Réseau international des arts du spectacle contemporains (IETM) (adhésion)	<p>L'IETM est un réseau de plus de 500 organisations et membres individuels du monde entier qui travaillent dans le secteur des arts du spectacle contemporains : le théâtre, la danse, le cirque, les formes artistiques vivantes interdisciplinaires et les nouveaux médias.</p> <p>Le réseau est composé de festivals, entreprises, producteurs, théâtres, centres de recherche et de ressources, universités, et organes institutionnels.</p> <p>Le réseau organise deux réunions plénières par an dans différentes villes européennes, et régulièrement d'autres plus petites partout dans le monde. En outre, il commande des publications et des projets de recherche, facilite la communication et la diffusion d'information, et défend la valeur des arts du spectacle. Le Conseil a envoyé des délégations d'artistes à la réunion plénière du printemps en 2015, 2016 et 2017.</p>
Centre canadien à l'Edinburgh Festival Fringe	<p>Le Conseil des arts du Canada, l'ambassade du Canada (Maison du Canada) au Royaume-Uni, le consulat du Québec à Londres et le Conseil britannique au Canada se sont associés à Michael Rubinfeld et Selfconscious Productions pour produire en 2017 le Centre canadien inaugural au plus grand festival de théâtre au monde – l'Edinburgh Festival Fringe.</p> <p>Le Centre canadien était la principale représentation du Canada lors de l'édition 2017 du festival qui avait lieu du 4 au 28 août. Ce lieu de spectacle polyvalent a offert six pièces de théâtre canadiennes spéciales provenant de partout au pays.</p>

	<p>Fort du succès de l'édition 2017, avec ses 300 présentateurs, prix et tournées, le Conseil et ses partenaires travaillent actuellement sur le Centre canadien 2018.</p>
<p>Commission internationale du théâtre francophone (CITF)</p>	<p>Les gouvernements de la Belgique, du Canada, de la France et du Québec sont les membres fondateurs de la CITF. L'Organisation internationale de la Francophonie est un observateur permanent. La Commission appuie les projets théâtraux de collaboration dans l'espace de la Francophonie. Le Conseil est responsable de la participation du Canada à la CITF au nom du ministère du Patrimoine canadien. La prochaine réunion annuelle aura lieu à Dakar, au Sénégal, à la fin avril.</p>

Forums internationaux

Le Conseil travaille également à rehausser le profil des arts et des artistes canadiens grâce à sa participation et à son leadership dans les principaux forums internationaux. En 2017, Simon Brault a représenté le Canada lors du tout premier Sommet du G7 sur la culture à Florence, accompagné de la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly. En tant que membre de la Fédération internationale de conseil des arts et agences culturelles (FICAAC), M. Brault a pris la parole lors du 7^e Sommet mondial sur les arts et la culture à Malte. Avec des membres du conseil des arts et du ministère de la Culture répartis dans plus de 80 pays, la FICAAC est une plateforme et un réseau mondial précieux visant à favoriser la réciprocité et à diffuser l'expertise dans le contexte culturel mondial.

En mai 2018, le Conseil accueillera le premier Sommet des Amériques sur la culture, en partenariat avec la FICAAC et le ministère de la Culture en Argentine. Le Sommet réunira les leaders du financement public des arts et de la culture de partout en Amérique pour qu'ils discutent de leur rôle et de leur impact sur l'essor de la citoyenneté culturelle.

Ces événements représentent une excellente occasion pour le Conseil de promouvoir plusieurs idées auprès de la communauté internationale, notamment l'autodétermination des Autochtones, le besoin d'assurer un accès équitable au financement des arts, et l'importance du développement de la citoyenneté culturelle à l'échelle mondiale. Ces événements profitent aux artistes et aux organisations artistiques du Canada en renforçant la compréhension de leur travail ainsi que l'intérêt qu'il suscite partout dans le monde.

CBC/RADIO-CANADA : FAIRE RAYONNER LA CULTURE CANADIENNE ICI ET À L'ÉTRANGER

CBC/Radio-Canada aide les Canadiens à créer des histoires et à les faire connaître, ici comme ailleurs, depuis plus de 80 ans. D'abord à la radio, puis à la télévision et sur le web, et maintenant sur les plateformes numériques et mobiles, nous adaptons sans cesse nos contenus pour raconter ces histoires incroyables au plus grand nombre.

Partout dans le monde, les histoires et les talents canadiens suscitent plus d'intérêt que jamais. Le moment est donc idéal pour renforcer l'image du Canada, mettre de l'avant nos créateurs et véhiculer les valeurs canadiennes. À titre de diffuseur public national du Canada, nous jouons un rôle essentiel pour dynamiser l'économie culturelle et accroître la visibilité du Canada sur la scène mondiale.

Le présent document résume nos actions pour promouvoir la culture et les histoires canadiennes auprès des auditoires, au Canada et à l'étranger, sur nos plateformes en français et en anglais.

Notre marque et notre expertise comme outils de promotion à l'échelle mondiale

La culture génère 93 milliards de dollars par an dans l'économie canadienne. En plus d'offrir une programmation variée sur ses plateformes, CBC/Radio-Canada joue un rôle important pour les industries culturelles, notamment en ce qui concerne leur impact économique au pays :

- En télévision seulement, nos investissements financent plus de 10 000 emplois au pays, et c'est en plus des 7 200 Canadiens que nous employons.
- Nous investissons chaque année près de 700 millions de dollars dans la création de contenu canadien, et nous sommes la seule entreprise de médias au Canada qui diffuse près de 90 % de contenu canadien aux heures de grande écoute.
- Nous soutenons la croissance du numérique au Canada. Nous avons doublé notre portée numérique deux ans et demi plus tôt que prévu : tous les mois, 18 millions de Canadiens en moyenne se rendent sur nos sites numériques¹.
- Nous sommes l'entreprise médiatique numérique numéro un au Canada et la marque médiatique qui a le plus la confiance des Canadiens².

CBC/Radio-Canada se sert de ses réseaux pour faire la promotion des valeurs, des histoires et des talents canadiens, ici et à l'étranger. Cinéma, télévision, musique ou édition, la Société travaille avec des talents de tous les secteurs des industries canadiennes de la création. Nous donnons aux créateurs canadiens l'occasion de perfectionner leur art, et nous faisons leur promotion dans des festivals et des marchés internationaux, ainsi que sur nos plateformes et nos comptes de médias sociaux. Arcade Fire, Sam Roberts Band, Coeur de pirate, A Tribe Called Red, The Weeknd, Ria Mae,

¹ <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/media-centre/2017/12/11/>

² [https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Most Influential Brands-Canada-2016.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Most%20Influential%20Brands-Canada-2016.pdf)

Serena Ryder, Dan Aykroyd, Martin Short, Donald Sutherland, Alex Trebek, Fred Rogers, Catherine O'Hara, Christopher Plummer, Michael J. Fox, Suzanne Clément : tous ces artistes ont bénéficié du soutien de CBC/Radio-Canada et de la visibilité que peut offrir le diffuseur public.

Pleins feux sur la télévision et le cinéma canadiens

Coproductions

Les coproductions sont généralement réalisées avec des partenaires de pays avec lesquels le Canada a signé un traité ou un protocole d'entente. Cette pratique a pour effet d'augmenter les investissements étrangers, d'élargir le bassin de talents disponibles et d'accroître la valeur associée à la production d'une émission.

En janvier 2015, CBC a diffusé *The Book of Negroes*, une minisérie en six épisodes basée sur le roman – encensé par la critique – de Lawrence Hill et réunissant des acteurs de plusieurs pays : Aunjanue Ellis, Ben Chaplin, Cuba Gooding Jr., Louis Gossett Jr. ainsi que les Canadiens Allan Hawco et Cara Ricketts. Cette coproduction sud-africaine réalisée avec Conquering Lion Pictures (Toronto) a été tournée en Nouvelle-Écosse et en Afrique du Sud. Parmi les réalisations notables de cette production, mentionnons sa diffusion sur la chaîne américaine BET (Black Entertainment Television). Saluée par la critique, la série a été mise en nomination aux Critics' Choice Awards de la Broadcast Television Journalists Association et aux Peabody Awards, et a obtenu 12 prix Écrans canadiens. Elle a été distribuée à l'échelle internationale par Entertainment One, et peut toujours être regardée sur CBC.ca et sur Hulu, ou encore achetée sur iTunes.

CBC/Radio-Canada et des producteurs indépendants continuent de réaliser des contenus en association avec de nouveaux partenaires numériques comme Netflix. Au cours de la dernière année, nous avons développé deux histoires canadiennes selon ce modèle : *Anne* et la minisérie *Alias Grace*, basées respectivement sur les romans de Lucy M. Montgomery et de Margaret Atwood, tous deux acclamés par la critique. Le travail en coproduction avec Netflix nous donne accès aux investissements et à la plateforme nécessaires pour faire des histoires canadiennes des succès mondiaux. D'ailleurs, *Anne* arrive actuellement au quatrième rang des séries regardées en rafale sur Netflix dans le monde³. Par ailleurs, les producteurs indépendants canadiens utilisent Netflix comme plateforme de distribution pour promouvoir des émissions présentées par CBC à l'extérieur du Canada, comme *Heartland*, *Mr. D*, *Murdoch Mysteries*, *Dragons' Den*, *Schitt's Creek* et *Kim's Convenience*.

Festivals et marchés internationaux

CBC et Radio-Canada profitent des festivals et des marchés internationaux pour faire la promotion des émissions canadiennes sur la scène internationale et pour attirer des acheteurs étrangers. Avec plus de 480 000 visiteurs chaque année, le Festival international du film de Toronto (TIFF) est le plus grand festival de cinéma ouvert au public du monde, tout juste après Cannes. En septembre 2017,

³ <http://www.Indiewire.com/2017/12/netflix-most-binge-watched-shows-2017-american-vandal-13-reasons-why-1201906142/>

nous avons réussi à y faire diffuser en grande primeur la minisérie *Alias Grace*, même si cet événement est habituellement réservé aux films. Ce rayonnement international contribue à faire connaître nos productions aux acheteurs et aux critiques de cinéma ou de télévision. À ce chapitre, le *New York Times* a louangé le travail de la réalisatrice Sarah Polley, de l'écrivaine Margaret Atwood et de l'actrice Sarah Gadon dans le rôle-titre – trois Canadiennes.

L'année dernière au TIFF, CBC a lancé une nouvelle initiative pour soutenir la diversité en scénarisation : la bourse TIFF-CBC Diverse Screenwriters Grant, d'une valeur de 10 000 \$. Remise à l'auteur canadien d'un scénario de long métrage exceptionnel, elle s'adresse aux femmes, aux autochtones, aux membres des minorités visibles et aux personnes handicapées. Cette initiative viendra accroître le niveau de diversité dans les films sélectionnés pour le Breaking Barriers Film Fund de CBC. Quand les films seront prêts, ils seront projetés dans plusieurs festivals et marchés internationaux, y compris le TIFF, ce qui augmentera la visibilité des films et des talents canadiens partout dans le monde.

La francophonie

Étant donné les réalités différentes des marchés francophones et anglophones au Canada, nous leur appliquons des approches différentes. Radio-Canada est un partenaire de TV5 Canada, qui fait partie du réseau TV5 Monde, au deuxième rang mondial pour ce qui est de la distribution et présent dans plus de 180 millions de foyers répartis dans plus de 200 pays. TV5 diffuse une variété d'émissions en français produites au Canada comme partout ailleurs dans le monde, y compris des dramatiques et des documentaires, entre autres genres, de Radio-Canada.

Radio-Canada a récemment annoncé trois nouvelles initiatives pour soutenir le développement et la promotion de productions francophones. En tirant profit de ses relations avec des distributeurs et des diffuseurs publics d'ailleurs dans le monde, Radio-Canada maximise les chances de petits producteurs indépendants francophones de percer à l'étranger.

Radio-Canada a noué des alliances stratégiques avec quatre distributeurs canadiens et internationaux (Cineflix Rights, Keshet International, Nordic World et France Télévisions Distribution) afin de créer un nouveau réseau de distribution. Les producteurs indépendants francophones auront ainsi plus de chances de faire voyager leurs émissions.

Radio-Canada investit aussi 2,5 millions de dollars sur cinq ans pour soutenir les émissions francophones qui ont un fort potentiel de succès à l'international, mais qui gagneraient à être mieux soutenues.

En partenariat avec des diffuseurs publics de partout dans le monde, CBC/Radio-Canada a développé Panora.tv, une plateforme d'achat de contenus. Les diffuseurs publics partenaires peuvent y accéder et acheter les droits de diffusion de documentaires étrangers pour les présenter sur leurs propres réseaux.

Promotion des histoires canadiennes et de notre dynamique scène musicale

Réalité, culture et histoires autochtones

CBC/Radio-Canada est résolue à montrer la réalité autochtone de chez nous aux Canadiens – autochtones ou non – et aux auditoires à l'étranger. Nous diffusons en ligne des contenus radiophoniques en huit langues autochtones pour aider les auditeurs d'ici et d'ailleurs à mieux comprendre la vie dans le Nord du Canada et dans les communautés autochtones. Voici quelques-unes de nos initiatives:

- Projet *I Am Indigenous*
- Angelique's Isle (Breaking Barriers Film Fund)
- Sites web CBC Indigenous et Espaces autochtones
- Émissions Unreserved et Reclaimed de CBC Radio, diffusées à l'international sur nos plateformes numériques
- Série en balado Who Killed Alberta Williams?, qui s'inscrit dans notre enquête continue sur les femmes et les filles autochtones disparues et assassinées

Les auteurs canadiens en vedette

CBC/Radio-Canada soutient activement les auteurs canadiens et leurs œuvres. Nous faisons la part belle aux livres canadiens à la télévision; nous appuyons les écrivains canadiens en devenant avec Canada Writes, les CBC Literary Prizes et les Prix de la création; nous partageons l'amour des Canadiens pour les livres avec Canada Reads, The Next Chapter, Writers & Company, Plus on est de fous, plus on lit! et Lire; et nous publions des livres audio sur notre portail web ICI on lit.

Les finalistes de *Canada Reads* voient les ventes de leur livre monter en flèche dans les semaines précédant les débats, et l'œuvre gagnante figure sur la liste des meilleurs vendeurs pendant des mois. Souvent, ces histoires finissent par être adaptées pour la télévision au Canada et ailleurs dans le monde, et leurs auteurs voient leurs œuvres ajoutées à des listes des meilleurs vendeurs à l'international. Les livres qui ont remporté la palme dans le passé comprennent *Fifteen Dogs* d'André Alexis, *The Best Laid Plans* de Terry Fallis, *The Book of Negroes* de Lawrence Hill et *Lullabies for Little Criminals* de Heather O'Neill.

Une vitrine pour les musiciens canadiens

Nous sommes fiers de contribuer au succès des musiciens canadiens sur la scène internationale. Arcade Fire, Sam Roberts Band, Karim Ouellet, Lisa LeBlanc, Louis-Jean Cormier, Charles Richard-Hamelin et Cœur de pirate : voilà un échantillon des Canadiens qui ont diffusé leur musique à l'échelle nationale pour la toute première fois sur CBC Music ou ICI Musique. De plus, des initiatives comme Révélation, Searchlight et le prix Polaris ont aussi permis à des artistes émergents de faire découvrir leur musique aux Canadiens et de percer sur la scène internationale.

CBC/Radio-Canada tire également parti de ses partenariats internationaux pour soutenir des artistes partout dans le monde. Certaines émissions de CBC sont diffusées en souscription sur les réseaux National Public Radio et Public Radio International et attirent plus de 1 250 000 auditeurs en Amérique du Nord, et sont aussi disponibles partout dans le monde sur nos plateformes mobiles et numériques. Tous les jours, les auditeurs de l'émission Q découvrent des artistes canadiens du monde de la musique, de la télévision, du cinéma, des arts visuels, du théâtre et de l'humour. L'émission est écoutée quotidiennement sur les ondes de plus de 100 stations de radio publiques américaines membres du réseau Public Radio International (y compris dans de grands marchés comme New York, LA, Chicago, Miami et Seattle) et est diffusée trois fois par jour en Amérique du Nord sur la chaîne 169 de SiriusXM.

Cette année, la plus prestigieuse cérémonie de remise de prix dans le domaine de la musique du Canada, les Junos, sera présentée en direct sur CBC depuis Vancouver le 25 mars 2018. Cette diffusion en direct sera aussi disponible partout dans le monde sur toutes les applications et les plateformes numériques de CBC.

Le succès des balados

CBC est devenue un chef de file mondial dans le marché des balados : nos histoires canadiennes audionumériques sont écoutées partout dans le monde. La série en balado Someone Knows Something, qui raconte de véritables enquêtes policières, s'est hissée en première position des téléchargements de balados sur iTunes et figure parmi les balados les plus populaires au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Australie. L'été dernier, la série documentaire On Drugs de CBC a été le balado le plus téléchargé au Canada, aux États-Unis et en Australie. Les contenus audio originaux de Radio-Canada, accessibles sur iTunes et sur ICI PREMIÈRE, sont également très appréciés des auditoires francophones de partout dans le monde.

Couverture de l'actualité internationale et Radio Canada International

Pour veiller à ce que les Canadiens aient accès à des nouvelles internationales présentées selon un point de vue canadien, CBC News et l'Information de Radio-Canada assurent la présence la plus étendue qui soit à l'international pour les Canadiens avec neuf bureaux à l'étranger. Et c'est sans compter les minibureaux ouverts dans des endroits clés en fonction des actualités.

Radio Canada International (RCI), un service web interactif, permet aux auditoires étrangers de découvrir la société canadienne en cinq langues : le français, l'anglais, l'espagnol, l'arabe et le mandarin. Sur son site web, dans les médias sociaux et dans des magazines en ligne, RCI fait la promotion du travail d'artistes canadiens, y compris des cinéastes, ainsi que de coproductions originales, et propose de l'information sur l'actualité canadienne à des auditoires internationaux qui souhaitent en apprendre plus sur le Canada et sa population.

CBC/Radio-Canada collabore également sur des projets avec des reporters d'autres pays, comme pour Eye on the Arctic, une coproduction entre le Canada, le Danemark, la Finlande, l'Islande, la Norvège, la Suède et les États-Unis portant sur les questions propres à l'Arctique. Imaginé et coordonné par RCI, ce projet rassemble des journalistes de la presse écrite, de la radio et de la

télévision des pays partenaires, qui décrivent la réalité des communautés et des peuples directement touchés par le réchauffement climatique. Les participants font également la promotion d'artistes locaux et montrent les conditions de vie et de travail en Arctique.

(2 mars 2018)

Description des activités de l'ONF qui soutiennent les cinéastes canadiens à l'étranger¹

Conformément à sa loi habilitante, l'ONF est un producteur et un distributeur public d'œuvres audiovisuelles. Il vise à refléter la grande variété des histoires et perspectives canadiennes dans les médias audiovisuels et à les rendre accessibles à la population canadienne et au reste du monde. Depuis 75 ans, l'ONF joue un rôle clé en documentant l'histoire du Canada pour les Canadiens et le monde entier.

L'ONF remplit son rôle de distributeur en faisant en sorte que les auditoires canadiens et du reste du monde puissent accéder à ses contenus canadiens et interagir avec ceux-ci sur l'ensemble des plateformes médiatiques disponibles. Il s'acquitte de cette responsabilité par le biais des activités suivantes :

1. la conservation, la préservation et la numérisation des œuvres (collection cinématographique, d'intérêt patrimonial);
2. la distribution des œuvres et l'interaction avec les auditoires (incl. sur les marchés internationaux);
3. la promotion des œuvres et le rayonnement de l'ONF (incl. auprès de l'industrie nationale et internationale).

Les activités de distribution et de promotion de ses œuvres sont donc les principales activités de l'ONF pour rejoindre les publics internationaux. La participation de l'ONF et de ses productions au circuit des festivals internationaux de films constitue la meilleure porte d'entrée vers les marchés internationaux.

Au Canada, les festivals offrent une plateforme permettant à l'ONF de rejoindre son premier public, la population canadienne, et lui assurent une position de chef de file comme producteur et distributeur de films documentaires, d'animation et d'œuvres interactives. En outre, les festivals favorisent le lancement de certains projets dans les réseaux de distribution nationaux.

À l'étranger, les festivals contribuent à mieux faire connaître l'institution et à consolider son image de marque. Ils aident aussi l'ONF à remplir une partie de son mandat, soit sensibiliser la communauté internationale à la culture canadienne. Enfin, ces festivals facilitent le positionnement des productions sur le marché international et les plus prestigieuses leur offrent la possibilité de remporter des prix marquants de l'industrie, ce qui peut avoir une incidence sur leurs ventes.

Ainsi, les objectifs poursuivis en matière d'activités de rayonnement international visent essentiellement à :

- faire reconnaître le leadership mondial de l'ONF en matière de création et d'innovation, dans le secteur du film et dans celui des nouvelles plateformes;
- favoriser le positionnement des productions en vue de leur distribution;
- rejoindre le public de base de l'ONF;

¹ Source : *Rapport d'évaluation des activités de rayonnement international (festivals)*, avril 2014 : <http://onf-nfb.gc.ca/fr/a-propos-de-lonf/publications/publications-institutionnelles/>

- offrir un soutien à la carrière des cinéastes.

Chaque année, les productions de l'ONF sont présentées dans quelque 250 festivals d'envergure aux quatre coins du monde. L'ONF propose de nouveaux films à des festivals prestigieux comme ceux de Sundance, Berlin, Cannes, Annecy, Venise, Toronto (Toronto International Film Festival et Hot Docs) et Amsterdam.

Résultats 2016-2017

Chaque année l'ONF fournit ses résultats dans son *Rapport annuel* et son *Rapport sur les résultats ministériels* (RRM) (anciennement *Rapport ministériel sur le rendement*).

Quelques faits saillants tirés du *Rapport annuel 2016-2017* de l'ONF :

- **Projections au Canada et à l'International**

Un total de 6020 de projections communautaires, dans les festivals et en salle.

Parmi les plus grands succès à l'étranger, il faut mentionner la sortie dans les cinémas en France, à l'occasion de la Journée internationale des femmes, du documentaire primé GULÛSTAN, TERRE DE ROSES, de Zaynê Akyol, qui suit des combattantes qui luttent pour leur terre et contre Daech, le groupe armé État islamique. Le documentaire THE APOLOGY (AVANT QU'IL NE SOIT TROP TARD...), de la réalisatrice Tiffany Hsiung, a quant à lui été lancé dans 66 salles de cinéma en Corée du Sud.

- **Prix et reconnaissances (Nombre de prix remportés dans les festivals et les galas)**

En 2016-2017, l'ONF a reçu 141 prix, soit plus du double par rapport à l'année précédente. De ce nombre, 67 ont été remportés au Canada et 74 à l'étranger. Le film d'animation VAYSHA L'AVEUGLE a obtenu un record de 28 prix, suivi d'UNE TÊTE DISPARAÎT, qui a décroché 14 prix, et d'ANGRY INUK (INUK EN COLÈRE), avec 1 distinction.

Dans le *RRM 2016-2017*, l'ONF a établi les attentes et les indicateurs suivants pour les activités à l'International.

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date d'atteinte de la cible	Résultats réels 2016-2017	Résultats réels 2015-2016	Résultats réels 2014-2015
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices.	Pourcentage de prix et d'hommages prestigieux par rapport au nombre total de prix remportés dans les	25 %	31 mars 2018	29 %	21 %	29 %

	festivals canadiens et internationaux¹					
L'ONF participe à des événements de portée historique et culturelle faisant la promotion de la culture et des valeurs canadiennes.	Nombre de productions réalisées pour des projets nationaux et internationaux d'envergure	13	31 mars 2018	13	15	16

Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international (AEFA) -> sénatrice Raynell Andreychuk

La vision de Téléfilm Canada : des productions canadiennes, sur toutes les plateformes de consommation, au Canada et à l'étranger.

Téléfilm appuie les artistes canadiens dans le cadre de ses programmes de financement :

Programmes de production

Téléfilm finance des coproductions (producteurs canadiens et étrangers). Depuis les cinq dernières années, environ 20 % du total du financement en production fut alloué aux coproductions canadiennes internationales.

Une analyse des résultats obtenus par les films soutenus par Téléfilm au cours d'une période de 12 ans démontre que les films produits en coproduction obtiennent de meilleurs résultats tant sur le plan commercial que sur le plan culturel, en plus de produire un meilleur retour sur les investissements pour Téléfilm :

- les revenus totaux des coproductions sont en moyenne deux fois plus élevés que les productions uniquement canadiennes (galvanisés par les revenus des marchés étrangers);
- les coproductions sont plus souvent sélectionnées (59 % de plus) et remportent plus de prix dans les festivals de films internationaux (69 % de plus) que les productions uniquement canadiennes.

2016-2017	2015-2016	2014-2015
16 copro	17 copro	18 copro
15.6M\$	8.8M\$	14.5M\$

Contribution au Fonds culturel Eurimages du Conseil de l'Europe

Mars 2017 : Le Canada est devenu le 38^e pays membre d'Eurimages, le Fonds de Soutien au Cinéma Européen, et le premier pays non européen à y adhérer. Par l'entremise du Conseil de l'Europe, ce programme soutient la coproduction d'œuvres cinématographiques entre les pays membres. Téléfilm paie les frais d'adhésion annuels au Conseil de l'Europe afin de permettre aux producteurs canadiens de déposer des demandes de financement au Fonds de Soutien au Cinéma Européen. Cette année, trois rondes de sélection ont eu lieu auxquelles le Canada a présenté 13 projets. Lors de la ronde d'août les trois projets soumis ont été sélectionnés.

Administration des recommandations à titre de coproduction audiovisuelle régie par des traités

Téléfilm appuie également l'industrie en faisant des recommandations au ministre du Patrimoine canadien quant à la certification de coproductions réalisées en vertu des traités de coproductions audiovisuelles. La coproduction audiovisuelle régie par des traités s'est révélée très utile aux producteurs canadiens, leur permettant d'obtenir une participation financière de sources étrangères et de promouvoir et d'exporter les talents canadiens sur la scène internationale. En 2016-2017, 16 pays partenaires ont participé à 54 projets de coproduction cinématographique et télévisuelle dont les budgets de production totaux se sont élevés à 489 millions de dollars.

Activités promotionnelles internationales

En 2016-2017, Téléfilm a soutenu la participation de compagnies Canadiennes à 32 festivals, marchés et événements internationaux qui ont lieu dans le monde entier, entre autres :		
Amérique <ul style="list-style-type: none"> • Festival du film de Sundance • Festival international du film de Palm Springs • Festival international du film de Miami • South by Southwest • Kidscreen Summit 	Europe <ul style="list-style-type: none"> • Berlinale / Marché du film européen • Festival de Cannes • Festival du film de Venise • MIPTV et MIPCOM 	Asie <ul style="list-style-type: none"> • Festival international du film de Beijing • Festival international du film de Busan • Festival international du film de Shanghai
Activités et services offerts par Téléfilm :		
Pavillon du Canada : Téléfilm met en place le Pavillon du Canada dans les marchés clés à l'étranger. Ces centres de réseautage permettent les ventes internationales et favorisent les occasions de réseautage entre coproducteurs, permet de renforcer les relations d'affaires stratégiques ainsi que la marque canadienne, le tout étayé par une identité de marque promotionnelle (See big. Voir grand.)		
Des initiatives signatures de Téléfilm et partenariats partout dans le monde : Événements phares comme Perspective Canada, Talent tout court, Eye on TIFF et Canada Stars, See the North, Éléphant ClassiQ et Solaris, entre autres, sont conçus pour permettre les visionnements de films et accroître la notoriété et la découvrabilité des talents canadiens dans le monde entier.		
2017-2018 -> plusieurs nouveautés et distinctions, entre autres :		
Chine : <ul style="list-style-type: none"> • TOP 10 TIFF (Toronto International Film Festival) • CANADA NOW CHINA UCCA (Ullens Center for Contemporary Art) • HONG KONG FILMART • MISSION CHINE 2018 – accompagnement de Patrimoine canadien 		
Canada pays à l'honneur : <ul style="list-style-type: none"> • Marché audiovisuel de Bogotá (BAM) • Berlinale / Marché du film européen 		

Programme de mise en marché internationale et participation aux festivals

Ce programme soutient financièrement les sociétés de production canadiennes pour la promotion et la mise en marché à l'international de leurs productions ayant fait l'objet d'une sélection officielle dans un festival international, de même qu'aux producteurs invités à un forum de coproduction internationale. La participation à de grands festivals à l'étranger crée une importante visibilité et de nouvelles occasions de distribution pour les films canadiens et leurs créateurs. La liste des festivals admissibles a été bonifiée au cours des dernières années et compte maintenant : 84 festivals et douze marchés de coproductions

Programme d'aide à l'exportation

Lancé en octobre 2016, le programme d'aide à l'exportation appuie la promotion et la stratégie de mise en marché à l'international des productions canadiennes, en offrant un soutien financier aux compagnies de distribution canadiennes et étrangères qui font l'acquisition de longs métrages canadiens en vue d'en faire l'exploitation sur des territoires sélectionnés.

ÉTAT DE LA NUMÉRISATION DES COLLECTIONS DES MUSÉES NATIONAUX DU CANADA



Canadian Museum of Immigration at Pier 21
Musée canadien de l'immigration du Quai 21

Toute la collection du Musée est numérisée (**4,2 k** dossiers historiques et de récits oraux, et **15,1 k** images et documents)

6,9 k éléments sont accessibles en ligne (70 % des dossiers historiques et de récits oraux et 33 % des images et documents)

Fait saillant : Le musée veut rendre accessibles en ligne tous les dossiers historiques et de récits oraux, d'ici 2022, ainsi que l'ensemble des images et documents, d'ici 2028



Le portail **Patrimoine ouvert** offre au public un accès direct aux documents, au catalogue en ligne et au portail des archives de l'organisation

96 % (48,6 k) des dossiers d'artefacts principaux sont accessibles en ligne.

Fait saillant : **800** récits sur les innovations canadiennes sont accessibles en ligne



CANADA SCIENCE AND
TECHNOLOGY MUSEUM



CANADA AGRICULTURE
AND FOOD MUSEUM



CANADA AVIATION
AND SPACE MUSEUM



99,8 % des données numérisées sont accessibles en ligne

855 k lots de spécimens (sur 3,35 M) sont numérisés

Fait saillant : La numérisation de 379 k spécimens de l'Arctique est possible grâce à un don de 1 M\$. Le musée offre un accès en ligne aux livres, aux manuscrits, etc., par l'entremise de la Biodiversity Heritage Library



CANADIAN MUSEUM OF HISTORY
MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

301 k éléments (sur 4,9 M) sont accessibles en ligne
97 expositions sont offertes en ligne

Le Musée virtuel du Canada offre plus de **500** expositions virtuelles (en 2014, la responsabilité du Musée a été transférée au Musée canadien de l'histoire)



CANADIAN WAR MUSEUM
MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE

55 % des documents (**178 k** sur 321 k) sont accessibles en ligne
19 expositions sont offertes en ligne



CANADIAN MUSEUM FOR
HUMAN RIGHTS
MUSÉE CANADIEN POUR LES
DROITS DE LA PERSONNE

Tous les récits historiques oraux (**253**) sont enregistrés numériquement

21 objets de la collection permanente (qui en compte 259) et des objets empruntés ont fait l'objet d'une numérisation

Objectif : Lancer en 2018 un nouveau site Web donnant accès à des récits oraux, à une collection en ligne et à 4 nouveaux courts métrages documentaires



National Gallery
of Canada Musée des beaux-arts
du Canada

74 % des éléments (**61 k** sur 82 k) sont numérisés

19,6 k éléments numérisés sont accessibles en ligne

La version remaniée du site **www.beaux-arts.ca** présente des faits marquants concernant la collection en ligne

EXEMPLES DES INITIATIVES NUMÉRIQUES DES MUSÉES NATIONAUX DU CANADA

VISITEZ L'EXPOSITION EN LIGNE CANADA : JOUR 1, OU TÉLÉCHARGEZ L'APPLICATION!




Canadian Museum of Immigration at Pier 21
 Musée canadien de l'immigration du Quai 21

Source : www.quai21.ca

EXPLOREZ LES CONTES PARTICIPATIFS SUR L'INNOVATION SUR INGENIUM!



ACCÉDEZ À DES OUTILS DE RECHERCHE ET À DES RESSOURCES D'INFORMATION EN LIGNE!



Source : www.ingeniumcanada.ca

EFFECTUEZ DES RECHERCHES EN LIGNE PORTANT SUR LA COLLECTION DU MUSÉE!




canadian museum of nature
nature
 musée canadien de la nature

RENSEIGNEZ-VOUS EN LIGNE SUR LES PROJETS DE RECHERCHE DU MUSÉE!

UTILISER VOTRE TÉLÉPHONE POUR EXPLORER LES COLLECTIONS ET RENCONTRER LES SCIENTIFIQUES
 Source : www.nature.ca

VISITEZ LES EXPOSITIONS EN LIGNE DES MUSÉES!




CANADIAN MUSEUM OF HISTORY
 MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE


CANADIAN WAR MUSEUM
 MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE

Sources : www.museedelhistoire.ca, www.virtualmuseum.ca and www.museedelaguerre.ca

EXPLOREZ LE CATALOGUE ET LES COLLECTIONS EN LIGNE DES MUSÉES!

DOCUMENTAIRE EN RÉALITÉ VIRTUELLE – TISSER UN AVENIR MEILLEUR




CANADIAN MUSEUM FOR HUMAN RIGHTS
 MUSÉE CANADIEN POUR LES DROITS DE LA PERSONNE

REPRÉSENTATION NUMÉRIQUE D'UN ARTEFACT SUR 360 DEGRÉS – EXPLORÉZ LA BOÎTE DE BOIS CINTRÉ

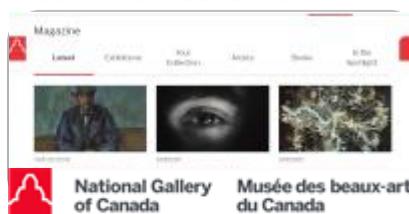


Source : www.droitsdelapersonne.ca

EFFECTUEZ DES RECHERCHES EN LIGNE SUR LA COLLECTION!



CONSULTEZ LE MAGAZINE MBAC, UN HEBDOMADAIRE EN LIGNE!




National Gallery of Canada

Musée des beaux-arts du Canada

REVUE DU MUSÉE DES BEAUX-ARTS DU CANADA – UNE PUBLICATION ÉRUDITE EN LIGNE



PARCOURÉZ LES PHOTORÉCITS EN LIGNE ET CRÉÉZ LE VÔTRE!

Source : www.beaux-arts.ca