



**Plan d'action pour les femmes en production**  
**Mise à jour pour l'année de radiodiffusion 2021-2022**

**31 janvier 2023**

**TABLE DES MATIÈRES**

	<b><u>PAGE</u></b>
INTRODUCTION.....	3
1.0 NOTRE OBJECTIF EN MATIÈRE DE PARITÉ ENTRE LES SEXES POUR 2025 .....	4
2.0 SENSIBILISATION .....	4
3.0 ACTION COLLECTIVE DE LA PART DE L'INDUSTRIE.....	6
4.0 RESPONSABILITÉ.....	7
5.0 CONCLUSION.....	7

## **INTRODUCTION**

1. En décembre 2018, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le Conseil) a tenu un sommet de l'industrie afin de discuter des préoccupations concernant la participation des Canadiennes à des postes clés de création en production. Lors de cette rencontre, le Conseil a invité des cadres supérieurs des plus importants radiodiffuseurs publics et privés de langues anglaise et française du Canada pour discuter de la possibilité qu'ils élaborent des plans d'action volontaires adaptés à leur entreprise et à leurs marchés qui pourraient traiter spécifiquement de cette question et apporter des solutions durables.

2. En réponse à la demande du Conseil, nous avons déposé le 30 septembre 2019 un plan d'action visant à atteindre la parité entre les sexes en ce qui concerne ces postes clés de création d'ici 2025 (plan d'action). Cet objectif s'applique à la programmation de langues anglaise et française, ce qui témoigne de notre appui et de notre participation à la production indépendante canadienne dans les deux langues. Nous avons également convenu de fournir au Conseil des mises à jour sur notre plan d'action au cours des années de radiodiffusion subséquentes. Le présent document a pour objet de décrire nos projets et initiatives de production pour l'année de radiodiffusion 2021-2022.

3. Il convient de noter que les radiodiffuseurs soumettent maintenant également des rapports de production au Conseil conformément au BIR 2019-304.<sup>1</sup> Ces rapports de production contiennent des renseignements détaillés sur les productions et les acquisitions canadiennes pour tous nos services de télévision, y compris la liste des partenaires de production, les budgets et les droits de licence pour chaque émission. Ils contiennent également des renseignements détaillés, par émission, concernant la participation des femmes aux mêmes postes clés en production que ceux soulignés dans notre plan d'action. Le dernier rapport de production de Bell Média a été déposé le 30 novembre 2022 et couvre déjà toutes nos dépenses de production d'émissions pour l'année de radiodiffusion 2021-2022.

4. Il ne fait aucun doute que cette dernière année a encore été difficile pour tous les Canadiens, et le secteur de la production ne fait pas exception. Les fermetures gouvernementales et d'autres mesures de santé publique liées à la pandémie de la COVID-19 ont continué d'avoir un impact sur la capacité de l'industrie de mener à bien les projets de

---

<sup>1</sup> Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2019-304, *Rapport sur la production devant être complété annuellement par les grands groupes de propriété de langue française et de langue anglaise.*

production. Par la suite, au moment de la reprise des tournages, une pénurie de main d'œuvre dans les équipes de production a aussi eu un impact sur les délais de production. Malgré ces difficultés, grâce au soutien interne, nos productions originales ont pu se poursuivre, et nous sommes fiers d'avoir lancé de nombreuses émissions originales de premier plan en 2021-2022.

## **1.0 NOTRE OBJECTIF EN MATIÈRE DE PARITÉ ENTRE LES SEXES POUR 2025**

5. Comme décrit précédemment, un des objectifs principaux de notre plan d'action est d'atteindre la parité dans les postes créatifs clés d'ici 2025. Pour aider le Conseil à évaluer les progrès que nous avons réalisés pour atteindre cet objectif, notre plan d'action fournissait des renseignements de base au sujet des productions indépendantes chez Bell Média. L'annexe A présentait des données sommaires pour les principaux rôles de création dans chacune des trois catégories (c'est-à-dire les émissions dramatiques, les émissions comiques et les émissions factuelles). Nous avons mis à jour l'annexe A pour y inclure également les données de la dernière année de radiodiffusion. Il s'agit d'un résumé des renseignements détaillés dans le rapport de production de Bell Média déposé le 30 novembre 2022.

6. Le Fonds des médias du Canada (FMC) a développé séparément des initiatives visant à accroître la parité entre les sexes dans les postes clés de création (qui diffèrent de ceux identifiés par le Conseil). Les radiodiffuseurs sont tenus d'affecter au moins une partie de leurs allocations d'enveloppe de rendement du FMC à des projets dans lesquels au moins 40 % du nombre total de postes clés de création sont occupés par des femmes. Les seuils fixés par le FMC ont commencé à 15 % de l'enveloppe de chaque radiodiffuseur en 2017, et sont maintenant à 50 % en 2022.

7. Le libellé actuel de nos ententes avec les producteurs indique expressément un tel objectif de financement et exige des producteurs qu'ils fassent de leur mieux pour satisfaire à l'exigence de parité entre les sexes du FMC. Dans les dernières enveloppes de rendement de langue française et anglaise du FMC, nous avons dépassé l'exigence de 50%.

## **2.0 SENSIBILISATION**

8. Bell Média collabore déjà étroitement avec les producteurs canadiens afin de veiller à ce que notre programmation canadienne comprenne différents points de vue et idées créatrices. Sous la direction de nos cadres supérieurs, l'équipe de la programmation originale continue d'être en contact régulier avec la communauté canadienne de production et avec les scénaristes, les

réalisateurs et les acteurs. Elle est proactive dans sa recherche permanente pour identifier de nouveaux talents créatifs dans les productions partout au Canada, et passe en revue les talents canadiens émergents et les tendances actuelles en matière de programmation afin de stimuler de nouvelles idées de programmation et d'activités de sensibilisation.

9. Au cours de l'année de radiodiffusion 2021-2022, le nombre de femmes occupant des postes clés au sein de l'équipe de Bell Média Québec s'est maintenu:

- Suzane Landry est vice-présidente, développement de contenu, programmation et information;
- Mélanie Bhérer est directrice générale, variété, style de vie, documentaire et numérique;
- Sophie Parizeau est directrice générale, fiction;
- Lucie Quenneville est directrice générale, stratégies de programmation et acquisitions.

10. Cette stabilité illustre notre engagement envers l'avancement professionnel des femmes pour jouer un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne de la télévision, et la production de contenus originaux captivants et exceptionnels au Québec.

11. Au cours de l'année de radiodiffusion 2021-2022, les dirigeants responsables de la production de Bell Média ont assisté à 767 réunions avec des producteurs et des créateurs de partout au pays, et ont reçu plus de 891 propositions pour des idées de projets dans le marché de langue anglaise. Les membres de l'équipe de programmation originale ont assisté à 42 événements de l'industrie, et ont participé activement à 14 initiatives éducatives différentes à travers le Canada. Au cours d'une année difficile pour les déplacements, les gestionnaires de production de Bell Média ont continué de participer à des événements de l'industrie : certains étaient encore en virtuel, mais plusieurs se sont déroulés en présentiel.

12. Les membres de notre équipe de production de langue française ont tenu plus de 327 rencontres avec des producteurs indépendants, des partenaires et des talents provenant du Québec et d'ailleurs au Canada. Ces rencontres, encore majoritairement tenues en vidéoconférence, continuent d'avoir comme objectif de trouver et de développer les meilleurs projets pour les services de télévision de langue française de Bell Média. Un nombre plus élevé de ces rencontres se seront déroulées cette année en présentiel dans la région de Montréal, tandis que les 19 événements de l'industrie auxquels des producteurs indépendants ont participé se sont majoritairement déroulés en format virtuel. L'ensemble de ces rencontres ont permis aux

gestionnaires de programmation de rencontrer les représentants de plus de 99 sociétés de production.

13. Toutes ces réunions de l'industrie nous offrent une occasion unique d'accroître la sensibilisation à propos de l'enjeu important de la présence des femmes dans le milieu et de renforcer notre détermination à travailler avec nos partenaires alors que nous nous efforçons d'atteindre notre objectif de parité entre les sexes pour nos productions indépendantes.

14. En dehors de la production elle-même, nous avons également participé à des initiatives de l'industrie visant à accroître la participation des femmes en production. À ce titre, nous sommes heureux de pouvoir travailler avec d'autres radiodiffuseurs, producteurs et partenaires de l'industrie afin de trouver davantage de façons de progresser en la matière. Au cours de l'année, nous avons participé à des événements comme *le Black Women Film Pitch Workshop*, *le Women in Director's Chair Workshop* et *le Women in Film and Television Meet Up*. Nous avons également participé aux événements de l'alliance des femmes des industries créatives (allia), anciennement l'association des Femmes du cinéma, de la télévision et des médias numériques (FTCMN).

### **3.0 ACTION COLLECTIVE DE LA PART DE L'INDUSTRIE**

15. Bien que nous soyons préparés à travailler avec le Conseil et à poursuivre notre objectif d'atteindre la parité entre les sexes d'ici 2025, nous ne pouvons y arriver seuls. Il y a des considérations pratiques qui ont une incidence sur notre aptitude à créer et à mettre en œuvre des initiatives dans ce secteur.

16. Même si nous commandons des projets d'émissions et y travaillons, les producteurs indépendants sont impliqués de façon plus directe dans le processus de production et ont une autorité opérationnelle considérable à toutes les étapes de ce processus. En conséquence, bien que nous puissions fixer des objectifs de parité entre les sexes et développer des plans d'action, les producteurs indépendants canadiens doivent aussi s'impliquer, et octroyer le temps, l'attention et les ressources nécessaires à toutes les initiatives de l'industrie lancées dans les prochaines années.

17. Nous devons également travailler avec les autres radiodiffuseurs et d'autres entreprises de médias numériques, dès maintenant et à l'avenir. L'industrie devra se concerter et collaborer pour mettre en application les principes et les meilleures pratiques à l'échelle de l'industrie.

#### **4.0 RESPONSABILITÉ**

18. Comme mentionné précédemment, Bell Média soumet également des rapports de production au Conseil, qui fournissent des renseignements détaillés sur chacune des productions et acquisitions canadiennes, pour tous les services de télévision, y compris des renseignements précis sur la participation des femmes à un certain nombre de postes clés en production. Notre plus récent rapport de production a été déposé le 30 novembre 2022 et contient ces renseignements pour la période de septembre 2021 à août 2022.

19. Chaque année, nous continuerons de fournir au Conseil une mise à jour de notre plan d'action. Cette mise à jour contiendra des renseignements sur la participation à la production et un aperçu des initiatives entreprises au cours de l'année pour accroître la participation des femmes à nos productions indépendantes canadiennes.

#### **5.0 CONCLUSION**

20. Nous sommes enthousiastes à l'idée de poursuivre nos travaux en ce qui concerne cette importante initiative ambitieuse de l'industrie au cours des prochaines années, et de collaborer avec le Conseil, ainsi qu'avec d'autres partenaires de l'industrie, afin d'accroître la participation des Canadiennes dans des secteurs clés de la programmation au Canada.

**Annexe A**  
**Bell Média - Femmes en production**  
**Pourcentage de rôles clés occupés par des femmes (Par Genre)**  
**(en août 2022)**

<b>GROUPE DE LANGUE ANGLAISE</b>						
<b>RÔLE CLÉ</b>	<b>ÉMISSION DRAMATIQUE</b>		<b>ÉMISSION COMIQUE</b>		<b>ÉMISSION FACTUELLE</b>	
	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>
Productrice	57%; 30%	79%	26%; 38%	28%	45%; 38%	38%
Réalisatrice	33%; 50%	90%	67%; 14%	46%	15%; 14%	22%
Scénariste	65%; 60%	73%	17%; 58%	43%	35%; 20%	47%
Directrice de la photographie	0%; 0%	33%	0%; 0%	13%	1%; 4%	15%
Monteuse d'images	22%; 50%	83%	0%; 2%	29%	14%; 22%	31%
Showrunner	0%; 0%	60%	0% ;20%	43%	0%; 0%	61%
<b>GROUPE DE LANGUE FRANÇAISE</b>						
<b>RÔLE CLÉ</b>	<b>ÉMISSION DRAMATIQUE</b>		<b>ÉMISSION COMIQUE</b>		<b>ÉMISSION FACTUELLE</b>	
	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>	<b>19/20 et 20/21</b>	<b>Année de radiofusion 21/22</b>
Productrice	56%; 40%	44%	50%;49%	48%	61%; 56%	66%
Réalisatrice	28%; 0%	12%	23%; 20%	27%	23%; 32%	34%
Scénariste	46%; 50%	54%	21%; 29%	42%	38%; 32%	33%
Directrice de la photographie	0%; 0%	0%	9%; 0%	0%	7%; 5%	3%
Monteuse d'images	57%; 60%	35%	38%; 37%	30%	52%; 33%	31%

\*\*\* Fin du document \*\*\*