



Plan d'action pour les femmes en production

Mise à jour pour l'année de radiodiffusion 2020-2021

31 janvier 2022

Table of Contents

| | <u>Page</u> |
|--|--------------------|
| 1.0 INTRODUCTION..... | 3 |
| 2.0 NOTRE OBJECTIF EN MATIÈRE DE PARITÉ ENTRE LES SEXES POUR 2025..... | 4 |
| 3.0 SENSIBILISATION..... | 4 |
| 4.0 ACTION COLLECTIVE DE LA PART DE L'INDUSTRIE | 6 |
| 5.0 RESPONSABILITÉ | 6 |
| 6.0 CONCLUSION | 7 |

1.0 **INTRODUCTION**

1. En décembre 2018, 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 2020-2021.

3. Il convient de noter que les radiodiffuseurs soumettent maintenant également des rapports de production au Conseil conformément au BIR 2019-304¹. 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 2021 et couvre déjà toutes nos dépenses de production d'émissions pour l'année de radiodiffusion 2020-2021.

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 production. Bien que nous ayons fait de notre mieux pour continuer à fournir un contenu de qualité en ces temps difficiles et

¹ 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.*

sans précédent, il est assez évident qu'il y a eu d'importants retards de production. Cela dit, l'année en cours a montré des signes d'amélioration et l'industrie elle-même espère rétablir un calendrier de production plus uniforme à l'avenir.

2.0 NOTRE OBJECTIF EN MATIÈRE DE PARITÉ ENTRE LES SEXES POUR 2025

5. 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 2021.

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 passés à 50 %.

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. En conséquence, Bell Média dépasse l'exigence du FMC.

3.0 SENSIBILISATION

8. Les services de télévision de langue française de Bell Média ont une excellente feuille de route quant au soutien d'émissions originales canadiennes de production indépendante. La relation solide qu'entretient Bell Média avec le secteur de la production indépendante demeure la pierre angulaire de son succès à l'écran. Cette étroite collaboration avec les producteurs indépendants a permis à Bell Média de développer un style de programmation propre à chacun de ses services de langue française qui est reconnu tant par le public que par le secteur de la production. Encore une fois cette année, Bell Média Québec se distingue en tant que chef de file pour ce qui est des émissions originales canadiennes de production indépendante au Québec,

dont plusieurs d'entre elles trônent au sommet des palmarès des services facultatifs de langue française. L'ajout des stations Noovo a renforcé l'engagement de Bell Média envers le contenu télévisuel de langue française.

9. 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. L'équipe de la programmation originale continue d'être en contact régulier avec la talentueuse communauté de la production canadienne et avec les scénaristes, les réalisateurs et les acteurs. Ils sont proactifs dans leur recherche permanente pour identifier de nouveaux talents créatifs dans les productions partout au Canada, et passent 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.

10. L'échange continu avec le talent créatif qui développe des contenus a bénéficié tant aux services de langue française de Bell Média qu'au secteur de la production indépendante. Au-delà du développement de documentaires originaux, d'émissions de divertissement, de magazines et de séries de fiction de première qualité, ces échanges nous permettent de travailler ensemble pour faire évoluer le modèle d'affaires de la production au bénéfice de tous. Cette année encore, Bell Média a poursuivi sa recherche des meilleures histoires et de la meilleure programmation possible pour nos services, en tenant compte de leur nature et de leur auditoire.

11. Notre programmation unique et captivante résulte du solide partenariat entre les producteurs indépendants et les équipes de programmation de Bell Média. Tout au long de l'année de radiodiffusion 2020-2021, les membres de notre équipe ont tenu plus de 305 rencontres avec des producteurs indépendants, des partenaires et des talents provenant du Québec et d'ailleurs au Canada. Ces rencontres avaient pour but de développer les meilleurs projets pour les services de télévision de langue française de Bell Média et se sont surtout tenues par conférence téléphonique ou vidéoconférence, en raison des restrictions sanitaires de même que quelques rencontres à Montréal ainsi que dans le cadre de 8 événements de l'industrie concernant les producteurs indépendants, qui se sont déroulés majoritairement de façon virtuelle.

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

13. 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 régler cette question.

4.0 ACTION COLLECTIVE DE LA PART DE L'INDUSTRIE

14. 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 en réalité le faire seuls. Il y a des considérations pratiques qui ont une incidence réelle sur notre aptitude à créer et à mettre en œuvre des initiatives dans ce secteur.

15. 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, quoique 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.

16. 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.

5.0 RESPONSABILITÉ

17. 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 2021 et contient ces renseignements pour la période de septembre 2019 à août 2021.

18. 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.

6.0 CONCLUSION

19. 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.

Bell Média - Femmes en production
Pourcentage de rôles clés occupés par des femmes (PAR GENRE)
(Année de radiofusion 2020-2021)

| GROUPE DE LANGUE FRANÇAISE | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|
| Rôle clé | DRAMA | | | COMEDY | | | FACTUAL | | |
| | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 |
| Productrice | 55% | 56% | 40% | 39% | 50% | 49% | 55% | 61% | 56% |
| Réalisatrice | 31% | 29% | 0% | 10% | 23% | 20% | 9% | 24% | 33% |
| Scénariste | 64% | 47% | 50% | 23% | 21% | 29% | 51% | 38% | 33% |
| Directrice de la photographie | 0% | 0% | 0% | 0% | 9% | 9% | 0% | 7% | 6% |
| Monteuse d'images | 72% | 57% | 60% | 16% | 39% | 37% | 7% | 53% | 33% |

| GROUPE DE LANGUE ANGLAISE | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|
| Rôle clé | DRAMATIQUE | | | COMÉDIQUE | | | FACTUELLE | | |
| | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 | 3 années précéd | Année 19-20 | Année 20-21 |
| Productrice | 60% | 57% | 30% | 19% | 26% | 38% | 55% | 45% | 38% |
| Réalisatrice | 8% | 33% | 50% | 47% | 67% | 14% | 9% | 15% | 14% |
| Scénariste | 47% | 65% | 60% | 27% | 17% | 58% | 51% | 35% | 20% |
| Directrice de la photographie | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% | 4% |
| Monteuse d'images | 17% | 22% | 50% | 4% | 0% | 2% | 7% | 14% | 22% |

*** Fin du document ***