



Élargir les horizons financiers

MODES ALTERNATIFS DE FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE CANADIEN

Mai 2014



L'Association des documentaristes du Canada (DOC) est la voix collective des documentaristes indépendants canadiens. DOC est un organisme national à but non lucratif qui représente plus de 800 réalisateurs, producteurs et artisans de la communauté documentaire de toutes les provinces et régions du pays. DOC défend les intérêts de ses membres pour créer un environnement propice à la production de documentaires et s'applique à renforcer le secteur dans l'ensemble de l'industrie du cinéma.

Directrice générale
Lisa Fitzgibbons

215, rue Spadina, bureau 126
Toronto (Ontario) M5T 2C7
(416) 599-3844
info@docorg.ca
docorg.ca/fr

Recherche et rédaction :
Tracey Friesen

Conseils et préparation des études de cas :
Susan Brinton

Élargir les horizons financiers **Modes alternatifs de financement du documentaire canadien**

Table des matières

Introduction	p. 5	
Sommaire	p.	
Méthodologie		p.
Documentary Sector Overview		p.
Canadian Traditional Financing System		p.
Introduction to Alternative Financing	p.	
Crowdfunding	p.	
Foundations—Canada & US	p.	
Private Equity	p.	
Corporate Branding	p.	
Other Financing Sources	p.	
Documentary Initiatives in Other Jurisdictions		p.
Other Sectors	p.	
Outreach and Impact	p.	
Études de cas	p.	
<i>Hadwin’s Judgement: The Making of an Environmental Terrorist</i>	p.	
<i>Occupy Love</i>		p.
<i>Embracing Voices: The Woman Behind the Music of Jane Bunnett</i>		p.
<i>Living Downstream</i>	p.	
<i>The World Before Her</i>		p.
La voie de l’avenir	p.	
Appendices		
Appendix A: Survey Template		p.
Appendix B: Canadian Documentaries Cites		p.
Appendix C: Select Canadian Crowdfunded Documentaries		p.
Appendix D: Select US Foundations		p.
Appendix E: Excerpts from CAVCO CPTC Guidelines		p.
Appendix F: Resources		p.

Toutes les opinions, constatations, conclusions et recommandations formulées dans le présent document appartiennent strictement aux auteurs. Elles ne reflètent pas nécessairement celles de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, du gouvernement de l'Ontario ou de Téléfilm Canada ni n'engagent les partenaires ayant financé l'étude.

Introduction

Depuis cinq ans, partout au pays, on entend les membres de DOC se plaindre : « le modèle de financement des documentaires uniques et de long métrage au Canada ne tient plus la route! » La question cruciale est de savoir *pourquoi*. Dans le présent rapport, nous avançons que la cause profonde réside dans le fait que le modèle traditionnel de financement au Canada est lié à la participation des télédiffuseurs et que ces derniers ont grandement réduit le nombre de documentaires uniques et de long métrage pour lesquels ils payent une licence.

Les producteurs ne peuvent boucler le montage financier d'un projet sans la participation d'un télédiffuseur dont la contribution déclenche le reste du financement. D'autres facteurs contribuent à la diminution du volume de production documentaire, notamment la consolidation du marché de la télédiffusion – qui réduit le nombre d'acheteurs – et la prolifération des émissions de télé-réalité et de mode de vie – qui empiète sur le contenu documentaire. Les conséquences de ces changements sont les plus manifestes dans le cas des documentaires uniques et de long métrage.

Cherchant d'autres moyens d'effectuer le montage financier de leurs projets, les producteurs développent leurs aptitudes entrepreneuriales. Leurs nouvelles tactiques consistent à chercher des investissements sur les marchés mondiaux, à attirer les investisseurs en présentant un portfolio de projets (par opposition à une production unique) et même à se présenter comme marque de commerce capable de susciter les investissements. Simultanément, la popularité croissante du financement participatif soulève des attentes sous-jacentes et injustifiées selon lesquelles *tous* les projets pourront se fier sur Kickstarter ou Indiegogo pour obtenir le financement nécessaire.

Et qu'entend-on précisément par modes « alternatifs » de financement? Vers qui le producteur se tourne-t-il pour trouver d'autres sources de financement? Que se passe-t-il si sa démarche réussit? Les montants accordés sont-ils importants? Quelles sont les conséquences de la participation d'un bailleur de fonds non traditionnel? Quels incitatifs le producteur peut-il offrir quand il cherche du financement auprès de sources non traditionnelles? Et le documentaire est-il apte à attirer des investissements que ne sauraient susciter d'autres genres de production? Le présent rapport fait un tour d'horizon de ces questions pressantes sans pour autant y apporter toutes les réponses. En outre, il ouvre la voie à un dialogue à l'échelle de l'industrie en vue d'explorer ces questions plus à fond.

Dans le rapport, l'expression « modes alternatifs de financement » désigne le financement participatif, le financement par les fondations et les ONG, l'investissement de capital privé et la commandite. Même si l'expression « modes alternatifs de financement » ne sied pas très bien à toutes les approches de financement — sauf celui du financement participatif — tous les autres modes susmentionnés, aux fins de

[Élargir les horizons financiers](#) – Modes alternatifs de financement du documentaire canadien

définition des termes du présent rapport, appartiennent bel et bien à la catégorie des modes de financement non traditionnels.

Qu'on parle de « modes alternatifs » ou de financement « non traditionnel », les documentaires entièrement financés par ces sources sont *extrêmement rares* — à moins de ne nécessiter qu'un budget très modeste. Les études de cas présentées dans le rapport montrent que les producteurs se tournent vers d'autres modes de financement essentiellement pour combler le manque de fonds, et doivent combiner les sources traditionnelles aux autres. Cette combinaison est source de nombreux casse-tête.

Ce rapport porte principalement sur le financement de la production, mais les constatations font ressortir que, dans la pratique, la production, le financement et la distribution sont interreliés. Dans le cas du documentaire, l'autodistribution devient de plus en plus courante pour rentabiliser les productions. Les producteurs, tout particulièrement grâce au financement participatif et aux médias sociaux, se constituent des auditoires et, pratiquée de manière judicieuse, l'autodistribution, bien que coûteuse en temps, peut fort bien être rentable.

Disons d'emblée que le lecteur en quête d'un trésor caché dans ce rapport sera déçu. Les producteurs remuent ciel et terre pour financer leurs projets. Ils consacrent beaucoup de temps et d'énergie pour y parvenir. Le producteur qui réussit à trouver des investissements non traditionnels est contraint à évoluer dans de complexes méandres administratifs et réglementaires, et le projet peut en être d'autant plus coûteux en temps et en argent. Pourtant, comme le constatera le lecteur, même en signalant les obstacles surmontés, les producteurs ne manquent pas de souligner les avantages qu'il y a à chercher d'autres manières de mener leurs affaires. Qu'il s'agisse d'avantages créatifs ou commerciaux, ces avantages représentent l'envers des défis à relever.

À la lumière des constatations présentées dans le rapport, les intervenants de l'industrie ont l'occasion de travailler collectivement pour répondre aux importantes questions soulevées :

- Comment diversifier les sources de financement et les harmoniser avec le cadre administratif et réglementaire actuellement en place pour rendre les producteurs de documentaires concurrentiels ici et sur la scène internationale?
- Dans un marché où la demande des auditoires se manifeste sur de multiples plateformes, qu'est-ce qui pourrait remplacer la participation des télédiffuseurs comme déclencheur de financement?
- Quels incitatifs pourraient favoriser la croissance de l'activité dans le milieu du cinéma?

Le patrimoine documentaire au Canada est riche et remonte à plus de 75 ans, avant

même la création de l'Office national du film du Canada. Les membres de DOC sont tellement convaincus de l'importance du genre dans le tissu culturel du pays qu'ils font pression pour que le documentaire soit déclaré la forme artistique nationale du Canada! C'est donc en songeant aux prochains 75 ans de production documentaire que je vous lance l'invitation de transformer ce « modèle qui ne tient plus la route ».

Lisa Fitzgibbons,
Directrice générale

Sommaire

De nos jours, l'industrie documentaire canadienne est placée devant des défis de taille. Même si les régimes de subventions gouvernementales sont encore en place, l'avènement des modes de production et de distribution numériques a gravement perturbé le marché traditionnel. Simultanément, l'intégration verticale et la consolidation dans le milieu de la télédiffusion, combinée aux changements apportés au cadre réglementaire, ont entraîné l'érosion globale du système de financement du documentaire.

Les données contenues tant dans *Toute la vérité 5*¹, qui porte sur l'exercice 2010-2011, et les données tirées de *Profil 2012*², sur l'exercice 2011-2012, montrent que le volume de production documentaire au Canada a diminué. À la fin de l'exercice 2010-2011, il atteignait 390 millions de dollars, soit 100 millions de moins qu'en 2008-2009³. Pendant ce temps, le volume des documentaires destinés aux salles, le plus petit segment de la production, a fluctué entre 9 et 21 millions de dollars par exercice, mais n'a pas atteint le record enregistré il y a 10 ans, soit 24 millions de dollars en 2003-2004⁴.

Les sources de financement canadiennes comprenaient déjà un appui à l'intention des productions non télévisuelles, mais le système de financement en place aujourd'hui pour les longs métrages documentaires repose exclusivement sur les télédiffuseurs ou sur les distributeurs. Quand un producteur négocie une licence avec un télédiffuseur, il devient admissible au soutien financier d'autres organismes et bailleurs de fonds de même qu'à une demande de crédit d'impôt tant au niveau fédéral que provincial. Toutefois, comme l'accent est mis sur la production de d'autres catégories et genres télévisuels, les licences obtenues des télédiffuseurs privés de langue anglaise ont chuté de 37 % entre 2008-2009 et 2010-2011⁵.

Compte tenu de la baisse des commandes de la part des télédiffuseurs, certains producteurs de documentaires peinent à se maintenir à flot. Le contenu demeure important, et les auditoires sont plus réceptifs que jamais, comme en témoigne la popularité des festivals de cinéma documentaire⁶. Pourtant, les cinéastes maintiennent que le modèle traditionnel de financement ne tient plus la route. Tandis que certains font pression pour faire changer le système et que d'autres quittent carrément l'industrie, d'autres encore explorent les modes alternatifs de financement.

Animés d'un esprit entrepreneurial, les producteurs trouvent des solutions créatives à leurs difficultés financières en s'inspirant à la fois des progrès technologiques et de ce qui se passe dans d'autres pays et secteurs. Leurs histoires suscitent espoir et frustration à parts égales. Chaque fois qu'une nouvelle méthode est mise à l'essai, les problèmes de réglementation menacent l'innovation et l'activité économique.

¹ Association des documentaristes du Canada, *Toute la vérité 5*.

² Association canadienne de la production médiatique, *Profil 2012*.

³ Association des documentaristes du Canada, *Toute la vérité 5*, p. 29

⁴ Association canadienne de la production médiatique, *Profil 2012*, p. 23.

⁵ Association des documentaristes du Canada, *Toute la vérité 5*, p. 57.

⁶ « Hot Docs Breaks Attendance Record », *Globe & Mail*, 7 mai 2013. Le festival a attiré quelque 180 000 personnes.

Modes alternatifs de financement

Le sondage et l'analyse d'études de cas, l'analyse de la documentation et les nombreuses consultations effectuées par DOC révèlent que, outre quelques mesures, les modes alternatifs de financement se subdivisent en quatre grandes catégories. Toutes ces approches fonctionnent hors du modèle axé sur les télédiffuseurs canadiens ou en conjonction avec ce modèle. Le présent rapport traite surtout des quatre grandes catégories, qui sont les suivantes :

- Financement participatif;
- Fondations;
- Capitaux privés;
- Contenu de marque.

D'une activité marginale issue des réseaux sociaux il y a à peine quelques années, le **financement participatif** a évolué en une industrie robuste, qui a suscité beaucoup d'adeptes dans le secteur documentaire. En 2012, l'ensemble des industries nord-américaines a amassé 1,6 milliard de dollars grâce au financement participatif⁷. En recueillant de petits montants de nombreux groupes de personnes, le producteur boucle son budget de production et — fait capital — il se constitue aussi des auditoires. Il n'en reste pas moins que, en préparant ce rapport, nous avons constaté que les montants obtenus sont modestes et que, même si le financement participatif est populaire, il ne saurait supplanter le financement traditionnel.

Les **fondations** présentent un intérêt particulier pour les documentaristes, car le sujet d'un film et le mandat d'une fondation se rejoignent parfois. Aux États-Unis, les fondations sont une importante source de financement documentaire en rapport avec la mission visée par les organismes. De 2009 à 2011, les fondations américaines ont accordé 1,86 milliard de dollars en subventions aux médias⁸. Même s'il y a au Canada des fondations qui se tournent vers l'avenir, dans l'ensemble, leur soutien aux œuvres médiatiques demeure rare.

Les producteurs américains ont aussi la possibilité d'obtenir du soutien en se tournant vers le parrainage fiscal. En échange d'une surveillance de la gestion du projet, le parrain fiscal fournit des reçus à des fins fiscales pour tout don destiné à une production précise. Cette option est attrayante tant pour le producteur que pour l'investisseur. Le Fiscal Sponsor Directory américain regroupe 176 organisations qui gèrent jusqu'à 1 milliard de dollars en dons de bienfaisance⁹. Au Canada, nous ne trouvons toutefois aucune preuve de ce genre de subvention directe, ce qui s'explique par le cadre réglementaire différent qui régit les œuvres de bienfaisance¹⁰.

Certains **producteurs** de documentaires canadiens cherchent du financement auprès de capitaux privés. Les recherches entreprises dans le cadre du présent rapport montrent des scénarios de financement comprenant des investisseurs privés, tant

⁷ http://crowdfunding.cmf-fmc.ca/fr/facts_and_stats

⁸ Foundation Centre, *Growth in Foundation Support for Media in the US*, novembre 2013, p. 4.

⁹ http://www.fiscalsponsordirectory.org/facts_stats.php

¹⁰ <http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/drftprpss-fra.html>

canadiens qu'étrangers. Amis et familles y vont de leur contribution, comme le font les investisseurs providentiels et les investisseurs en quête d'impact qui cherchent à la fois un rendement financier et social. Toutefois, pour un producteur, réussir à s'attirer des capitaux privés peut entraîner une réduction des sommes admissibles aux crédits d'impôt et d'importants frais juridiques et comptables. Quant à l'investisseur, absolument rien ne garantit qu'il obtienne un rendement. Bien que les organismes de réglementation et de financement de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision promeuvent l'idée de financement par capitaux privés, les résultats de la recherche montrent que le producteur ne dispose d'aucun incitatif pour s'avancer dans cette approche.

Même si les **marques** maintiennent depuis longtemps des liens avec Hollywood, elles nouent de plus en plus de partenariats symbiotiques avec les documentaristes. Les marques sont maintenant moins axées sur le placement manifeste de produits et davantage sur leurs affinités avec le sujet du film. Le financement provient tant des commandites directes que de l'investissement socialement responsable. Dans ces cas, les réalisateurs risquent de s'exposer à des accusations d'ingérence de l'entreprise sur le plan du contenu. De plus, les télédiffuseurs ou d'autres bailleurs de fonds pourraient décider de retirer leur participation parce qu'ils ne veulent pas être associés à l'entreprise qui soutient financièrement le documentaire.

Les entités comme les ministères, les conseils de bandes des Premières Nations, les conseils de recherches et les programmes d'études offrent aussi d'autres modes de financement hors du modèle traditionnel axé sur les télédiffuseurs. Ces liens existent depuis toujours et ne représentent donc pas exactement de modes de financement alternatifs en tant que telles, mais le producteur peut envisager cette approche quand il cherche à diversifier ses sources de financement. En pareil cas, il doit être prêt à mettre du temps pour établir ces relations et s'assurer en outre que le documentaire répond aux besoins de tous les intervenants.

Comme bon nombre de documentaristes sont mus par une volonté de changement social, ils préparent souvent des campagnes de développement d'auditoires visant à mobiliser le public pour obtenir un maximum d'impact. Même si ces campagnes rejoignent parfois le mandat de certains investisseurs, les activités qui visent directement à susciter un impact sont rarement convenablement financées. Le développement des auditoires et le rayonnement exigent des ressources bien supérieures aux petits budgets de marketing et de distribution consacrés à la plupart des documentaires. Si la conception des activités visant à produire un impact et les outils de mesure étaient plus solides et plus accessibles, d'autres bailleurs de fonds seraient peut-être eux aussi désireux de s'engager dans des projets à vocation sociale.

Il existe dans d'autres juridictions toutes sortes d'exemples de modes alternatifs de financement. Ainsi, aux États-Unis, un certain nombre de sociétés d'investissement de capitaux privés axées sur un ensemble de projets investissent dans les médias. Au Royaume-Uni, une importante marque joue le rôle d'investisseur en quête d'impact. En Australie, des philanthropes ont droit à des crédits d'impôt quand ils versent des dons à des fins de production documentaire.

Nous espérons découvrir des approches inspirantes en nous tournant vers d'autres secteurs culturels comme ceux de la musique, des médias interactifs et de l'édition. Mais ces industries composent elles aussi avec les difficultés liées au financement

[Élargir les horizons financiers](#) – Modes alternatifs de financement du documentaire canadien

initial, à la distribution et au développement des artistes. Elles partagent les mêmes défis que le secteur documentaire, par exemple, ceux découlant de la révolution numérique, de l'accès au capital et du financement gouvernemental aléatoire. Le présent rapport montre donc que le modèle traditionnel de financement dans l'environnement actuel ne répond pas aux besoins d'affaires de nombre de producteurs de documentaires canadiens. Les cinéastes ayant l'esprit d'entreprise élargissent leurs options afin de trouver d'autres sources de financement pour leur maison de production et leurs projets. Leurs pratiques innovatrices les aident à boucler leurs budgets, et les nouveaux partenariats conclus peuvent ajouter une valeur dépassant le seul aspect financier. Les producteurs signalent toutefois les obstacles juridiques, administratifs et réglementaires qu'ils doivent surmonter à chaque étape. Le contexte actuel offre au secteur documentaire l'occasion d'engager la conversation avec les organisations de financement et d'autres intervenants canadiens afin de lever ces obstacles et d'apporter les incitatifs nécessaires à la vitalité future de l'industrie.

Études de cas

Aperçu

Jusqu'à présent, le rapport a porté sur les applications théoriques des autres modes de financement. La présente section présente les observations faites par des producteurs et des réalisateurs qui ont exercé leurs aptitudes à résoudre des problèmes de manière créative pour trouver des formules originales de financement pour leurs projets. Si les études de cas sont sources d'inspiration, elles mettent aussi en évidence les nombreuses difficultés décrites plus haut. L'un des thèmes communs est bel et bien la difficulté à susciter l'intérêt des télédiffuseurs canadiens.

Dans deux des cinq études de cas — *Living Downstream* et *Embracing Voices: The Woman Behind the Music of Jane Bunnett* —, la production a été assurée sans le concours de télédiffuseurs canadiens ni du Fonds des médias du Canada (FMC). Dans les trois autres cas, les productions *Hadwin's Judgement: The Making of an Environmental Terrorist*, *Occupy Love* et *The World Before Her* ont obtenu des licences minimales auprès de chaînes éducatives ou spécialisées canadiennes, ce qui leur a aussi ouvert les portes du FMC. Aucun des cas choisis pour ce rapport n'a eu droit au soutien des grands groupes de télédiffusion du Canada.

Le budget des projets allait d'environ 150 000 \$ à plus de 1 million de dollars. Plutôt que de miser sur le modèle axé sur les télédiffuseurs, deux productions — *Occupy Love* et *Embracing Voices: The Woman Behind the Music of Jane Bunnett* — ont recouru à des campagnes de financement participatif. Les trois autres ont bouclé leurs budgets en faisant appel à des fondations américaines, des organismes sans but lucratif au Canada, des conseils des arts et des capitaux privés. Enfin, la production de *Living Downstream* a duré assez longtemps pour que le film soit l'un des derniers à recevoir du financement du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI), qui n'existe plus aujourd'hui.

Comme il est mentionné dans le présent rapport et dans d'autres sources, les télédiffuseurs traditionnels investissent de moins en moins dans les documentaires canadiens. Sans licence, les réalisateurs ne reçoivent ni crédits d'impôt ni soutien du FMC, le plus important bailleur de fonds pour les productions canadiennes. Sans le FMC, le système de financement canadien des documentaires uniques et de long métrage se limite au maigre Programme pour le long métrage documentaire de Téléfilm Canada (qui exige la participation d'un distributeur ou d'un télédiffuseur canadien) ou à la coproduction avec l'Office national du film. Voilà qui met en lumière l'impasse dans laquelle se retrouvent les producteurs : pour être admissibles à l'éventail de sources de financement public et privé au Canada, les producteurs doivent compter sur la participation financière d'un télédiffuseur réticent, qui montre peu d'appétit pour le documentaire unique.

La voie de l'avenir

Comme l'indiquent les études de cas présentées plus haut, les producteurs-entrepreneurs se tournent vers des modes alternatifs de financement avec un succès variable. Comme le montre le présent rapport, le financement participatif, l'aide de fondations (généralement étrangères), l'investissement de capitaux privés et les partenariats avec de grandes marques servent tous à boucler le financement des projets.

En entrevue, les producteurs n'ont pas manqué de faire ressortir certains des avantages présentés par ces modes. Par exemple, le financement participatif a du retentissement et crée une communauté loyale bien avant le dernier tour de manivelle. Le cinéaste a l'occasion de tester ses idées et de peaufiner son traitement ainsi que sa campagne quand le projet est encore à l'étape d'élaboration ou de production. La relation qui s'établit entre l'auditoire et le créateur aide aussi ce dernier à construire son image de marque, laquelle servira de levier pour ses films subséquents.

De plus, les études de cas montrent que les producteurs apprécient les nouveaux partenariats, tout particulièrement parce qu'ils constituent souvent un soutien allant au-delà de l'aspect financier. Parce que leur mission s'harmonise avec un projet donné, les fondations, les philanthropes et les marques sont en mesure d'ajouter de la valeur sur le plan de l'élaboration du contenu, du développement des auditoires et des stratégies de rayonnement. Les coproductions internationales ouvrent elles aussi un monde de possibilités de collaboration, que ce soit du point de vue financier ou de la création.

On décrit souvent les réalisateurs de films à vocation sociale comme des gens passionnés et engagés. La plupart d'entre eux cherchent à avoir un impact. Ils s'efforcent de faire en sorte que leur œuvre ait le pouvoir de changer les perceptions, les comportements et même les lois. Nombre d'investisseurs ont les mêmes objectifs. Élargir le nombre d'intervenants et bonifier la boîte à outils pour inclure un plus vaste éventail de mécanismes de soutien pourraient contribuer à accroître le rayonnement d'un projet.

Même si les études de cas font ressortir les résultats favorables des modes de financement alternatifs, elles illustrent aussi — spécialement à la lumière du contexte plus large du présent rapport — que chaque mode de financement est tout autant source de frustrations et de défis. Ayant peu de formation spécialisée ou peu d'occasions d'établir des ponts dans la sphère du financement alternatif, la plupart des producteurs ne peuvent qu'apprendre sur le tas, ce qui exige souvent beaucoup de temps et d'argent. Compte tenu du rendement discutable des ressources et du temps consacrés, les structures en place risquent de gêner la croissance de l'entreprise.

Plus d'un producteur dont le projet a fait l'objet d'une étude de cas a proposé son film à maints télédiffuseurs, mais aucun ne l'a appuyé. Comme les télédiffuseurs commandent si peu de documentaires uniques, la concurrence est féroce — et pourtant, leur participation financière est intrinsèque au reste du système de financement canadien.

Les obstacles qui se posent dans le contexte administratif canadien empêchent aussi les producteurs de saisir des occasions qui se présentent dans d'autres pays.

[Élargir les horizons financiers](#) – Modes alternatifs de financement du documentaire canadien

L'interprétation juridique de notions telles que parrainage fiscal, investisseur qualifié, activité de bienfaisance, personne visée par un règlement et aide empêche peut-être l'adoption de pratiques potentiellement innovatrices.

Les producteurs laissent entendre qu'il faudrait améliorer le système traditionnel soutenu par les fonds publics en y greffant des incitatifs à la diversification des modes de financement et à la promotion des investissements dans le secteur audiovisuel.

Le présent rapport donne aux intervenants de l'industrie l'occasion de discuter des constatations qui s'y trouvent et de tracer la voie de l'avenir qui favorisera la croissance de l'activité économique dans le secteur documentaire.

Voici quelques sujets à prendre en considération.

- Concevoir des déclencheurs de financement autres que les télédiffuseurs.
- Revoir les processus administratifs.
- Créer des incitatifs à l'investissement.
- Explorer l'application du parrainage fiscal dans le contexte canadien.
- Discuter de partenariat public-privé pour la création de nouveaux fonds.
- Encourager l'investissement favorable au rayonnement, au développement des auditoires et à l'impact.
- Étudier les besoins propres au marché de langue française.
- Cerner d'autres possibilités de recherche, de formation et de collaboration.

Pour conclure, rappelons que le documentaire joue depuis longtemps un rôle capital dans le paysage culturel du Canada. Qu'il s'agisse de longs métrages documentaires d'opinion ou d'œuvres médiatiques immersives, les histoires qui y sont racontées contribuent à construire l'identité nationale. Le documentaire constitue à la fois une œuvre d'art et un produit culturel. Nous estimons qu'un secteur documentaire vigoureux, aux mains de cinéastes et de producteurs passionnés capables de puiser à un large éventail de sources de financement privé et public, permettra à notre héritage documentaire de continuer à profiter aux auditoires d'ici et d'ailleurs.