communications mdr

DOC

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA

Financement philanthropique du documentaire au Canada

Vers une stratégie globale pour l'industrie

RÉALISÉ PAR MARIA DE ROSA ET MARILYN BURGESS • SEPTEMBRE 2015

Ontario
Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias interactifs

Fonds des médias du Canada

TELEFILM CANADA

ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO
an Ontario government agency
un organisme du gouvernement de l'Ontario

ONF NFB

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA

REMERCIEMENTS

L'Association des documentaristes du Canada (DOC) tient à remercier les organismes suivants de leur soutien pour la recherche et la rédaction de ce rapport : Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO), le Fonds des médias du Canada (FMC), Téléfilm Canada (TFC), le Conseil des arts de l'Ontario (CAO), l'Office national du film du Canada (ONF).

Les auteurs de ce rapport tiennent à remercier plus particulièrement pour leur généreuse participation à ce project, tous ceux qui ont accepté d'être interviewés.

Toutes les opinions, découvertes, conclusions ou recommandations exprimées dans ce rapport sont celles des auteures et ne reflètent pas nécessairement les vues de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, du Fonds des médias du Canada, du gouvernement de l'Ontario, de Téléfilm Canada ou du gouvernement canadien. Les financeurs, les gouvernements de l'Ontario et du Canada et leurs agences ne sont aucunement liés aux recommandations contenues dans ce rapport.

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 650 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 EXÉCUTIVE INTÉRIMAIRE
Pepita Ferrari

215 avenue Spadina, Bureau 126, Toronto, ON M5T 2C7
416-599-3844 • info@docorg.ca • docorg.ca • @DOCorg

RÉALISATION
Maria De Rosa et Marilyn Burgess

TRADUCTION
Roger Bourdeau

CONCEPTION GRAPHIQUE
Office/Bureau Inc. • officebureau.ca

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	2
Table des matières	3
Préface	4
Sommaire	6
Introduction	10
A. Comprendre le secteur philanthropique canadien : principales tendances	13
B. Financement philanthropique du documentaire : analyse des projets novateurs	21
C. Leçons à tirer pour le contexte canadien	33
D. Financement philanthropique du documentaire : pistes possibles	39
Annexe 1 : Bibliographie	45
Annexe 2 : Liste des entrevues	48
Annexe 3 : Glossaire	49
Annexe 4 : Ressources additionnelles	50

PRÉFACE

Depuis plus de 30 ans, l'Association des documentaristes du Canada (DOC) a toujours gardé le cap au sein d'une industrie du documentaire canadien en évolution permanente. Au début des années 80, au démarrage de DOC (alors connu sous le nom de Canadian Independant Film Caucus), l'intention initiale était de faire évoluer le milieu des télédiffuseurs en incitant les programmateurs à diffuser davantage de documentaires à la télévision canadienne.

À cette époque, grâce aux efforts de quelques-uns de nos membres et à l'ouverture d'esprit des télédiffuseurs, la production documentaire au Canada a prospéré, et réaliser des documentaires est devenu un moyen possible de gagner sa vie. Le Canada est alors passé à un niveau supérieur dans le domaine du cinéma documentaire international et les soutiens fiscaux introduits dans les différents programmes gouvernementaux ont fait l'envie de tous dans les autres pays.

Mais, les avancées technologiques et la transformation profonde et transversale de l'environnement médiatique global ont entraîné des changements inévitables. L'impact était déjà sensible en juin 2013 quand DOC a publié la cinquième édition de *Toute la vérité*, son rapport bisannuel sur l'état de la production documentaire. Le rapport faisait état d'une baisse du volume de production documentaire de plus de 100 millions de dollars entre les années 2008/09 et 2010/11. Les quatre années qui ont suivi ont placé le secteur documentaire devant deux vérités paradoxales : il n'y a jamais eu un tel engouement du public pour le cinéma documentaire, mais au Canada, son financement n'a jamais été aussi difficile.

La survie de tout organisme repose sur sa capacité d'adaptation et sur l'établissement de nouveaux partenariats et collaborations. Alors que les documentaristes canadiens ont de plus en plus de difficulté à financer leurs projets, ils peuvent constater que leurs collègues dans d'autres pays développent des partenariats avec le secteur philanthropique. Ces partenariats ont permis de nouvelles sources de financement, le développement de nouveaux publics et – parfois – de profonds changements sociaux.

Il n'y a pas deux secteurs d'activité qui ont autant de buts communs que celui de la philanthropie et du documentaire. Pourtant, comme le soulignent les auteures du rapport, Maria De Rosa et Marilyn Burgess, ce partenariat est étonnamment sous-développé au Canada malgré les bénéfices évidents qu'il pourrait offrir aux deux parties. La bonne nouvelle c'est que le moment n'aurait pas pu être mieux choisi pour amorcer cette exploration.

Les documentaristes sont naturellement aptes à résoudre des problèmes, ils sont novateurs, visionnaires et d'excellents communicateurs. Ils ont beaucoup à offrir au tissu social tout autant qu'au secteur philanthropique. Qu'il s'agisse de l'histoire inspirante du combat pour l'égalité des femmes en Inde, dans le film *Driving with Selvi* de Elisa Paloschi, ou du film de Laura Rietveld, *Okpik's Dream*, racontant la survie au système des pensionnats canadiens pour les Inuits, ou encore du développement durable sur les rivages de la côte nord-ouest de la Colombie-Britannique dans *Haida Gwaii: On the Edge of the World* du réalisateur Charles Wilkinson, les membres de DOC réalisent déjà des films qui se penchent sur les mêmes sujets primordiaux que les fondations philanthropiques canadiennes.

Pour ce qui est du secteur philanthropique, une nouvelle génération est en train de prendre les rênes et cherche de nouveaux outils pour porter son message et de nouveaux indicateurs pour mesurer l'impact de son travail. Ce qui manque au Canada, c'est la connexion entre ces deux univers.

Le principe fondamental du rapport *Financement philanthropique du documentaire au Canada : Vers une stratégie globale pour l'industrie*, repose sur la connectivité et le partage d'intérêts. Pour que le documentaire puisse prospérer à nouveau dans notre pays, il est impératif d'explorer de nouveaux territoires, de trouver des partenariats innovants et de découvrir les buts communs qui sont au cœur de notre travail.

Comme le souligne le rapport, des avancées ont été réalisées au Canada, entre autres par la Fondation Inspirit ou Hot Docs, tant dans le champ du documentaire que dans d'autres disciplines artistiques. Plus tôt cette année, un groupe d'organismes de financement s'est joint à un effort groupé mené par la Fondation Metcalf pour amorcer la création d'une plateforme caritative partagée. Les juristes progressent lentement mais sûrement vers l'assouplissement des mesures relatives aux dons de charité au Canada.

À DOC, nous espérons que ce rapport, tant par l'information présentée que par les actions proposées, pourra réellement agir comme un point de ralliement de toutes les parties intéressées à se joindre à notre travail vers de nouveaux paradigmes qui feront que le soutien philanthropique au documentaire au Canada ne demeurera pas seulement une possibilité, mais bien une évidence.

Pepita Ferrari
Directrice exécutive intérimaire

SOMMAIRE

OKPIK'S DREAM. PHOTO PAR KATARINA SOUKUP, COURTOISIE DE CATBIRD PRODUCTIONS.

PRINCIPALES TENDANCES

Le secteur philanthropique canadien, incluant les fondations octroyant des subventions, le mécénat d'entreprise et les donateurs individuels, constitue une ressource inexploitée pour la communauté documentaire canadienne. Selon des évaluations récentes, il existe environ 10,500 fondations publiques et privées au Canada.[1] La totalité de leurs avoirs représente 55 milliards de dollars et elles ont accordé 4,6 milliards de dollars en subvention en 2013.[2]

Le secteur de la philanthropie est en constante évolution. La formation de groupes de financeurs et de cercles de donateurs reflète la tendance croissante à mutualiser les connaissances et les ressources pour soutenir les causes à caractère social. Le sociofinancement et le mouvement civique technologique indiquent également une évolution du secteur philanthropique.[3] De plus en plus, les fondations de bienfaisance mesurent l'impact de leurs dons. La tendance démontre qu'à l'avenir les fondations deviendront sans doute plus proactives dans l'octroi de leurs subventions. Tous ces éléments représentent des possibilités de financement pour les documentaristes.

LEÇONS À TIRER

Cette étude examine quelques exemples provenant d'Australie, du Royaume-Uni et des États-Unis. Ce panorama non exhaustif inclut : BRITDOC et Good Pitch ; la Documentary Australia Foundation (DAF) ; le Fledgling Fund ; JustFilms ; le Chicago Media Project ; le programme International Documentary Association's Fiscal Sponsorship ; et Impact Partners.

Le but de cet exercice était d'avoir une meilleure compréhension des caractéristiques de ces fondations et d'envisager la façon dont nous pouvons les appliquer au contexte canadien. Cette étude fait ressortir quelques précieuses leçons :

- La nécessité de sensibiliser le secteur philanthropique aux avantages qu'il peut tirer du soutien aux documentaires.
- Les documentaires qui sont les plus susceptibles d'atteindre un impact social par la distribution, la promotion et des stratégies de sensibilisation sont les mieux placés pour obtenir un soutien financier du secteur philanthropique.
- Considérant que la gestion des relations est la clé pour impliquer le secteur philanthropique, il faut beaucoup de temps et de ressources pour obtenir du financement philanthropique.
- La stratégie de mutualisation des ressources par le biais de regroupement des donateurs par affinité ou en cercles de donateurs, peut réduire les risques pour les financeurs philanthropiques.
- Le développement d'outils pour l'évaluation de l'impact des documentaires d'orientation sociale est une priorité.

En plus de ces enseignements, le rapport démontre que certaines entreprises sous d'autres juridictions bénéficient de règles fiscales plus souples, plus spécialement pour la possibilité de donner des subventions à des organismes à but lucratif. Il manque une flexibilité comparable à la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada. Il est également important de considérer l'impact de toute aide obtenue du secteur caritatif pour le financement d'une production sur l'évaluation des crédits fiscaux qui pourraient être attribués à une production.

1 «Guide pratique pour la recherche de fondations», Site Imagine Canada : http://www.imaginecanada.ca/fr/blog/guide-pratique-pour-la-recherche-de-fondations ; et «Fondations au Canada» Site Fondations Philanthropiques Canada : http://pfc.ca/fr/ressources/fondations-au-canada/.

2 «Fondations au Canada» Site Fondations Philanthropiques Canada : http://pfc.ca/fr/ressources/fondations-au-canada/.

3 Regard sur 2014, perspectives 2015» Le Blog du President, Fondations Philanthropiques Canada, http://pfc.ca/fr/2015/01/regard-sur-2014-perspectives-2015/. Voir également Technology Enabled Social Innovation: Selected Articles from the Technology Innovation Management Review, à télécharger sur le site Fondation de la famille J.W. McConnell : http://www.mcconnellfoundation.ca/fr/resources/publication/technology-enabled-social-innovation-selected-articles-from-the/.

JEPPE ON FRIDAY. PHOTO PAR BLAKE WOODHAMS, COURTOISIE DE PARABOLA FILMS & URUCU MEDIA.

VERS UNE STRATÉGIE POUR L'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

En comparaison des autres pays étudiés dans ce rapport, le Canada tire de l'arrière dans le financement du secteur philanthropique pour la production, la distribution et le rayonnement des documentaires. Toutefois, notre étude démontre qu'une solution particulière au Canada pourrait être mise en place pour soutenir les documentaires visant à favoriser un changement social. Mais, afin d'établir un partenariat durable entre le secteur philanthropique et la communauté du documentaire, il est nécessaire d'adopter une stratégie à long terme pour l'ensemble de l'industrie. Ce dont nous avons besoin c'est un cercle vertueux : un cycle d'événements récurrents, chacun augmentant les effets bénéfiques du suivant, au profit d'un but plus grand. En gardant ceci à l'esprit, nous proposons le plan d'action suivant :

ACTION 1 : SENSIBILISER LE SECTEUR PHILANTHROPIQUE AUX BÉNÉFICES DU SOUTIEN AU FILM DOCUMENTAIRE

Il existe un besoin pressant de faire prendre conscience aux philanthropes et organisations philanthropiques de l'importance de soutenir les films documentaires. Dans cette perspective, le Festival international du documentaire canadien Hot Docs et la Fondation Inspirit développent des liens avec le secteur philanthropique. Certaines associations professionnelles, telles DOC et le CMPA (Canadian Media Production Association) peuvent appuyer ce travail par leurs propres initiatives pour les sensibiliser à la façon dont les documentaires peuvent entraîner un changement social.

ACTION 2 : DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DES CINÉASTES EN PRODUCTION D'IMPACT

L'intérêt du secteur philanthropique pour les documentaires réside dans leur capacité à soutenir les buts des organisations visant un changement social. Renforcer les infrastructures nécessaires à l'atteinte de cet objectif nécessite d'acquérir une aptitude à réaliser des productions à fort impact.

ACTION 3 : LA FLEXIBILITÉ DES MODÈLES DE FINANCEMENT DES DOCUMENTAIRES À SUJETS SOCIAUX

Nos entrevues ont mis en lumière plusieurs points du modèle de financement canadien du documentaire qui pourraient être améliorés pour stimuler un soutien philanthropique accru dans le montage financier des films. Par exemple, en s'assurant que les coûts liés aux campagnes d'impact sont éligibles aux subventions, ou en permettant au financement philanthropique d'être considéré comme « déclencheur » auprès des financeurs publics. Nous pourrions aussi nous inspirer de Screen Australia qui reconnaît le financement philanthropique. Il a été également souligné qu'une certaine flexibilité existe au programme des documentaires d'opinion anglophones (POV) du Fonds des médias canadiens, qui permet de reconnaître le financement philanthropique dans la structure de financement d'un documentaire.

ACTION 4 : DÉVELOPPER DES OUTILS DE MESURE FIABLES POUR LES CAMPAGNES D'IMPACT

Un modèle de financement impliquant le secteur philanthropique nécessitera de nouvelles méthodes pour mesurer l'impact d'un documentaire. En plus de celles actuellement employées, telles la mesure de l'audience et les retombées économiques, de nouveaux outils seront nécessaires pour mesurer le succès et l'impact des campagnes de sensibilisation. Ces nouvelles données devront être en phase avec les intérêts du secteur philanthropique. On peut noter que c'est le travail entrepris par le Festival international du documentaire canadien, Hot Docs.[4]

ACTION 5 : CRÉATION D'UN *GOOD PITCH²* AU CANADA

Créés par BRITDOC, les événements *Good Pitch* réunissent les documentaristes et les organisations philanthropiques ou des particuliers dans le but de créer des coalitions pour augmenter le financement et l'impact social des documentaires. *Good Pitch²* (*Good Pitch* au carré) est un programme d'événements satellites se déroulant partout dans le monde sous les auspices de BRITDOC.

Un nouvel événement *Good Pitch²* au Canada aurait l'avantage de réunir tous les membres de l'écosystème documentaire pour stimuler le développement de solutions pour le financement philanthropique des documentaires identifiés dans cette étude.

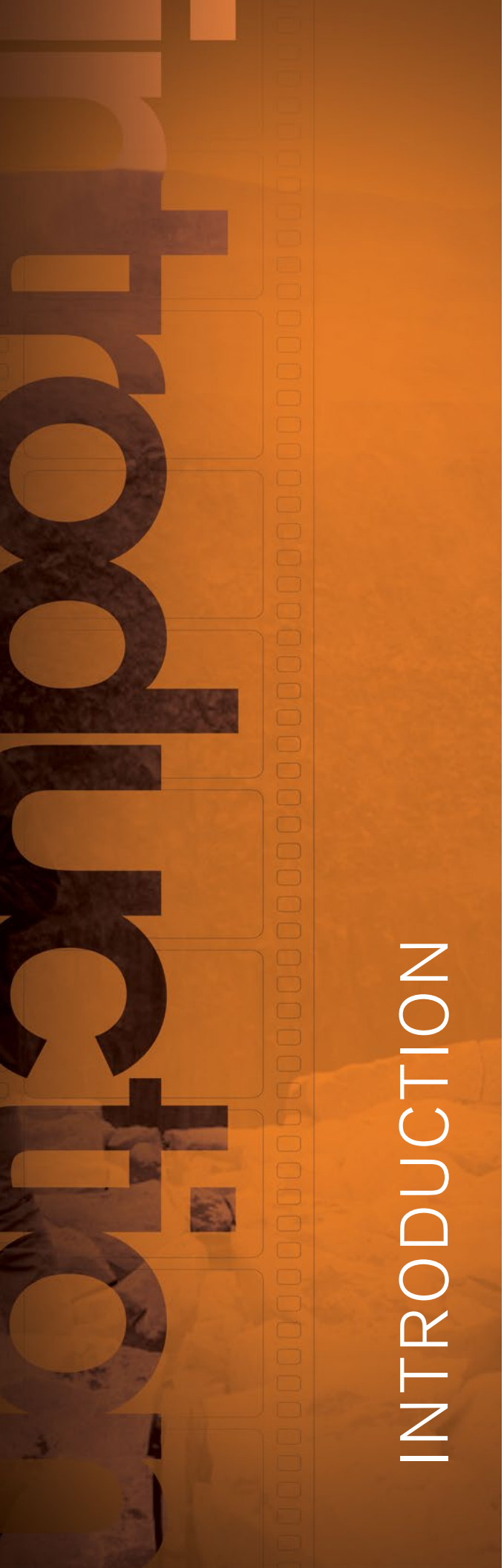
ACTION 6 : CRÉATION D'UNE INITIATIVE PILOTE AVEC LE SECTEUR PHILANTHROPIQUE

Avec l'aide du secteur philanthropique, DOC pourrait envisager d'utiliser son statut d'organisme de bienfaisance pour créer un fonds soutenant les campagnes de sensibilisation.

ACTION 7 : LE RÔLE DE DOC : PROMOTEUR D'UNE STRATÉGIE POUR L'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

DOC peut jouer un rôle de premier plan en tant qu'initiateur et défenseur d'une stratégie pour l'ensemble de l'industrie tel que recommandée dans cette étude. Une prochaine étape pour DOC pourrait être la mise en place d'un forum pour l'élaboration de cette stratégie avec l'ensemble de l'industrie.

4 Patricia Finnerman, *Story Matters*, *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*, Hot Docs, 2014.



INTRODUCTION

1. PRÉAMBULE

Plusieurs signes convergent : nous sommes à l'âge d'or du documentaire. Sa capacité à enrichir l'expérience humaine, à provoquer le dialogue et à inspirer les gens à agir pour l'avancement du progrès social explique sa popularité auprès de tous les publics.

L'étude commandée par DOC en 2014, *Growing the Pie — Alternative Financing and Canadian Documentary*[5] a démontré que les sommes provenant des organisations de bienfaisance ne représentent qu'une petite portion du financement des documentaires canadiens. La question posée aujourd'hui est de savoir comment des partenariats stratégiques peuvent être développés entre le secteur philanthropique et le milieu documentaire afin d'encourager davantage de participation philanthropique dans le financement des documentaires canadiens, plus spécifiquement pour leur promotion et leur distribution. C'est dans ce contexte que l'Association des documentaristes du Canada (DOC) a initié cette étude.

Plusieurs démarches innovantes ont été amorcées aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en Australie pour impliquer le secteur philanthropique[6] dans la production et la diffusion de documentaires. Pour le secteur du documentaire canadien, plusieurs leçons de première importance sont à tirer de ces expériences, particulièrement le développement de nouvelles formes de partenariat et de collaboration. Communication MDR a donc été mandaté pour :

1. Examiner des projets et des modèles qui fonctionnent et réunissent les secteurs de la philanthropie et du documentaire pour soutenir la production, la promotion et la distribution des documentaires.

2. Développer une meilleure compréhension du secteur philanthropique canadien afin d'identifier de nouvelles perspectives de financement pour la promotion, l'implication des publics et la distribution de documentaires canadiens sur les marchés actuels et à venir.

3. Proposer des actions et des modèles concrets qui pourraient être mis en œuvre pour susciter de nouveaux soutiens du secteur philanthropique pour la promotion, l'implication des publics et la distribution de documentaires canadiens sur les marchés actuels et à venir.

Ce rapport présente les résultats de cette étude.

5 Tracey Friesen, *Growing the Pie*, l'Association des documentaristes du Canada (DOC), Mai 2013.

6 Pour les besoins de cette étude, le secteur philanthropique comprend les fondations corporatives, publiques et privées, de même que les individus.

2. APPROCHE ET MÉTHODOLOGIE

Les consultants ont réalisé un inventaire national et international des textes sur les actions et les modèles existants. L'annexe 1 présente une bibliographie sélective des documents, rapports et articles consultés pour cette étude. Des intervenants de premier rang ont été interviewés pour comprendre au mieux les défis et possibilités de collaboration et de partenariat offertes par le secteur philanthropique. Au total, 25 entrevues ont été réalisées, dont la liste se trouve à l'annexe 2.

Les projets recensés dans ce rapport représentent un éventail d'approches visant à inciter le secteur philanthropique à soutenir la production, la promotion et la distribution du documentaire.

3. STRUCTURE DU RAPPORT

Le rapport est divisé en quatre sections :

- **Section A** : un large portrait du secteur philanthropique canadien soulignant les principales tendances qui façonneront l'évolution future du secteur ;
- **Section B** : une analyse des démarches innovantes qui obtiennent un soutien du secteur philanthropique pour la production, la promotion, le rayonnement et la distribution de documentaires ;
- **Section C** : les leçons apprises pertinentes à l'industrie documentaire canadienne ;
- **Section D** : conclusion sur les futures avenues envisageables.

SECTION A

ARCTIC DEFENDERS. PHOTO PAR ALEX SALTER, COURTOISIE DE UNIKAAT STUDIOS & JOHN WALKER PRODUCTIONS.

COMPRENDRE LE SECTEUR PHILANTHROPIQUE CANADIEN : LES PRINCIPALES TENDANCES

1. PRÉAMBULE

Cette section s'ouvre sur un bref survol du secteur philanthropique canadien, se concentrant prioritairement sur les fondations canadiennes octroyant des subventions, les individus et le mécénat d'entreprise. Par la suite, les tendances clés ayant un impact sur ce secteur sont identifiées. Ce portrait général du secteur philanthropique fournit une information contextuelle sur le rôle potentiel qu'il peut jouer en soutenant la communauté documentaire dans l'avenir.

2. APERÇU DES FONDATIONS CANADIENNES

2.1 LES CARACTÉRISTIQUES

Selon des estimations récentes, il existe environ 10 500 fondations publiques et privées au Canada.[7] Presque à égalité de part et d'autre, le nombre des fondations publiques et privées a augmenté de manière significative au cours des 20 dernières années. Le nombre de fondations privées a augmenté de 76 % de 1994 à 2014, pour se maintenir actuellement à plus de 5 300. D'autre part, le nombre de fondations publiques a connu une croissance de 69 % pour atteindre plus de 5 100. Selon les plus récentes statistiques disponibles, en 2013 les fondations publiques et privées canadiennes détenaient des actifs de 55 milliards de dollars et ont accordé 4,6 milliards de dollars en subvention.[8]

Une étude de Fondations Philanthropiques Canada dresse le portrait des meilleures fondations subventionnaires et communautaires au Canada.[9] Ces fondations représentent environ le quart (27 %) de l'ensemble des fondations. Toutefois, leur importance financière représente 63 % du total des actifs des fondations et 42 % de la valeur des dons accordés aux donataires reconnus.[10]

Les fondations donatrices s'impliquent souvent sur du long terme en soutien et en partenariat avec les organismes de bienfaisance. Leur statut institutionnel leur permet « d'agir stratégiquement et sur du long terme, ce que la plupart des donateurs individuels canadiens ne peuvent se permettre, même si les milliards de dollars accordés chaque année par les Canadiens surpassent la contribution des fondations. »[11] Le tableau 1 donne la répartition des 150 plus grandes fondations donatrices canadiennes, en fonction de la valeur de leurs actifs.

7 « Guide pratique pour la recherche de fondations », Site Imagine Canada : http://www.imaginecanada.ca/fr/blog/guide-pratique-pour-la-recherche-de-fondations ; et « Fondations au Canada » Site Fondations Philanthropiques Canada : http://pfc.ca/fr/ressources/fondations-au-canada/.

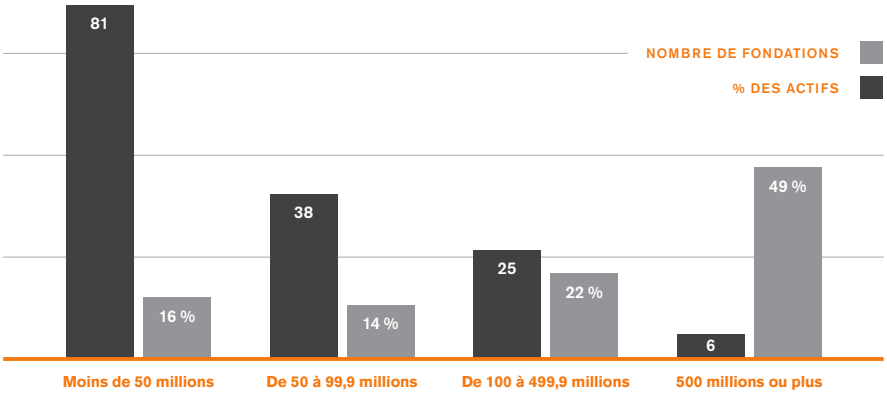
8 « Fondations au Canada » Site Fondations Philanthropiques Canada : http://pfc.ca/fr/ressources/fondations-au-canada/.

9 « Actifs et dons des fondations donatrices du Canada » http://pfc.ca/wp-content/uploads/2012/03/trends-canada-grantmaking-foundations-may2015-fr.pdf

10 « Actifs et dons des fondations donatrices du Canada », Op. Cit., page 1. Les « donataires reconnus » sont définis sur le site de l'Agence du revenu du Canada : http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/qlfddns-fra.html/.

11 *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, Op. Cit., page 1.

TABLEAU 1 : Valeur des actifs des plus grandes fondations donatrices canadiennes (2012)[12]



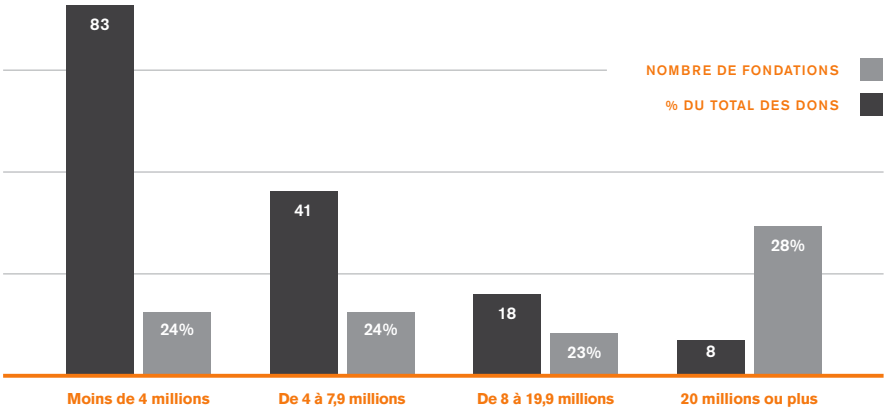
(en dollars canadiens)

2.2 PRATIQUES SUBVENTIONNAIRES : TOUTES DIFFÉRENTES

Si l'on considère leur histoire, le volume de leurs actifs, leur rayonnement géographique, leurs champs d'intérêt et leur mission, les fondations canadiennes sont très diversifiées. La plupart des fondations sont créées par des gens qui ont une passion pour une cause particulière. Ce sont ces donateurs qui façonnent le cœur du travail de leur fondation. Les pratiques d'octroi des subventions varient considérablement d'une fondation à une autre et ce qui est approprié pour une peut ne pas l'être pour l'autre.

Les plus grandes fondations subventionnaires distribuent leur soutien largement. Il est intéressant de noter qu'en ce qui concerne le volume des subventions, un examen des tendances montre qu'en 2012, 28 % de toutes les fondations canadiennes privées ont fait des dons de plus de 20 millions de dollars. (Voir Tableau 2)

TABLEAU 2 : Répartition des plus grandes fondations donatrices et valeur des dons par catégorie de taille de dons (2012)[13]



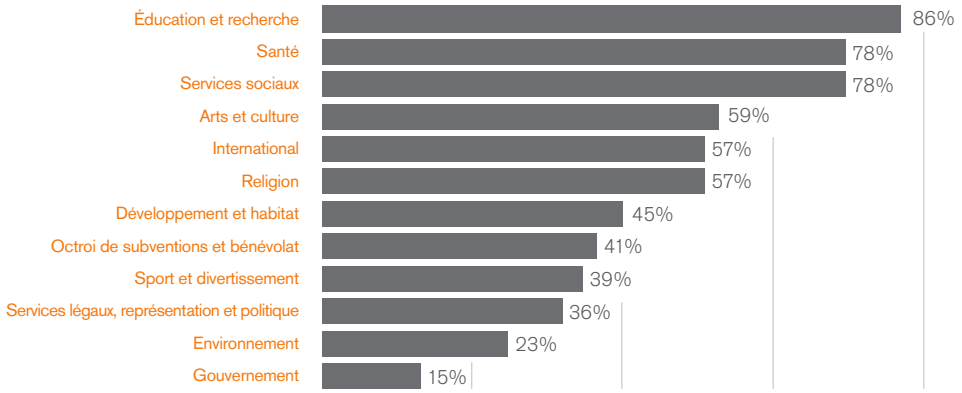
(en dollars canadiens)

12 *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, Op. Cit., page 3.

13 *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, Op. Cit., page 9.

En 2011, la très grande majorité des plus grandes fondations donatrices (évaluées selon le montant total des subventions), a accordé des subventions aux secteurs de l'éducation et de la recherche (86 %), de la santé (78 %), et des services sociaux (78 %). Plus de la moitié des dons ont été accordés aux secteurs des arts et de la culture (59 %), de l'international (57 %) et de la religion (57 %).[14] (Voir tableau 3)

TABLEAU 3 : Secteurs soutenus par les fondations subventionnaires[15]



Une compréhension en profondeur des fondations subventionnaires au Canada a été identifiée comme étant une priorité et des recherches dans ce sens ont été entreprises par plusieurs associations telles la Fondation philanthropique du Canada et les Fondations communautaires canadiennes. Ces deux associations agissent comme porte-parole du secteur des fondations subventionnaires.

3. PRINCIPALES TENDANCES

3.1 UN RÔLE PLUS IMPORTANT POUR LES FONDATIONS DANS L'AVENIR

Les fondations sont appelées à jouer un rôle plus important avec davantage de visibilité dans le futur. Certains observateurs prévoient que le Canada connaîtra un transfert intergénérationnel de richesses durant une vingtaine d'années qui pourrait atteindre un billion de dollars.[16] On s'attend à ce qu'une partie de cette somme soit utilisée pour des actions philanthropiques, suscitant la création de plusieurs nouvelles fondations de taille plus importante. Les modifications successives apportées aux lois fédérales de l'impôt sur le revenu depuis 2006, incluant les plus récentes modifications annoncées au Budget 2015, sont conçues pour faciliter aux Canadiens le transfert de leur patrimoine de divers actifs vers le secteur caritatif.[17] La génération qui héritera de ce patrimoine aura une attitude différente vis-à-vis de l'action caritative.

Plutôt que de simplement écrire un chèque, la nouvelle génération de philanthropes voudra s'impliquer directement et changer les choses.[18] L'impact de la «génération Y» sur la philanthropie, avec son engagement pour une philanthropie plus directe et plus connectée, modifiera considérablement tout le secteur. Au fur et à mesure que les fondations individuelles joueront le rôle de rassembleur et de porte-parole, le public prendra conscience de l'existence des fondations et créeront des actions de philanthropie.

14 *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, Op. Cit., page 13.

15 *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, Op. Cit., page 13.

16 *World of Charity on the Cusp of Change*, Fondations Philanthropiques Canada, 2004, cité par Susan Andrews, *E-Concrete Solutions Profiles and Trends of Canadian Philanthropic*, *Environmental and Land Donors: Presentation to the Land Trust Alliance of B.C.*, Environment Canada, Programme des dons écologiques, 2005.

17 *Reaching Out: Charitable Giving Guide for Donors,* PWC, 2008. https://www.pwc.com/ca/en/tax/publications/charitable-giving-guide-1208-en.pdf Voir aussi Janet McFarland, Charities expect donations to rise in wake of proposed tax changes, The Globe and Mail, 22 avril, 2015. Dernière mise à jour, 22 avril 2015, 19:53 HNE.

18 *World of Charity on the Cusp of Change*, Fondations Philanthropiques Canada, 20 mai 2004, cité par *Profiles and Trends* Op. Cit.

3.2 L'EXPANSION DE L'INVESTISSEMENT SOCIAL

Les entrepreneurs et les sociétés de capital-risque arrivent sur le terrain de la philanthropie canadienne avec de nouvelles idées. Par exemple, ils appliquent à la philanthropie certaines techniques qui ont fait leur succès en affaires. Ils investissent dans les opérations à caractère social souvent avec un plus grand sens pratique et sont axés sur les résultats.

Tout en se concentrant sur l'impact, les investisseurs sociaux peuvent utiliser leurs fonds propres ou les prêts, en alternative ou en complément d'une subvention. Aux États-Unis et en Europe, l'investissement social est considéré comme étant plus dynamique qu'au Canada, avec la création de nouvelles associations, de fondations et d'un nouveau type d'entreprise. «L'investissement d'impact collectif» désigne un groupe d'investisseurs sociaux réunis pour investir dans des fonds d'amorçage, à la manière des réseaux privés d'investisseurs, Angel Networks, ou par exemple, Impact Partners (http://www.impactpartnersfilm.com). Les investissements sociaux sont grandement appréciés de certaines organisations, en particulier celles qui souhaitent démarrer ou accroître leurs activités.

Les fondations qui réalisent des investissements sociaux apprécient la possibilité de réinvestir leurs retours sur investissements. Bien que les investissements sociaux offrent des retours inférieurs à ceux du marché ou impliquent davantage de risques habituellement assumés par du capital-risque, ceux qui font de tels investissements les croient justifiés par leur retour sous la forme d'un impact social.[19] Au Canada, on peut s'attendre à ce que davantage de fondations se tournent vers l'investissement social, d'autant que les récentes modifications proposées au Budget 2015 viendront accélérer cette tendance.[20]

Les entreprises canadiennes modifient aussi leur approche des actions philanthropiques en remplaçant le terme lui-même par «investissement communautaire», «entreprise citoyenne», ou «responsabilité sociétale et sociale».[21] On dit que les entreprises cherchent des partenariats pour du long terme et qu'elles sont enthousiastes à l'idée de partager leur expertise, d'apporter leur aide et leur savoir-faire, en plus de contribuer au financement. D'une certaine façon, les entreprises sont semblables aux autres investisseurs tels les entrepreneurs sociaux et investisseurs de capital-risque sociaux.[22]

3.3 UNE PLUS GRANDE EMPHASE SUR LA MESURE D'IMPACT

Dans un marché de la philanthropie de plus en plus concurrentiel, les organisations qui cherchent à obtenir du financement des fondations doivent avoir des arguments convaincants. Depuis les années 90, le comportement des donateurs s'est transformé : d'un simple don à une organisation par fidélité et confiance en cette organisation, à un don fait à un projet spécifique, jusqu'à, tout récemment, l'évaluation de l'impact réel que pourra avoir le don.[23] (Voir tableau 4) Ce qui représente «(…) un déplacement des anciens modèles de dons charitables d'éligibilité organisationnelle vers un nouveau modèle qui se concentre sur l'impact sur la communauté.»[24]

19 Lucy Bernholz, Edward Skloot et Barry Varela, *Disrupting Philanthropy: Technology and the Future of the Social Sector*, Centre for Strategic Philosophy and Civil Society, Sanford School of Public Policy, Duke University, 2010, cité sur *Le Blog du Président*, Fondations Philanthropiques Canada, Op. Cit. Voir également Janet McFarland, Op. Cit.

20 *Assets and Giving Trends of Canadian Foundations*, Op. Cit ; Le Budget 2015 prévoit d'exempter les dons d'actions privées et les biens immobiliers de l'impôt sur les gains en capital ; et prévoit pour les organismes de bienfaisance davantage de flexibilité pour diversifier leurs investissements. Source : http://www.budget.gc.ca/2015/docs/plan/ch4-2-fra.html Voir également Janet McFarland, Charities expect donations to rise in wake of tax changes, Globe and Mail, 22 avril 2015.

21 *Philanthropic Trends Quarterly*, Numéro 4, Hiver 2011, page 2, http://kciphilanthropy.com/download_trends/Trends_Eng_newest.pdf

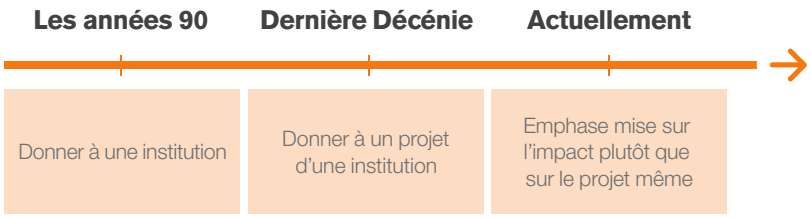
22 *Philanthropic Trends Quarterly*, Numéro 4, Hiver 2011, page 6, http://kciphilanthropy.com/download_trends/Trends_Eng_newest.pdf

23 *Philanthropic Trends Quarterly*, Numéro 3, Automne 2011, http://kciphilanthropy.com/download_trends/Trends_Eng_newest3.pdf

24 *Social Innovation, Societal Change and Canadian's Grant-Making Foundations*, Octobre 2014 http://www.pfc.ca/conference2014/wp-content/uploads/Fontan_SSHRC_Challenging-Conversation.pdf

Dans cet environnement, les donateurs veulent un compte-rendu détaillé de la façon dont leur argent est dépensé, et ils mettent de plus en plus l'emphase sur le rendement social, les mesures de rendement et les possibilités d'évolution. Julia Unwin, experte en philanthropie au Royaume-Uni, définit l'approche d'une fondation vis-à-vis de l'impact ou le résultat de ses dons comme un « changement systémique » qui induit qu'elle doit cibler les décideurs clés qui peuvent concrétiser ce changement. Par exemple, les subventions peuvent être accordées sur la base d'évidences et d'une recherche stratégique pertinente. Ou encore, elles peuvent aller à des organismes qui font campagne ou qui préconisent des changements de politiques dans un champ d'intérêt spécifique. Une étude conduite par l'Association of Fundraising Professionals recommande aux organisations caritatives de concentrer leurs efforts sur l'atteinte de leurs objectifs afin d'attirer les donateurs.[25]

TABLEAU 4 : Tendances des modifications de comportement des donateurs[26]



Certains groupes tels le Harmony Institute et le Lear Center's Media Impact Project ont largement démontré que les films documentaires peuvent induire des changements de perception, de comportement, ou même de politiques publiques. Il est prévu que les « mesures d'impact » et « l'analyse de l'impact social », en tant que champs d'activité professionnelle, se développeront à l'avenir. Dans le même temps, il est également envisagé que les fondations partageront peut-être leurs statistiques et analyses de performance, comme le font les investisseurs de capital-risque et autres intervenants dans le secteur de l'économie sociale.

3.4 LA TECHNOLOGIE ET L'ASCENSION DU MOUVEMENT « CIVIQUE TECHNOLOGIQUE »

Le financement participatif est un exemple du puissant impact que les technologies ont eu sur la philanthropie. Il existe aujourd'hui environ 1 250 plateformes de financement participatif.[27] La nouvelle génération de donateurs est branchée numérique et ses dons sont liés à son activité sociale en ligne. Le financement participatif ou le partage entre pairs repose sur l'ampleur du réseau social des individus, permettant aux gens de mutualiser leurs efforts philanthropiques.

La progression des technologies mobiles a facilité l'interaction entre les citoyens et les gouvernements, donnant naissance au Mouvement « civique technologique », qui, dit-on, représente les nouvelles formes de l'engagement citoyen et ouvre de nouvelles portes pour la philanthropie.[28]

25 *What Canadian Donors Want – 2013 Survey Final Report*, *Association of Fundraising Professionals*, Décembre 2013, page 7. Disponible en français : http://www.afpnet.org/ResourceCenter/ArticleDetail.cfm?ItemNumber=22102

26 *Philanthropic Trends Quarterly*, Numéro 3, automne 2011, page 2, http://kciphilanthropy.com/download_trends/Trends_Eng_newest3.pdf

27 Site du Fonds des medias du Canada : http://crowdfunding.cmf-fmc.ca/fr/facts_and_stats

28 *Philanthrophy and Social Economy: Blueprint 2014*, Foundation Centre, 2014, page 5. http://www.grantcraft.org/guides/philanthropy-and-the-social-economy-blueprint-2014.

3.5 GROUPES D'AFFINITÉ DE BAILLEURS DE FONDS ET CERCLES DE DONATEURS

De façon caractéristique, les groupes d'affinité de bailleurs de fonds concentrent leurs actions sur des sujets ou des causes spécifiques. C'est ce que font la Philanthropie pour la justice sociale collaborative (*Social Justice Philanthropy Collaborative*), Philanthropie pour l'engagement civique actif (*Philanthropy for Active Civic Engagement*), le Groupe des donateurs de proximité (*Neighborhood Funders Group*), ou le Réseau de donateurs pour l'alphabétisation (*Literacy Funders Network*). Les groupes d'affinité peuvent aussi s'organiser autour de public cible ou de communautés habituellement perçues comme mal desservies. Par exemple : l'Association des cadres de fondations noires (*Association of Black Foundation Executives*), Autochtones en philanthropie (*Native Americans in Philanthropy*), Hispaniques en Philanthropie (*Hispanics in Philanthropy*), Américains asiatiques et des Iles du Pacifique en philanthropie (*Asian Americans/Pacific Islanders in Philanthropy*), le Réseau des donateurs juifs (*Jewish Funders Network*), et le Réseau des femmes donatrices (*Women's Funding Network*).

Les principales activités soutenues par ces groupes d'affinité incluent des conférences, la recherche et le développement professionnel. Parfois, les groupes d'affinité de bailleurs de fonds s'associent à du financement participatif.

Les cercles de donateurs s'impliquent dans le financement participatif par le biais de leurs membres. Dans les cercles de donateurs, des individus mettent en commun leurs ressources pour soutenir par des subventions ou des conseils, un certain nombre d'organismes sans but lucratif (OSBL) sélectionnés. Les cercles de donateurs peuvent se constituer de manière informelle ou non. Leur objectif est double : offrir des subventions qui créeront une valeur sociale et former de généreux donateurs engagés et mieux informés.[29]

On dit qu'une très grande majorité des cercles de donateurs opèrent aux États-Unis et au Canada. Des exemples de cercles de donateurs de haut niveau incluent le *Social Ventures Partner Network* et ses 27 chapitres aux États-Unis et au Canada, et *Awesome Foundation for the Arts and Science* qui compte 54 chapitres en Amérique du Nord. Une étude avance que les cercles de donateurs sont une façon d'impliquer « ceux qui ont été historiquement à la marge de la philanthropie, en leur donnant les moyens d'augmenter leur participation. »[30]

4. LES DONS INDIVIDUELS ET D'ENTREPRISES

En plus des fondations caritatives, les dons des Canadiens ont progressé depuis les deux dernières décades en quantité et ont touché un champ d'activité plus large. Selon les données de Statistiques Canada, 84 % des Canadiens ont fait un don de bienfaisance en 2010. En 2013, ils ont donné 12,8 milliards de dollars à des organisations de charité ou sans but lucratif, soit 14 % de plus qu'en 2010.[31] La moyenne annuelle des dons individuels en 2013 était de 531 $, pour 446 $ en 2010.

29 Rob John, *Virtuous Circles: New Expressions of Collective Philanthropy in Asia*, « Entrepreneurial Social Finance in Asia: Working Paper No. 3 », Centre asiatique pour l'entrepreneuriat social et la philanthropie, Université nationale de Singapore, 2014.

30 Witte, D. 2012. *Women's Leadership in Philanthropy: An Analysis of Six Giving Circles.* Dissertation présentée pour l'obtention du doctorat de philosophie, Programme de leadership et changement. Yellow Springs, OH, Antioch University.

31 *« Canadiens dévoués, Canadiens engagés : rapport de tableaux, 2010 »*, Statistique Canada, Catalogue No 89-649-X. *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation, 2013*, Statistique Canada, cité par Andy Levy-Ajzenkopf, *Giving, Volunteering and Participating: Latest survey results from Statistics Canada*, Charity Village, 8 avril 2015, https://charityvillage.com/Content.aspx?topic=The_New_General_Social_Survey_Giving_Volunteering_and_Participating_GSS_GVP#.VcN9sWAkf9I.

Les Canadiens plus âgés (ceux qui avaient 55 ans ou plus en 2013) représentaient 34 % de l'ensemble des donateurs en 2013 et ils ont contribué à hauteur de 47 % des sommes recueillies.[32] Ce constat sur les dons des Canadiens plus âgés démontre le besoin d'une meilleure implication en philanthropie des Canadiens plus jeunes.

Les motivations les plus souvent exprimées par les donateurs sont la compassion pour ceux qui sont dans le besoin et l'adhésion à une cause (plus de 90 % des donateurs). Plus des deux tiers des donateurs soutiennent des causes qui touchent un de leurs proches.[33] Les données de Statistique Canada démontrent que les motivations religieuses ont généré 41 % de l'ensemble des dons de 2013.[34]

D'une manière générale, les dons d'une valeur plus élevée sont plutôt planifiés que spontanés. Les Canadiens plus âgés se montrent également motivés par le désir de laisser un héritage.[35]

En ce qui concerne les entreprises, en 2009 les sociétés canadiennes ont fait des dons totalisant 2,3 milliards de dollars, soit une augmentation de près de 600 % par rapport à 1990. En 2009, environ 76 % des entreprises ont fait des dons en argent.[36]

5. OBSERVATIONS SOMMAIRES

Le secteur philanthropique canadien, incluant les fondations octroyant des subventions, le mécénat d'entreprise et les donateurs individuels, constitue une ressource inexploitée pour la communauté documentaire.

En 2013, une étude conduite par DOC auprès de ses membres révèle que certains cinéastes ont obtenu de l'aide pour leur documentaire auprès d'organisations caritatives américaines telles le Fledgling Fund, la Fondation Annie E. Casey, la Fondation Schumacher, Cinereach et le Tribeca Film Institute.[37]

La tendance démontre qu'à l'avenir les fondations deviendront sans doute plus proactives dans l'octroi de leurs subventions. Les groupes de financeurs et les cercles de donateurs reflètent la tendance croissante à mutualiser les ressources pour soutenir les causes à caractère social. L'émergence du mouvement civique technologique et du financement social démontrent que le secteur philanthropique est en évolution.[38] De plus en plus, les fondations mesurent l'impact des subventions qu'elles accordent.

Tous ces éléments constituent de nouvelles occasions favorables pour les documentaristes qui œuvrent pour le progrès social. C'est le moment opportun pour construire de nouveaux partenariats avec le secteur philanthropique, étant donné qu'il s'agit d'une alliance naturelle entre les causes sociales aidées par ce secteur et les films qui sont des agents de transformation sociale.

32 *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation*, 2013, Statistique Canada, cité par Andy Levy-Ajzenkopf, Op. Cit. Voir également Mark Rovner, Sea Change Strategies, *The Next Generation of Canadian Giving : The Charitable Habits of Generations X, Y, Baby Boomers and Civics*, Blackbaud and HJC, Septembre 2013. Voir également *Canadian Social Trends*, Statistique Canada, Catalogue No. 11-008, page 23.

33 *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation*, Statistique Canada, Août 2001, cité dans *Profiles and Trends of Canadian Philanthropic, Environmental and Land Donors.*

34 *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation*, 2013, Statistique Canada, cité par Andy Levy-Ajzenkopf, Op. Cit.

35 *Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation*, Statistique Canada, Août 2001, cité dans *Profiles and Trends of Canadian Philanthropic, Environmental and Land Donors.*

36 Cansim Table 380-14, Statistique Canada, cite par Steven Ayer, *Corporate Giving in Canada: The Latest Date, Trends and Implications*, Imagine Canada, 2010.

37 *Growing the Pie*, Op. Cit., page 43.

38 «Looking Back, Looking Forward in 2015», *Le Blog du Président*, Fondations Philanthropiques Canada, Op. Cit. Voir aussi *Technology Enabled Social Innovation: Selected Articles from the Technology Innovation Management Review*, McConnell Family Foundation, 2012.

SECTION B

JENNIFER BAICHWAL.
COURTOISIE DE MERCURY FILMS.

LE FINANCEMENT PHILANTHROPIQUE POUR LES DOCUMENTAIRES : ANALYSE DE PROJETS NOVATEURS

1. PRÉAMBULE

Cette section présente une analyse des projets novateurs soutenus par le secteur philanthropique pour la production, la promotion, les campagnes de sensibilisation et la distribution de films documentaires. Cette liste non exhaustive inclut : BRITDOC et Good Pitch ; la Documentary Australia Foundation (DAF) ; le Fledgling Fund ; JustFilms ; le Chicago Media Project ; le programme de parrainage fiscal de l'Association internationale du documentaire ; et Impact Partners.

2. SURVOL DE CES PROJETS

2.1 BRITDOC (ROYAUME-UNI)

Historique et statut légal

BRITDOC travaille avec le secteur philanthropique et les cinéastes pour soutenir la production, la distribution et les campagnes d'impact de films documentaires. Soulignons que BRITDOC aide des films du monde entier. Créée en 2005, en tant qu'organisation sans but lucratif pour appuyer des longs métrages documentaires et financée par Channel 4, BRITDOC a aidé 160 films. Son statut a évolué et elle est maintenant soutenue par toute une gamme de partenaires stratégiques incluant quelque cinquante organisations philanthropiques et des particuliers du Royaume-Uni et de l'étranger.

L'arrivée de BRITDOC a été le résultat direct de la diminution de la part des télédiffuseurs dans les commandes de films documentaires indépendants. Le film documentaire traversait alors une période de transition caractérisée par la diminution des investissements des télédiffuseurs et une transformation des réseaux de distribution.

La nécessité de trouver de nouvelles sources de financement pour le documentaire indépendant a été la principale impulsion donnant naissance à BRITDOC dont le mandat est de protéger, permettre et développer un discours indépendant et de faire connaître les histoires les plus importantes de notre temps. Très tôt, les créateurs de BRITDOC ont compris qu'il ne suffisait pas de financer les films. Les conditions de travail des réalisateurs avaient aussi besoin d'être améliorées. C'est ce qui a conduit à la création de BRITDOC sous la forme d'une organisation sans but lucratif dédiée au développement d'activités de distribution, de campagnes d'impact et enfin, à la mise en place du programme Good Pitch, dont nous parlerons plus loin.

L'enregistrement de la société sous le statut d'organisation sans but lucratif est venu plus tard, au moment d'une seconde période de croissance et de consolidation. Un des défis rencontrés par BRITDOC aura été de convaincre le gouvernement de la nature caritative des activités soutenant les cinéastes et les habilitant à recevoir des dons. BRITDOC a créé un précédent constitutionnel en devenant la première organisation dédiée au cinéma à recevoir le statut caritatif. Aujourd'hui, les opérations de BRITDOC se font par le biais de trois structures administratives : une organisation au R.-U. sans but lucratif, une autre au statut caritatif au R.-U., et une dernière aux États-Unis également au statut caritatif, ce qui lui permet d'accéder à du financement philanthropique du monde entier.

Comment fonctionne BRITDOC

Le tableau 5 donne un aperçu de la façon dont BRITDOC soutient la production et la distribution de documentaires.

BRITDOC reçoit aujourd'hui un soutien financier de fondations, de marques et d'organisations non gouvernementales de Grande-Bretagne et d'ailleurs. Un total de 50 partenaires du monde entier, incluant la Fondation Ford, la Bertha Foundation, Channel 4, d'autres fondations ou marques et des philanthropes, s'unissent et soutiennent BRITDOC pour lui permettre d'accomplir sa mission. BRITDOC gère un fonds de financement de films pour le compte de ses partenaires, tel que la Bertha Foundation. Pour répondre à une demande grandissante de la part de philanthropes et de fondations familiales, BRITDOC a créé le Circle Fund, un nouveau groupe subventionnaire au statut caritatif.

Par ses programmes de financement caritatif, BRITDOC offre des subventions pour le développement et la production de films documentaires. Basé à Londres, BRITDOC subventionne des projets partout dans le monde. Les cinéastes bénéficiaires proviennent du Zimbabwe, de Hongrie, d'Inde, du Danemark, du Royaume-Uni, du Canada, de Chine et des États-Unis. BRITDOC ne possède pas les films qu'il soutient, mais offre des subventions qui sont récupérables. Par les contrats avec les cinéastes, BRITDOC conserve une certaine part de contrôle créatif sur les productions subventionnées.

Bien que le Channel 4 BRITDOC Fund n'existe plus, Channel 4 continue d'avoir un droit de préemption sur tous les films aidés par BRITDOC, ce qui lui permet une acquisition prioritaire. Les liens vers les accords de BRITDOC avec les producteurs sont disponibles à l'annexe 4.

BRITDOC crée également des outils, offre des laboratoires de travail pour les producteurs d'impact, facilite l'accès aux télédiffuseurs et assure la promotion du genre documentaire avec l'Impact Award. Enfin, par le biais du Good Pitch Program et de ses outils en ligne, les leçons de BRITDOC sont accessibles à la communauté internationale.

TABLEAU 5 : Comment fonctionne BRITDOC

BRITDOC soutient de grands cinéastes et leurs films, négocie de nouveaux partenariats, construit des modèles d'affaires, partage de nouvelles connaissances et développe de nouveaux publics.

SOUTIEN FINANCIER	PROJETS	OUTILS

• BRITDOC travaille en partenariat avec des fondations et des philanthropes pour administrer les fonds suivants destinés au long métrage documentaire :
  • *Bertha BRITDOC* Fonds du journalisme
  • *Bertha BRITDOC Connect Fund* (soutien au développement de public européen et campagnes de sensibilisation)
  • *BRITDOC Circle Fund*
  • *Channel 4 BRITDOC Fund* (60 films soutenus – n'est plus actif)
	• *Good Pitch*
	  • Un programme global destiné à rapprocher cinéastes, philanthropes et acteurs du changement social pour financer des documentaires et former des coalitions et des campagnes de sensibilisation autour des films.
	• *Good Pitch²*
	  • Éditions internationales conduites par les organisations locales
	• Impact Award
	• Doc Academy (Plateforme éducative en ligne)
		• Guide de campagne d'impact et trousse d'outils
		• Laboratoires pour producteurs d'impact
		• Rapports d'impact
		• Droit de préemption sur tous les films de Channel 4

2.2 LE PROGRAMME *GOOD PITCH* (ROYAUME-UNI ET INTERNATIONAL)

Good Pitch est un programme de BRITDOC élaboré en partenariat avec la Fondation Ford et le *Sundance Institute Documentary Program. Good Pitch* a démarré en 2008 avec pour but de rehausser le financement, la promotion, la distribution et l'impact social des documentaires. Le programme se base sur le modèle classique du forum de *pitching* pour rassembler des documentaristes et des fondations, des organisations non gouvernementales (ONG), des philanthropes, des entreprises commanditaires et des médias pour favoriser les investissements et former des coalitions autour de campagnes de sensibilisations. Le programme offre aussi des formations professionnelles à l'intention des cinéastes et des producteurs d'impact.

À la suite du premier programme de *Good Pitch*, plusieurs partenaires ont recommandé que le programme puisse se développer aux États-Unis, où la philanthropie orientée vers le cinéma était mieux établie. Aujourd'hui, le programme *Good Pitch* se déroule aux États-Unis, en Europe et ailleurs dans le monde, notamment en Inde et en Australie. Il s'agit d'un programme hautement stratégique qui ne renforce pas seulement la communauté des cinéastes, mais également toutes les organisations qui utilisent actuellement le film ou qui pourraient l'utiliser.

Depuis 2011, BRITDOC a reçu le soutien de la Fondation Ford/JustFilms, qui lui a permis de développer Good Pitch en un programme global. Grâce aux demandes croissantes de l'international, *Good Pitch²* a été mis en place pour aider les organisations à tenir leur propre événement *Good Pitch²*.

Les organisations qui souhaitent produire un *Good Pitch²* sont invitées à assister à un événement Good Pitch pour suivre l'équipe de production de BRITDOC dans l'apprentissage des cinéastes tout autant que lors de l'événement lui-même. Ceci leur permet de faire une bonne évaluation du modèle, d'estimer l'implication financière et de décider si l'événement est approprié pour leur communauté. Ensuite, durant plus de douze mois, l'équipe de BRITDOC travaille en étroite collaboration avec l'organisation hôte pour un transfert de connaissance, partager la boîte à outils de production, donner des conseils sur la sélection des films et des contacts pour des participants potentiels. Des événements *Good Pitch²* ont été accueillis à Johannesburg, Buenos Aires, La Haye, Taipei, Mumbai et Sydney.

TABLEAU 6 : Comment fonctionne *Good Pitch*

Good Pitch rassemble des documentaristes et des fondations, des ONG et des philanthropes, pour favoriser des investissements et former des coalitions.

GOOD PITCH	*GOOD PITCH²*	OUTILS
• Un événement principal annuel produit ou coproduit par BRITDOC • Une seule session d'une journée qui rassemble 6 à 8 équipes de tournage, des philanthropes et des acteurs du changement social pour financer des documentaires, former des coalitions et des campagnes de sensibilisation. • Éditions tenues à Londres, New York, Washington DC, San Francisco, Toronto et Chicago.	• Un programme international destiné à soutenir les organisations locales qui souhaitent tenir un événement *Good Pitch* • Éditions tenues en Australie, Argentine, Inde, Mexique, Afrique du Sud, Taïwan et aux Pays-Bas.	• Mentorat et développement professionnel d'équipes de tournage • Laboratoire pour producteurs d'impact • Transfert de connaissance, conseils et réseautage pour les futurs producteurs de *Good Pitch².*

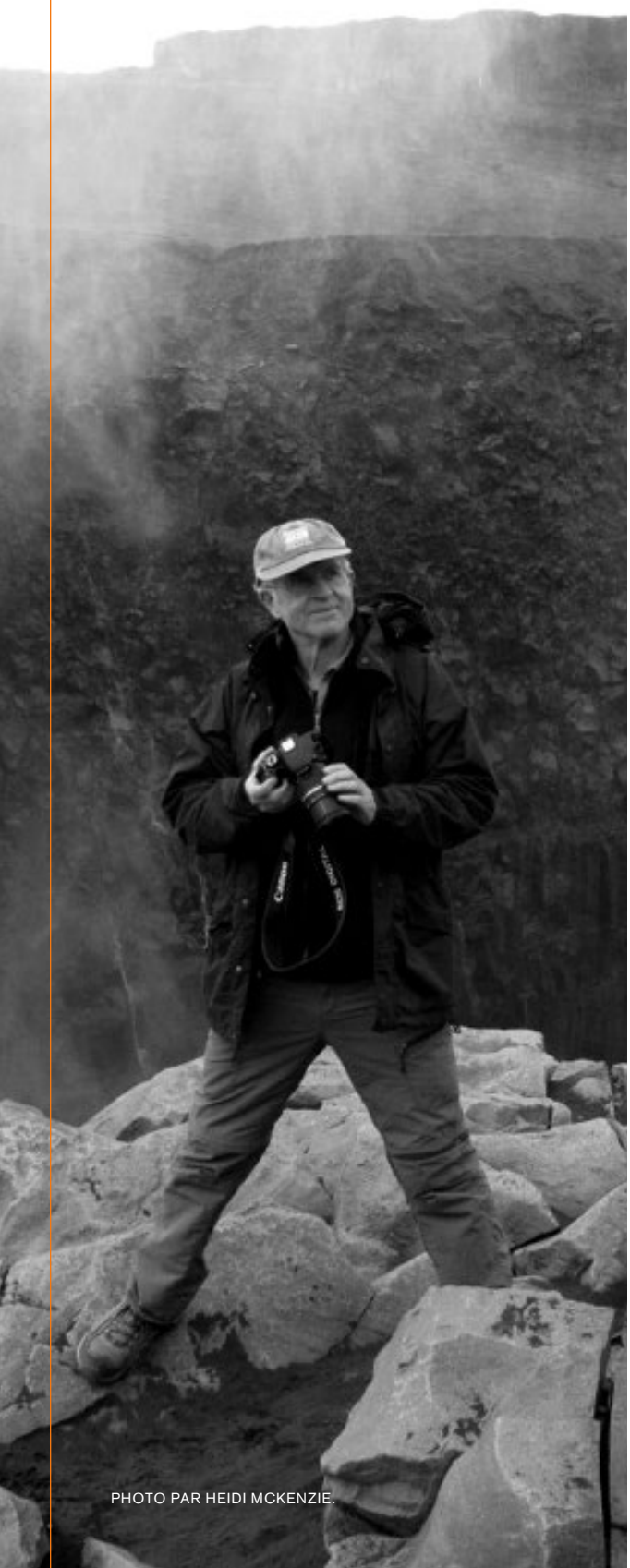


PHOTO PAR HEIDI MCKENZIE.

2.3 LA FONDATION DOCUMENTARY AUSTRALIA (DAF)

Historique et statut légal

La Fondation Documentary Australia (DAF) a démarré ses opérations en 2006 avec la conviction qu'il existe une alliance naturelle entre le documentaire et le secteur philanthropique. DAF amasse des fonds pour des productions, jette des ponts entre les secteurs du film et de la philanthropie et mesure l'impact obtenu par les films à l'aide de campagnes de distribution et de sensibilisation. À ce jour, DAF a reçu 6 millions de dollars en dons et soutenu financièrement 200 documentaires, au niveau du développement, de la production et du rayonnement. 2,3 millions de dollars additionnels ont été récoltés par *Good Pitch*[2] Australie 2013 pour venir en aide à sept documentaires.

DAF est habilité à recevoir des dons déductibles d'impôts selon la loi sur l'impôt d'Australie, ce qui lui permet de recevoir des dons de bienfaisance et délivrer des reçus pour fins d'impôts. La loi sur l'impôt australienne exige que DAF utilise les fonds amassés pour poursuivre ses actions caritatives, qui incluent de soutenir la production de films documentaires, peu importe le statut caritatif des films que DAF soutient.

DAF a consacré plusieurs années à promouvoir des projets de film documentaire auprès du secteur philanthropique en peaufinant son modèle opérationnel. DAF a également créé des outils et autres ressources pour former le secteur philanthropique au cinéma documentaire et aider les campagnes de financement des cinéastes. Au moment de la création de DAF, plusieurs organisations charitables excluaient spécifiquement le soutien à la production de film, aussi les efforts éducatifs de DAF visaient directement à changer cette situation. Ces efforts ont porté fruits aux campagnes de financement de DAF et de ses cinéastes.

Comment fonctionne DAF

DAF agit par redistribution ou par parrainage fiscal, orientant le flux des dons destinés à un film spécifique, ce qui donne aux cinéastes la possibilité de collecter des dons et de délivrer des reçus aux fins d'impôts pour leurs productions

Comme nous pouvons voir au Tableau 7, les films qui souhaitent avoir accès aux donations philanthropiques doivent d'abord postuler et être acceptés par DAF. DAF fait ensuite une sélection des films admissibles et en fait la promotion sur son site Web.

DAF encourage aussi les cinéastes à rechercher par eux-mêmes des dons de philanthropes et fournit outils et ressources sur son site. Les cinéastes ont également la possibilité de mettre en place une campagne de financement participatif directement sur le site de DAF.

DAF reçoit les dons de bienfaisance qui sont déposés dans un «Fonds public», comme prescrit par la loi sur l'impôt australienne,

puis délivre des reçus aux fins d'impôts aux donateurs. Les donateurs peuvent spécifier la destination de leur don, soit vers un film en particulier ou aux opérations générales de DAF. Les dons orientés vers un film spécifique sont par la suite redonnés par DAF au destinataire désigné. Pour ce service, DAF impose des frais qui sont déterminés au pro rata du montant amassé par chaque film.

Pour quelques titres (2 à 3 films par an), DAF peut avoir la possibilité de se procurer des dons. Dans ces cas, DAF devient producteur exécutif, en s'impliquant davantage dans le financement du film, et percevant des frais supérieurs pour ses services.

L'implication de DAF dans les films eux-mêmes se limite à approuver les films, qui doivent être australiens et admissibles à un soutien philanthropique, à recevoir des dons et à émettre de reçus aux fins d'impôts. DAF ne s'implique dans aucune décision créative ou éditoriale. Un lien vers les modalités et conditions de DAF est inclus à l'Appendice 4.

DAF pilote également plusieurs autres projets novateurs pour poursuivre sa mission, incluant le fameux programme australien de *Good Pitch²*.

TABLEAU 7 : Comment fonctionne DAF

Documentary Australian Foundation (DAF) rend possible une collaboration avantageuse du point de vue fiscal entre philanthropes et cinéastes pour raconter des histoires qui peuvent véritablement changer des vies.

PARRAINAGE FISCAL	PRODUCTION EXÉCUTIVE	PROJETS
• Les films admissibles au soutien philanthropique sont soumis et approuvés par DAF • Les cinéastes obtiennent des fonds de philanthropes • DAF délivre des reçus aux fins d'impôts et accorde des subventions aux cinéastes • DAF perçoit des frais de 5 % à 7 % sur toute donation reçue	• DAF assure la production exécutive d'un petit nombre de films (2 à 3 par an) pour lesquels il y a une adéquation parfaite avec les priorités du donateur • DAF takes a fee (15%) on donations it raises	• Good Pitch2 Australia • Programmes thématiques qui réunissent les secteurs de la philanthropie, des organisations sans but lucratif et du cinéma • Impact measurement

Good Pitch² Australie

En 2012, l'organisation prit en charge la création du premier *Good Pitch²* en Australie, en partenariat avec Shark Island Productions. Tout bien considéré, *Good Pitch²* Australie a été le plus grand succès de tous les événements *Good Pitch²* internationaux avec ses 2,3 millions de dollars amassés en une seule journée pour les sept documentaires présélectionnés.

DAF attache une grande importance à la protection de voix indépendantes et à l'épanouissement de documentaires indépendants. Une des préoccupations de l'organisme est de savoir si DAF doit devenir plus proactif et plus concret, en soutenant moins de films pour s'assurer qu'ils atteignent bien l'impact espéré par les donateurs et les investisseurs. À cet égard, DAF développe un volet de programmes thématiques visant à réunir les secteurs philanthropiques, les organisations sans but lucratif et le milieu du cinéma autour de causes communes.

DAF mesure également son impact. À cet égard, un projet intéressant consiste en un programme de projections destinées à éduquer les donateurs sur la valeur du documentaire. Les activités connexes de DAF incluent des ateliers pour les cinéastes, des séminaires éducatifs pour les donateurs et des programmes d'évaluation pour mesurer l'impact des films.

La reconnaissance par le bailleur de fonds national, Screen Australia, des dons issus de la philanthropie comme étant recevables dans la structure de financement des films documentaires, représente une évolution positive résultant des succès de DAF et de ses efforts de lobbying, combinés à ceux des associations de l'industrie.

2.4 LE FONDS FLEDGLING (ÉTATS-UNIS)

Historique et statut légal

Le Fonds Fledgling est une fondation privée particulière parmi celles évoquées ici en ce qu'elle appuie prioritairement la conception et l'exécution de campagnes de sensibilisation et d'implication des publics pour des documentaires qui traitent d'enjeux sociaux, en plus de mettre ces films au service d'associations qui peuvent les utiliser pour leur propre compte.

La fondatrice du Fonds Fledgling, Diana Barrett a débuté en soutenant *Born into Brothels* (Camera Kids) de Zana Briski et Ross Kaufman, le film qui a remporté l'Oscar© du Meilleur documentaire en 2004 et qui a permis d'amasser des fonds pour un internat à Calcutta. Le Fonds Fledgling a été créé l'année suivante en 2005 pour venir en aide aux documentaires à portée sociale. Depuis lors, six films soutenus par le Fonds Fledgling ont reçu l'Oscar© du Meilleur documentaire : *Inocente* (2013) ; *Saving Face* (2012) ; *Music by Prudence* (2010) ; *The Cove* (La Baie de la honte, 2009) ; *Freeheld* (2007) ; et *Born into Brothels* (Camera Kids, 2004).

Le succès du Fonds Fledgling peut être attribué, du moins en partie, à l'accent mis sur l'implication des publics et à la qualité de la rencontre entre le film et ses publics pour agir sur les changements sociaux. Pour maximiser l'impact d'un film, les campagnes de sensibilisation impliquent les cinéastes dans des communications stratégiques et un travail de rayonnement, établissant des partenariats avec d'autres organisations, bien avant la première du film. Les communications stratégiques et de sensibilisation avantagent la disponibilité d'un film sur les canaux de distribution et en augmentent le rayonnement. Pour sa part, l'engagement du public nécessite des appels à l'action au moment des projections et un travail avec les partenaires pour augmenter l'intérêt du public à agir concrètement sur les questions soulevées par le film.

Comment fonctionne le Fonds Fledgling

Le Fonds Fledgling se définit lui-même comme travaillant davantage sur le mode du financement de capital-risque qu'en tant qu'organisme subventionnaire ou caritatif.[39] En obtenant l'engagement du public et un impact, le Fonds soutient la production et les campagnes de rayonnement stratégiques et d'implication des publics. Depuis sa création en 2005, près de 12 millions de dollars ont été distribués à plus de 330 projets de médias créatifs pour un montant d'environ 15 millions de dollars.[40]

Une part importante du travail du Fonds Fledgling consiste en un partage des connaissances acquises avec le milieu documentaire par des projets de terrain et autres outils. L'organisme travaille pour :

- Améliorer le profil des films documentaires à caractère social
- Fournir les plateformes pour évaluer et améliorer les pistes d'implications des publics
- Encourager les connexions entre les diverses parties prenantes
- Développer des compétences pour le rayonnement et l'implication des publics
- Évaluer et communiquer l'impact des films documentaires sur les individus, les communautés, les entreprises et les décideurs politiques.

39 Ann McQueen, "The Fledgling Fund: Inspiring a Better World Through Film," *Animating Democracy: Arts for Change Funder Portraits*, Animating Democracy, January 2015.

40 Ann McQueen, Op. Cit.

Par ses activités, le Fonds vise à augmenter la capacité des cinéastes à atteindre davantage de changements sociaux. Le Fonds Fledgling a été un des premiers investisseurs de *Sparkwise* (http://sparkwi.se), un tableau de bord en ligne qui permet des analyses d'impact pour raconter l'histoire du documentaire social.

TABLEAU 8 : Comment fonctionne le Fonds Fledgling

Le Fonds Fledgling est une fondation privée qui a la ferme conviction que le cinéma peut aider à créer un monde meilleur.

SUBVENTIONNEUR	PROJETS	OUTILS

• 15 millions de dollars de dons
• Accorde des subventions aux cinéastes pour :
  • Projets de film
  • Rayonnement stratégique et campagnes d'implication des publics
  • Soutient les organisations communautaires qui sont dédiées aux questions soulevées par le film
	• Laboratoire d'implication
	  • Incubateur d'impact documentaire
	• Soutient les projets de tables rondes, de conventions et d'implication d'audience
	• Soutien pour les résidences thématiques
		• *Sparkwise* - un outil de mesure d'impact
		• Travaux de recherche
		• Études de cas
		• Répertoire de fournisseurs
		• Ressources en ligne sur les campagnes d'impact

2.5 JUSTFILMS (ÉTATS-UNIS)

Historique et statut légal

La Fondation Ford possède une riche histoire d'appui aux cinéastes réalisant des œuvres touchant à la justice sociale. En 2011, la Fondation a lancé un projet de 50 millions de dollars, échelonné sur 5 ans, destiné à aider les cinéastes dont les films touchent des sujets sociaux urgents. Depuis, le projet *JustFilms* a investi 10 millions de dollars par année à des cinéastes partout dans le monde en soutien aux films et en aide pour rejoindre et impliquer des publics.

Le financement est basé sur une stratégie à trois volets : 1) Financer du contenu ; 2) Financer une infrastructure de terrain, la durabilité et le leadership (par exemple le réseautage et les innovations en distribution) ; 3) Financer l'impact (recherche et études des meilleures pratiques pour obtenir un impact). Les fonds pour les subventions au contenu sont accordés sur la base de l'excellence artistique et du potentiel à atteindre un impact stratégique.

JustFilms est aussi partenaire d'autres organisations, par exemple en fournissant les fonds de réallocation et autres projets, avec le Sundance Institute, Tribeca Film Institute, et BRITDOC Foundation – pour contribuer au financement du *Good Pitch* et *Good Pitch*[2]. Le tableau 9 donne un aperçu des activités de *JustFilms*.

TABLEAU 9 : Comment fonctionne *JustFilms*

JustFilms met en valeur les auteurs de cinéma et du numérique et les aide financièrement pour appuyer la justice sociale et susciter des changements significatifs.

SUBVENTIONNAIRE	PARTENARIAT

• 50 millions pour 5 ans (avec un renouvellement en 2016)
• Soutien au :
  • Contenu
  • Infrastructures sur le terrain, la durabilité et le leadership
  • Impact
	• Sundance Institute
	• Tribeca Film Institute
	• Fondation BRITDOC

2.6 LE CHICAGO MEDIA PROJECT (ÉTATS-UNIS)

Historique et statut légal

Le Chicago Media Project (CMP) est une organisation philanthropique composée de membres, un cercle de donation pour investisseurs sociaux dont le but est d'entretenir une communauté de soutien aux documentaires d'action sociale. Le CMP a vu le jour lors d'un événement *Good Pitch* à Chicago en 2013. La disparition du journalisme d'enquête et la croissance de documentaires d'impact ont été parmi les raisons qui ont motivé la création du CMP.

Le CMP est une association caritative publique, éligible à recevoir des dons de bienfaisance déductibles d'impôts. Les membres philanthropes reçoivent certains « bénéfices » en échange des dons que représente leur adhésion (qui s'échelonne de mille à dix mille dollars). Ces bénéfices incluent les dîners *Big Table* au cours desquels les donateurs apprennent quels sont les documentaires en production, mais aussi des projections de films qui amorcent leur campagne de sensibilisation.

Le CMP offre un soutien direct aux documentaires par des subventions et des investissements en capital. Le Fonds *Invest/Impact Equity* du CMP est un fonds d'investissement en capital réservé aux membres pour des investissements une fois par an.

Le Fonds CMP *Leg Up*, alimenté par les dons des membres, vient en aide aux cinéastes en offrant des subventions de démarrage à hauteur de 5 000 $. Le but est d'encourager les projets dès le début pour qu'ils aient accès à des aides plus élevées plus tard. Durant ce processus, les membres découvrent et parrainent de nouveaux projets.

Le CMP produit le *Good Pitch Chicago* en partenariat avec BRITDOC, avec le soutien des principales fondations américaines et des partenaires académiques ou de l'industrie. La structure même de CMP garantit les relations avec les donateurs de la communauté et le succès de *Good Pitch Chicago.*

Enfin, le CMP offre des ateliers de production d'impact et des projections pour donateurs potentiels (*Homegrown in Chicago*). Le tableau 10 présente un survol du fonctionnement de CMP.

TABLEAU 10 : Comment fonctionne le Chicago Media Projetc (CMP)

Le Chicago Media Projetc (CMP) réunit le milieu des créatifs en médias et des citoyens engagés pour soutenir la création et la distribution d'œuvres médiatiques qui déclencheront des changements sociaux.

MEMBRE DONATEURS	SOUTIEN EN SUBVENTIONS	PROJETS
• Une organisation philanthropique composée de membres • Les membres paient une cotisation pour joindre l'organisation • Les dons des membres vont aux subventions et à Good Pitch • Participation dans un fonds d'investissements en capital réservé	• Fonds CMP *Leg Up* • Fonds CMP *Invest/Impact Equity*	• Actions éducatives en direction des donateurs et activités de mobilisation • *Good Pitch Chicago* • Ateliers *Impact Producer Labs* • Soutien thématique aux activités de sensibilisation et distribution via *The Justice Initiative*

2.7 LE PROGRAMME DE PARRAINAGE FISCAL DE L'INTERNATIONAL DOCUMENTARY ASSOCIATION (ÉTATS-UNIS)

Historique et statut légal

L'International Documentary Association (IDA) est un organisme de bienfaisance américain enregistré destiné à construire une culture documentaire et à en assurer les besoins. Un des outils utilisés pour y parvenir est le programme de parrainage fiscal. Depuis 1998, une centaine de films en ont bénéficié en amassant plus de 6 millions de dollars en dons philanthropiques et subventions.

IDA agit à titre de « parrain fiscal » par une réallocation des fonds qu'elle reçoit aux films documentaires éligibles à son programme. Le parrainage fiscal est régi par une relation contractuelle entre IDA et des projets de film qui n'ont pas de statut d'exemption fiscale, mais qui ont été reconnus comme poursuivant la mission caritative et les objectifs de l'aide aux organismes communautaires de l'IDA. Par sa relation contractuelle, IDA conserve le contrôle de la production pour s'assurer qu'elle maintient bien le cap sur ses objectifs caritatifs.[41] Le parrainage fiscal est un arrangement formel par lequel IDA, qui est un organisme public de bienfaisance, accepte de financer un projet qui poursuit sa mission, aux fins de recherche de financement par des subventions ou des dons. Ceci permet aux cinéastes de demander des subventions et de solliciter des dons déductibles d'impôts pour leur documentaire, sous la supervision, l'aide et l'approbation de IDA.

Le parrainage fiscal est un modèle de financement bien établi pour les organisations artistiques ou médiatiques sans but lucratif aux États-Unis. Le modèle de parrainage pratiqué par IDA est souvent appelé modèle de « subvention préétablie ». Comparable au modèle de la DAF dont nous avons parlé dans lequel après avoir conclu une entente avec une organisation subventionnaire, les projets parrainés fiscalement peuvent demander des subventions et solliciter des dons déductibles d'impôts qui seront délivrés à leur organisation subventionnaire pour soutenir le projet. IDA perçoit les subventions directement, puis les redistribue aux cinéastes.

Comme on peut le voir au tableau 11, IDA soutient les documentaires par son programme de subvention, le Pare Lorentz Documentary Fund. IDA fait la promotion des documentaires par ses remises de prix et ses programmes de projections. Elle soutient l'industrie à l'aide de *Documentary Magazine* et *Getting Real Conference*, qui a connu sa première édition en 2014.

41 Une discussion détaillée sur ce sujet peut être trouvée dans Growing the Pie, Op. Cit., pages 61 – 62.

TABLEAU 11 : comment fonctionne International Documentary Association

Le but de International Documentary Association (IDA) est de construire et servir les intérêts d'une culture documentaire prospère.

PARRAINAGE FISCAL	SOUTIEN FINANCIER	PROJETS
• Programmes de parrainage fiscal • IDA sélectionne les films parmi les candidats • Les films de l'extérieur des États-Unis sont éligibles	• Fonds *Pare Lorentz Documentary*	• Prix • Projections • Publication *Documentary Magazine* • Conférence *Getting Real* 2014

2.8 IMPACT PARTNERS (ÉTATS-UNIS)

Historique et statut légal

Impact Partners vise à promouvoir le changement social à l'aide du cinéma. Depuis sa création en 2007, *Impact Partners* a été impliqué dans le financement de plus de 60 films, dont *The Cove* (La Baie de la honte, 2009), Oscar© du Meilleur long métrage documentaire en 2010 ; *The Garden*, en nomination pour l'Oscar© du Meilleur long métrage documentaire en 2009 ; *Hell and back again*, Grand prix du Jury et Meilleure cinématographie au Festival de Sundance 2011 et mis en nomination pour l'Oscar© du Meilleur long métrage documentaire en 2012 ; et *How to Survive a Plague*, en nomination pour l'Oscar© du Meilleur long métrage documentaire en 2013.

Le but d'*Impact Partners* est de donner l'opportunité aux investisseurs et philanthropes de participer au financement de documentaires et de longs métrages indépendants. En réunissant un groupe d'investisseurs pour le financement de films, *Impact Partners* augmente les possibilités de financement des documentaires. Les risques sont réduits pour les investisseurs puisque les films sont présélectionnés et qu'un large éventail de films est proposé aux candidats investisseurs, mais également en répartissant l'effort d'investissement pour chaque film parmi le groupe d'investisseurs.

Impact Partners sélectionne les films pour investissements sur la base d'une évaluation de l'équipe et de l'impact social escompté. Les films sélectionnés incluent aussi ceux dont la majorité du financement est acquis et pour lesquels certains territoires de distribution sont disponibles. Pour son investissement, *Impact Partners* négocie une position de récupération au premier pallier. La compagnie favorise une approche de gestion de portefeuille de ses investissements, finançant environ dix nouveaux films annuellement.[42]

Impact Partners croit en l'importance de son rôle en s'assurant que les documentaristes passionnés qui ont de grandes histoires à raconter, auront le financement nécessaire pour produire et distribuer leurs films. Comme le dit le directeur exécutif Dan Gogan : « Ce qui motive la plupart des cinéastes, et spécialement les documentaristes, c'est une passion profonde pour raconter une histoire. Pour plusieurs, ce n'est pas une question d'argent ou de carrière, c'est l'histoire… À *Impact Partners*, quand nous finançons des films, notre point de départ c'est la passion : pensons-nous que ce pourrait être un grand film ? Si la réponse est oui, nous passons alors à la question la plus terre-à-terre : quels sont les revenus que nous pouvons espérer pour ce projet ? »[43]

42 Tracey Friesen, Canadian Media Impact Research Report, Inspirit Foundation, 1er août 2014, page 8.

43 Scott Macaulay, "Dan Cogan on Big Art, Little Debt," in *Filmmaker Magazine*, 5 février 2010.

TABLEAU 12 : Comment fonctionne Impact Partners

Impact Partners est dédié au financement de documentaires indépendants qui traitent de sujets sociaux importants.

FACILITATEUR D'INVESTISSEMENT
• Sélectionne les films à présenter aux investisseurs et philanthropes • Indique les possibilités aux investisseurs qui ne connaîtraient pas le cinéma documentaire • Gère les risques en répartissant les investissements dans un portefeuille de films • Cherche un retour sur investissement

3. OBSERVATIONS SOMMAIRES

Des initiatives couronnées de succès réalisées en Australie, au Royaume-Uni et aux États-Unis ont tiré profit des financements du secteur philanthropique pour soutenir la production, la promotion, les campagnes de sensibilisation et la distribution de documentaires. Ces succès montrent le type de financement accessible aux documentaires quand des alliances naturelles, existantes et à venir, entre le secteur philanthropique et les documentaristes dédiés à la promotion du changement social, sont promues et valorisées. Une quantité d'outils de financement sont applicables, incluant les subventions, le parrainage fiscal et les investissements de capital, comme le sont les trousses à outils et les formations pour les cinéastes et les producteurs d'impact.

Alors que les règlementations fiscales varient d'un pays à l'autre, certaines leçons valent d'être considérées pour le contexte canadien.

BRITDOC a été une inspiration pour plusieurs pays avec son programme Good Pitch qui a démontré aux subventionnaires l'importance et les intérêts spécifiques du financement philanthropique des documentaires. C'est un exemple tangible de la façon dont les fondations, les OSBL et les cinéastes peuvent s'associer pour obtenir un impact plus important. C'est exactement ce que fait Good Pitch : réunir l'ensemble de l'écosystème pour une action très ciblée.

Le projet DAF n'était soutenu au départ que par un seul philanthrope et fait maintenant partie intégrante du système de financement du documentaire en Australie. Cela nous fournit l'évidence qu'il est possible de développer de nouvelles façons de financer le documentaire en faisant appel au secteur de la philanthropie. DAF ne remplace pas les autres sources de financement, mais peut les compléter de façon significative.

Il n'est pas inutile de rappeler que parmi les structures évoquées ici, seul le Fonds Fledgling ne soutient que la promotion, le rayonnement et la distribution des documentaires. Le Fonds Fledgling est une démonstration de la plus-value qui peut être apportée à un projet par le soutien à la promotion, la distribution et les campagnes de rayonnement. Des outils sophistiqués ont été élaborés pour rehausser la distribution traditionnelle par des communications stratégiques et des partenariats, pour encourager, coordonner et provoquer le changement social par des campagnes de sensibilisation.

Pour sa part, *JustFilms* illustre ce qui est possible quand une fondation privée s'engage fermement à soutenir le cinéma documentaire sur une longue période. Dans quelle mesure cela est-il possible au Canada ? Cela dépend de la bonne volonté des fondations d'apporter leur soutien financier aux documentaires, des différentes règles de taxation et du régime des incitatifs fiscaux.

Le Chicago Media Project est un cercle de donation. D'autre part, Impact Partners est un investisseur social.

Les documentaires canadiens sont éligibles au parrainage fiscal de certaines fondations ou OSBL américaines, telle IDA.

SECTION C

RIVIÈRES PERDUES. PHOTO PAR ANDREW EMOND, COURTOISIE DE CATBIRD PRODUCTIONS.

LEÇONS À TIRER POUR LE CONTEXTE CANADIEN

1. PRÉAMBULE

Cette section identifie les leçons qui peuvent s'appliquer au contexte canadien.

2. LEÇONS APPRISES

2.1 POSITIONNER LE DOCUMENTAIRE COMME UN OUTIL POUR LE CHANGEMENT SOCIAL

L'étincelle qui a servi au démarrage de projets comme la *Documentary Australia Foundation* (DAF) et BRITDOC, était le désir de trouver de nouvelles sources de financement pour le documentaire tout autant que l'augmentation et l'élargissement de son public. Ces projets se sont aussi développés dans le contexte plus large d'un mouvement dédié au « cinéma d'impact ». Le cinéma d'impact positionne le documentaire au cœur de stratégies planifiées et concertées conçues pour améliorer son rayonnement, son impact et son implication sociale. Les documentaires d'impact actionnent le changement social, dont des « modifications perceptibles des comportements, croyances et valeurs, à l'intérieur d'un groupe, système ou communauté, tout autant que des modifications législatives ou de politiques des gouvernements, organisations ou institutions ».[44]

Le programme *Good Pitch*, créé par BRITDOC a été décrit comme un véritable mouvement qui réunit des documentaristes, des subventionnaires animés d'une mission et des organisations utilisant le cinéma comme outil de changement social.[45] Une étude conduite par BRITDOC a établi qu'au cours de la vingtaine d'événements *Good Pitch* tenus autour du monde, quelque 135 documentaires ont été présentés à plus de 2500 organisations et ont récolté près de 15,7 millions de dollars en financement.[46]

En tirant profit de la distribution d'un film sur de multiples plateformes, l'approche développée par le Fonds Fledgling pour l'implication des publics provoque une formidable prise de conscience autour du film et de son action sociale conduite en partenariat avec le secteur caritatif et associatif pour mener à un changement social.

« (…) Il semble évident et logique qu'un documentaire bien fait, particulièrement s'il est doté d'un récit captivant et d'un plan de sensibilisation bien élaboré, pourrait servir de catalyseur pour modifier les esprits… »

– Évaluation de l'impact des medias créatifs, le Fonds Fledgling

44 *Documentary Impact: Social Impact Through Storytelling*, Op. Cit.

45 Tracey Friesen, *Good Pitch2 Canada 2016: Feasibility Research Report*, Story Money Media, Août 2014, page 2.

46 *Good Pitch2 Canada 2016: Feasibility Research Report*, Op. Cit

Habituellement, au Canada, les fondations ne cherchent pas et ne s'engagent pas dans des films documentaires indépendants pour poursuivre leur mission.[47] Quelques exceptions existent, telle la Fondation Inspirit qui au cours des dernières années a commandé plusieurs études explorant la façon de renforcer les liens entre le secteur philanthropique et les documentaristes indépendants dont les films pourraient prolonger leur mission. Lors d'une présentation à une conférence tenue par la Fondation philanthropique canadienne en 2014, la Fondation Inspirit a loué le pouvoir du documentaire pour réaliser des changements sociaux par des campagnes de sensibilisation conduites en partenariat avec des fondations, des ONG et autres acteurs du changement.[48] Réussir une percée dans le secteur philanthropique canadien nécessite de faire valoir la façon dont les documentaires peuvent aider à faire progresser son travail.

2.2 CONSACRER BEAUCOUP DE TEMPS ET DE RESSOURCES

Des projets couronnés de succès comme DAF et BRITDOC ont nécessité l'investissement d'énormément de temps et de ressources avant d'atteindre leur plein rendement.

La mise en place d'une organisation comparable à la *Documentary Foundation of Australia* au Canada exigerait des efforts soutenus et suffisamment de capitaux de démarrage. DAF n'aurait pu voir le jour, n'eût été le soutien d'un ardent défenseur, et philanthrope qui a fourni les fonds d'opération et un solide conseil de direction provenant des secteurs des affaires et de la philanthropie.

2.3 SENSIBILISATION DU SECTEUR PHILANTHROPIQUE AUX BÉNÉFICES DU SOUTIEN AUX DOCUMENTAIRES

Pour plusieurs projets examinés dans ce rapport, le plus grand défi aura été d'éduquer le secteur philanthropique quant à l'importance de l'aide au documentaire pour poursuivre leur cause.

Dans le cas de BRITDOC, par exemple, l'organisation continue de sentir le besoin de sensibiliser le secteur philanthropique à l'importance de soutenir le cinéma documentaire indépendant. Il est nécessaire d'exhorter les fondations à revoir leur structure d'aide à l'exemple de ce qui a été fait par la Fondation Ford avec *JustFilms*. BRITDOC travaille actuellement à inciter les fondations européennes à faire la même chose. C'est essentiel à la survie à long terme de BRITDOC et pour garantir le plein appui du secteur documentaire dans le futur. Il est instructif de noter que le premier financement philanthropique pour BRITDOC est venu de fondations américaines de première importance, dont la Fondation Ford.

«C'est comme le virage d'un superpétrolier à 360°… Cela prendra des années… La société civile ne connaîtra plus rien des questions sociales parce qu'elles disparaissent de nos journaux et de nos écrans de télévision, et nous devons intervenir et jouer notre rôle… Ou nous aboutirons à une société civile ignorante et non éduquée.»

– Entrevue

Les personnes en entrevue ont souligné l'importance de la sensibilisation du secteur philanthropique aux avantages de l'aide au documentaire, plus spécialement aux campagnes de sensibilisation, pour servir leur mission. Au Canada, comparé à d'autres pays, l'intérêt du secteur philanthropique est réputé pour être faible, ce qui nuit à l'établissement de fonds philanthropiques pour les documentaires.

47 *Growing the Pie*, Op. Cit.

48 *Canadian Media Impact Research Report*, Op. Cit

L'introduction au Canada de financement dédié à des documentaires à sujets sociaux qui pourraient bénéficier de subventions de certaines fondations, est jugée plus qu'opportune. Toutefois, pour y parvenir, chacun reconnaît qu'il faut d'abord en convaincre le secteur philanthropique.

« Il y a plusieurs fondations… (mais) elles ne sont pas aussi consciente du documentaire qu'elles devraient. »

– Entrevue

Nos entrevues révèlent qu'à quelques exceptions près, les fondations canadiennes sont perçues comme étant conservatrices dans leurs donations. Il y a pourtant une évolution positive, la nouvelle génération de dirigeants de fondations a une grande aptitude pour les outils médiatiques et est très intéressée au développement de contenu sur ces plateformes.

2.4 LA STRATÉGIE DE MISE EN COMMUN DES RESSOURCES

Un des défis rencontrés dans l'établissement de partenariat avec le secteur philanthropique est de pouvoir répondre aux exigences et combler les besoins des organisations philanthropiques. Quelques projets présentés dans ce rapport mettent en commun les ressources de différentes fondations avec un intérêt partagé pour un secteur d'activité. DAF par exemple, tend la main aux philanthropes intéressés aux questions qui touchent les autochtones et les jeunes. Le BRITDOC Circle Fund est un autre exemple de fonds mis en commun, soutenu par un groupe de donateurs individuels.

En entrevue, certaines personnes ont suggéré que ce dont le Canada a besoin c'est la réunion d'un groupe de cinq ou six fondations qui mettraient en commun leurs ressources pour soutenir le cinéma documentaire.

«Ces programmes fournissent une structure qui réunit les secteurs philanthropiques, cinématographiques et le monde associatif.»

– Entrevue

2.5 LA GESTION DES RELATIONS

Selon notre étude, le facteur clé du succès des projets évoqués réside dans le développement et le maintien de relations solides avec les donateurs, particulièrement en ce qui a trait à la gestion des attentes. Plusieurs donateurs ne sont pas familiers avec le documentaire ou avec la réalisation de films. Il est possible qu'ils ne sachent pas comment évaluer un projet de film ou lire un budget de production. Il se peut également qu'ils ne soient pas intéressés à soutenir un film pour sa contribution artistique. Quoi qu'il en soit, la plupart des philanthropes se passionnent pour les sujets abordés par les documentaires et c'est ce qui les motive. La gestion des relations avec le secteur philanthropique nécessite aussi d'enseigner aux cinéastes la façon dont on entretient les relations avec les philanthropes eux-mêmes.

«Il faut énormément de gestion humaine… Vous surfez continuellement sur une vague humaine.»

- Entrevue

2.6 LA MESURE D'IMPACT : UNE PRIORITÉ

Pouvoir démontrer l'impact qu'un don aura eu sur un sujet donné ou une communauté est un élément fondamental pour la construction d'une relation sur le long terme avec les donateurs philanthropiques. Tout nouveau projet au Canada devrait pouvoir mesurer et démontrer l'impact des documentaires.

Plusieurs organisations ont publié leurs études d'impact qui démontrent les leçons que l'on peut en tirer et les meilleures façons de faire pour réussir une campagne de sensibilisation fructueuse.[49]

«Il est important d'insister auprès des fondations sur les changements que peuvent amorcer les documentaires.»

- Entrevue

49 *Documentary Impact: Social Impact Through Storytelling*, Op. Cit.

3. LES DÉFIS FACE À LA RÈGLEMENTATION FISCALE CANADIENNE

3.1 LA RÈGLEMENTATION FISCALE

En entrevue, les intervenants ont souligné que les règles qui régissent les dons de charité au Canada, comme la *Loi de l'impôt sur le revenu* (LIR), sont moins flexibles que celles des pays concernés par cette étude. En ce qui concerne la règlementation canadienne, plusieurs défis ont été identifiés, tout autant du point de vue des fondations subventionnaires que de celui des organisations qui sont susceptibles de recevoir ces dons.

«Nous devons être prudents, car les lois gouvernant les organismes de charité au Canada sont plus strictes que celles des États-Unis. Il y a six types de parrainage fiscal autorisés aux É.-U. alors qu'au Canada, le seul modèle permis est celui où l'organisation caritative a le contrôle total sur l'activité qu'elle souhaite parrainer.»

- Entrevue

L'octroi de subventions

Une des principales restrictions qui touche les fondations subventionnaires de bienfaisance, qui diffère des autres pays mentionnés dans cette étude, est qu'elles doivent impérativement faire leurs dons à des «donataires reconnus». Selon la *Loi de l'impôt sur le revenu*, les donataires reconnus sont des organisations qui peuvent émettre un reçu aux fins d'impôts pour les dons qu'elles reçoivent d'individus ou d'entreprises. Cela inclut d'autres organisations de bienfaisance et des organisations nationales au service des arts (par ex.: DOC), des municipalités ou autres organismes publics de financement agissant pour le compte du gouvernement. Cela exclut les individus ou les OSBL qui n'ont pas un numéro d'enregistrement au titre d'organisme de bienfaisance. Les résultats de notre étude démontrent que cette limitation est unique et ne se retrouve dans aucune des organisations des autres pays étudiées ici, lesquelles peuvent faire des dons directement à des cinéastes pour la production et/ou la distribution et les campagnes de sensibilisation de leurs films.

Une organisation caritative au Canada ne peut pas se servir de son statut pour accorder des dons de bienfaisance à des projets qui ne sont pas incorporés ou des OSBL qui n'ont pas le statut d'organisme de charité selon la LIR. Passer outre cette règle peut faire perdre son statut à une organisation.[50] Certains avocats spécialisés prétendent que les lois sur le revenu au Canada ne sont pas en phase avec la façon dont les Canadiens souhaitent intervenir dans leur communauté et la plupart des personnes en entrevue ont souligné les échecs des démarches auprès du gouvernement pour modifier la loi.[51] Le défi pour les organismes de charité canadiens est de trouver les moyens d'accorder des fonds à des donataires qui n'ont pas de statut d'organisme de charité eux-mêmes, d'une façon qui soit acceptable par la loi.

Crédits d'impôt à la production cinématographique

Une restriction additionnelle au financement par des organismes de charité est l'impact que ce financement pourrait avoir sur l'accès aux crédits d'impôt à la production des gouvernements fédéral ou provincial. Les crédits d'impôt constituent une part non négligeable d'un budget de production et plusieurs cinéastes en ont besoin pour boucler leur budget. Les crédits d'impôt sont calculés abstraction faite de toute aide (par ex.: bourses, subventions, prêts non remboursables, services ou autres crédits d'impôt), ce qui signifie que toute aide obtenue par un cinéaste pour le financement de son film réduit le montant éligible à un crédit d'impôt. Un don de charité peut être considéré comme une aide dans le cadre des crédits d'impôt au niveau fédéral ou provincial, ce qui pourrait réduire la valeur des crédits d'impôt disponibles pour la production.[52]

50 Source: CRA Website: http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/prtng/menu-fra.html.

51 Ce point a été abordé lors des entrevues.

52 Les lignes directrices du CIPC stipulent que «le crédit d'impôt n'excèdera pas 15 % du coût total de la production, abstraction faite de toute aide. Le coût total d'une production sera réduit du montant de toute aide reçue, telle que définie au paragraphe 12 de la Loi sur le Revenu (i.e. bourses, subventions, prêts non remboursables, crédits d'impôts, allocation, ou toute autre forme d'aide) Source: Lignes directrices du programme CIPC. http://www.pch.gc.ca/fra/1332443014216/1332443541505. Voir aussi Growing the Pie, Op. Cit., page 47.

Capacité à s'engager dans une activité politique

Les organisations charitables canadiennes sont limitées quant au montant qu'elles peuvent utiliser pour du travail politique, que ce soit leur propre travail ou celui des donataires. Nos entrevues ont montré que la plupart des fondations caritatives canadiennes seraient hésitantes à financer des campagnes d'impact si elles avaient le sentiment qu'elles impliquaient des activités politiques. À cet égard, il semble que la notion de « travail politique » manque de clarté de même qu'il existe un besoin d'éduquer le secteur philanthropique sur la nature du cinéma documentaire.

Règles d'investissement complexes et restrictives

Selon la LIR actuelle, les organismes de bienfaisance canadiens ne peuvent faire que de prudents investissements et les règles gouvernance qui régissent ceux-ci sont réputées complexes.[53] De ce point de vue, il serait difficile pour une organisation charitable canadienne d'investir dans un projet de film.

4. OBSERVATIONS SOMMAIRES

Cette étude nous a permis d'identifier plusieurs leçons à tirer. Premièrement, il existe une alliance naturelle entre les secteurs philanthropiques et documentaires qui tendent à agir pour un changement social. Le positionnement des documentaires comme outils de changements sociaux est un champ qui nécessite encore beaucoup de travail au Canada.

Deuxièmement, attirer le secteur philanthropique vers le documentaire nécessite une quantité significative de temps et de ressources, ce qui ne peut être accompli par une seule organisation ou un seul individu.

La troisième leçon est la nécessité de sensibiliser le secteur philanthropique à l'importance du rôle que peut jouer le documentaire dans la poursuite de ses objectifs.

Quatrièmement, il s'agit de la mise en commun stratégique des ressources dans des cercles de donateurs et les groupes d'affinité. Ceci représente une augmentation potentielle des ressources disponibles pour les documentaires.

La cinquième leçon nous rappelle l'importance de la gestion des relations qui se développent avec le secteur philanthropique.

Enfin, la sixième leçon souligne le besoin de mesurer l'impact des documentaires sur les changements sociaux. L'indication de la présence d'un impact est une priorité pour le secteur philanthropique et il existe un imposant corpus d'études sur le sujet duquel les cinéastes peuvent tirer un enseignement.

De plus, à ces leçons, nous devons ajouter que plusieurs questions subsistent quant à la règlementation fiscale canadienne.

53 Entrevue avec un conseiller légal. Voir aussi https://www.educaloi.qc.ca/capsules/les-regles-que-doivent-suivre-les-organismes-de-bienfaisance et http://www.carters.ca/pub/bulletin/charity/2010/chylb192.htm.

SECTION D

ARCTIC DEFENDERS. PHOTO PAR ALEX SALTER, COURTOISIE DE UNIKAAT STUDIOS & JOHN WALKER PRODUCTIONS.

LE FINANCEMENT PHILANTHROPIQUE DU DOCUMENTAIRE : PISTES POSSIBLES

1. VERS UNE STRATÉGIE INDUSTRIELLE GLOBALE

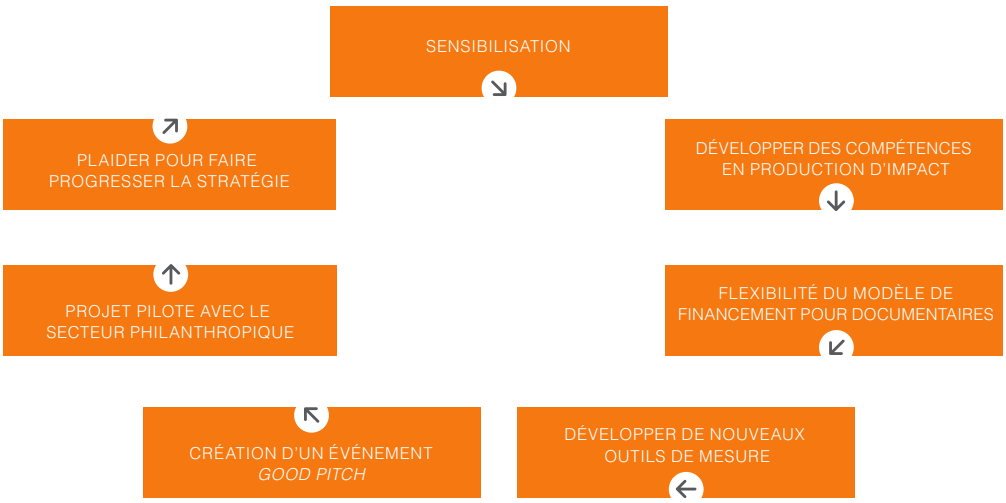
Comparé à d'autres pays, l'Australie, le Royaume-Uni et les États-Unis, le Canada est à la traîne en ce qui concerne le financement des documentaires par le secteur philanthropique. Une initiative particulière au Canada pourrait être mise en œuvre en prenant en considération la règlementation fiscale canadienne.

Dans cette perspective, il est essentiel d'expliquer que ce sont bien les documentaires comme agents de changement social qui seront envisagés pour ce soutien particulier. C'est pourquoi un travail énorme a été accompli sur un cinéma d'impact réussi et les stratégies de campagnes d'impact associées. À cet égard, en focalisant son soutien sur les campagnes de sensibilisation et la distribution, le Fonds Fledgling se positionne en chef de file.

Dans ce contexte élargi, l'établissement au Canada d'une structure qui envisagerait le secteur philanthropique comme un partenaire pérenne pour la communauté documentaire, appelle une stratégie industrielle globale. Ce dont le Canada a besoin c'est un «cercle vertueux». Ce concept, tel qu'utilisé à d'autres fins, se définit comme un cycle d'événements récurrents, chacun augmentant les effets bénéfiques du suivant, au profit d'un but plus grand, qu'il s'agisse de la productivité, des exportations ou de la croissance. Chacune des composantes agit sur les autres et l'adoption et l'amélioration de chacune conduit au succès des autres.

Le tableau 13 présente notre proposition d'un cercle vertueux au Canada qui pourrait innover en créant un modèle de financement de la production et de la distribution du documentaire par de nouvelles ressources provenant du secteur philanthropique.

FIGURE 13 : Vers un cercle vertueux de soutien de la part du secteur philanthropique



MANUFACTURED LANDSCAPES. PHOTO PAR EDWARD BURTYNSKY, COURTOISIE DE MERCURY FILMS.

2. PLAN D'ACTION POUR LE COUP D'ENVOI DU CERCLE VERTUEUX.

ACTION 1 : SENSIBILISER LE SECTEUR PHILANTHROPIQUE AUX BÉNÉFICES DU SOUTIEN AU DOCUMENTAIRE

Notre étude démontre le besoin pressant de sensibiliser le secteur philanthropique aux bénéfices du soutien au documentaire. Il est nécessaire d'établir la confiance et la crédibilité de la communauté. Hot Docs et la Fondation Inspirit développent des liens importants avec le secteur philanthropique. Certaines associations professionnelles, telles DOC et le CMPA (Canadian Media Production Association) peuvent soutenir ce travail par leurs propres initiatives pour les sensibiliser à la façon dont les documentaires peuvent entraîner un changement social.

ACTION 2 : DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DES CINÉASTES EN PRODUCTION D'IMPACT

Les documentaristes pourraient bénéficier d'ateliers de développement professionnels sur la façon d'atteindre et d'impliquer les donateurs philanthropes. DOC Toronto a mis en place de tels ateliers que les autres sections de DOC pourraient suivre. Il existe déjà une énorme quantité de recherches et d'outils sur ce sujet que des organisations comme DOC et ses sections pourraient utiliser pour développer ces projets.

L'inspiration pourrait aussi venir des ateliers de production d'impact offerts dans le cadre des événements *Good Pitch* par le Chicago Media Project et autres. Ils sont conçus pour augmenter le nombre et l'expérience de « producteurs d'impact », dans le but de renforcer l'infrastructure nécessaire à ce champ d'expertise.

ACTION 3 : LA FLEXIBILITÉ DES MODÈLES DE FINANCEMENT DES DOCUMENTAIRES À SUJETS SOCIAUX

Au cours de nos entrevues, plusieurs suggestions ont été faites sur la façon d'améliorer le modèle de financement canadien du documentaire pour encourager une aide accrue de nature philanthropique.

Téléfilm Canada et le Fonds des médias du Canada devraient peut-être introduire davantage de flexibilité dans leurs programmes directeurs pour reconnaître le financement philanthropique dans la structure de financement d'un documentaire. Par exemple, en permettant à un don d'une fondation d'être considéré comme « déclencheur », au même titre qu'un télédiffuseur, auprès des financeurs publics. Dans ce sens, on peut voir comme une évolution positive, la modification des règles de Screen Australia qui permet à un don du secteur philanthropique d'être reconnu comme une « marque d'intérêt » dans certains de ces programmes. Au Canada, une certaine flexibilité existe au programme des documentaires d'opinion anglophones (POV) du Fonds des médias canadiens, qui accepte dans ses règles l'apport financier d'une tierce partie, permettant de reconnaître les dons d'organisations philanthropiques.

Pour aider la construction d'une communauté forte de cinéastes et producteurs d'impact, les dépenses associées aux campagnes d'impact devraient pouvoir être éligibles au financement, là où ce n'est pas encore le cas, par des programmes qui soutiennent le développement, la production et la mise en marché des documentaires.

En plus de ces règlementations, les bailleurs de fonds devraient tenir compte des besoins particuliers et de l'importance pour une société d'encourager les documentaires à portée sociale.

ACTION 4 : DÉVELOPPER DE SOLIDES OUTILS DE MESURE DES CAMPAGNES D'IMPACT

Un modèle de financement impliquant le secteur philanthropique nécessitera une nouvelle approche pour mesurer l'impact d'un documentaire. En plus des méthodes actuellement employées, telles la taille de l'audience et les retombées économiques, de nouveaux outils seront nécessaires pour mesurer le succès et l'impact des campagnes de sensibilisation. Ces nouvelles données, sans lesquelles il sera difficile d'obtenir de l'aide, devront être en phase avec les intérêts du secteur philanthropique.

Le Fonds Fledgling et BRITDOC fournissent de bons exemples d'outils de mesure et de méthodologie développés pour mesurer l'impact social. Ces organisations ont conçu des « boîtes à outils » à utiliser par les cinéastes pour évaluer et mesurer leur impact. De plus, le Harmony Institute (HI) a élaboré une méthode multidisciplinaire de mesure d'impact des médias de divertissement, pour identifier comment, pourquoi et quand un message médiatique amorce un changement social. HI prolonge aussi ses travaux par le développement de produits et d'outils, dont une application disponible sur le Web, *StoryPilot*, à l'usage des cinéastes. Au Canada, une étude sur l'impact de certains documentaires commandée par Hot Docs, constitue un exemple de travail dans la même direction.[54]

54 Voir par exemple, *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*, Op. Cit.

ACTION 5 : CRÉATION D'UN *GOOD PITCH²* AU CANADA

Concurremment à la mise en place des éléments du cercle vertueux, la création d'un Good Pitch2 au Canada pourrait s'amorcer pour permettre la recherche de fonds destinés à la production et aux campagnes d'impact des documentaires canadiens. Réunir tous les membres de l'écosystème documentaire stimulerait le développement de solutions pour le financement philanthropique des documentaires. La Fondation Inspirit a commandé une étude de faisabilité pour l'implantation d'un *Good Pitch²* au Canada qui pourrait constituer un bon point de départ.[55]

Le dernier Good Pitch tenu au Canada en 2009 a été accueilli par Hot Docs en tant qu'événement phare soulignant son partenariat avec BRITDOC. Après quelques avancées dans l'établissement de relations avec le secteur philanthropique, cet événement pourrait exister à nouveau.

ACTION 6 : CRÉATION D'UNE INITIATIVE PILOTE AVEC LE SECTEUR PHILANTHROPIQUE

Avec l'aide du secteur philanthropique, DOC pourrait envisager d'utiliser son statut d'organisme de bienfaisance pour créer un fonds soutenant les campagnes de sensibilisation.

Parmi les organisations étudiées dans ce rapport, plusieurs soutiennent des projets de films comme engagements caritatifs en les assistant dans leur propre campagne de financement et en émettant des reçus aux fins d'impôts. On peut souligner que par le passé, DOC a envisagé mettre en place une structure qui pourrait apporter son aide aux documentaires canadiens avec des ressources provenant du secteur philanthropique. Toutefois, ces modèles en sont encore à leurs balbutiements au Canada.

Tides Canada est probablement l'exemple le plus connu de ce type de projet au Canada, ayant été le pionnier d'une « plateforme partagée de gouvernance et d'administration. » Tides Canada Initiatives fournit la gouvernance, une surveillance et une évaluation de conformité à des projets sur sa plateforme, pour l'établissement de leur concordance avec les buts caritatifs de Tides. L'établissement de reçus aux fins d'impôts fait partie des services offerts. Tides Canada Initiatives se conforme aux spécifications de la LIR pour l'utilisation d'intermédiaires dans la conduite de son travail caritatif.

En théorie, une organisation charitable pourrait soutenir des documentaires canadiens par le biais d'un mécanisme semblable. Une OSBL pourrait par exemple engager les services d'un producteur de documentaire pour mettre en place une campagne d'impact, pour autant que cette campagne poursuive les objectifs caritatifs de l'organisation. Une entente claire devrait être faite pour spécifier les responsabilités de chacune des parties et désignant l'organisation pour la direction et le contrôle du projet. Assurer la direction et le contrôle pourrait impliquer un contrat de licence entre le cinéaste et l'organisation.

Dans nos entrevues, plusieurs nous ont fait remarquer qu'un tel modèle n'a pas encore fait ses preuves au Canada et que cela impliquerait un risque significatif sans garantie de succès, à la fois dans l'obtention du statut d'organisation caritative au sens de la LIR ou pour l'obtention de fonds philanthropiques.

55 *Good Pitch² Canada 2016: Feasibility Research Report*, Op. Cit.

ACTION 7 : UN RÔLE POUR DOC EN TANT DÉFENSEUR D'UNE STRATÉGIE POUR L'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

DOC peut jouer un rôle de premier plan en tant qu'initiateur et défenseur d'une stratégie pour l'ensemble de l'industrie tel que recommandée part cette étude. Il faut une organisation semblable à DOC pour faire un travail d'éducation auprès des donateurs, des régulateurs et législateurs et aussi du secteur philanthropique, sur les bénéfices d'une collaboration avec des documentaristes pour obtenir un impact social plus grand.

Une prochaine étape pour DOC pourrait consister en la réunion des parties intéressées à discuter d'une stratégie pour la construction d'une relation entre les secteurs du documentaire et de la philanthropie, pour le plus grand bénéfice de tous.

PHOTO PAR HEIDI MCKENZIE.

ANNEXES

PHOTO PAR ALEX SALTER.

ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE

Agence du patrimoine immatériel de l'état, *Pour comprendre : Mécénat, parrainage et fonds de dotation*, mai 2012.

Agence du Revenu du Canada, *Utilisation d'un intermédiaire pour mener les activités de bienfaisance au Canada, Référence CG-004*. http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/ntrmdry-fra.html.

Association des professionnels en philanthropie, *Ce que veulent les donateurs canadiens, sondage 2013, Rapport final*, décembre 2013.
http://www.afpnet.org/ResourceCenter/ArticleDetail.cfm?ItemNumber=22102

Barrett, Diana et Sheila Leddy, *Assessing Creative Media's Social Impact*, The Fledgling Fund, décembre 2008.

Bernhard, Daniel, *Arts Shared Platform Feasibility Study*, Metcalf Foundation, décembre 2013.

BRITDOC, *Good Pitch Review 2014*.

Fonds des Médias du Canada, *Comprendre l'environnement en évolution des organismes de financement en audiovisuel et transmédia*, octobre 2014.

Chung, William, Mark Convery, Kerri Golden et Allyson Hewitt, Enabling Solutions to Complex Social Problems, Social Entrepreneurship Series, *MaRS White Paper Series, MaRS Discovery District*, février 2010.

Colvin, Gregory L., Esq. Silk, Adler & Colvin San Francisco, *Presentation on Fiscal Sponsorship*, *Western Conference on Tax Exempt Organizations*, Los Angeles, novembre 2006.

Deloitte et In Extenso, *Guide pratique des dons et du mécénat à l'usage des associations, organismes et donateurs*, 2011.

Ernst & Young, *The way to cultural diversity in tax policies, the Ernst & Young international survey on tax policies in the cultural sector,* 2009.

Finneran, Patricia, Story Matters, *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*, mai, 2014.

Foster, William Landes et al., *Ten Nonprofit Funding Models*, Stanford Social Innovation Review, numéro 46, Printemps 2009.

Friesen, Tracey, *Canadian Media Impact Research Report*, Inspirit Foundation, août 2014.

Friesen, Tracey, *Growing the Pie*, Documentary Organization of Canada, mai 2014.

Friesen, Tracey, *Good Pitch² Canada 2016: Feasibility Research Report*, Story Money Media, août 2014.

Girvan, LoriAnn, *Building Capacity, Sharing Values: Shared Spaces and Social Purpose Real Estate: A Scan and Discussion Paper of What is Happening and Could Happen in Canada*, Tides Canada, novembre 2014.

Graham, Heather, et al., Ontario Nonprofit Network, *Strengthening Collaboration in Ontario's Not-for-profit Sector*, Ontario Trillium Foundation, 16 juillet 2010.

Hunter, W. Laird, Q.C., *I'm a Fiscal Agent : Can I Borrow Your Charity Number?* in *Charity Central, Article Series* online, repris avec la permission du Legal Resource Centre of Alberta, revisé mars 2010.

John, Rob, *Virtuous Circles : New Expressions of Collective Philanthropy in Asia*, Entrepreneurial Social Finance in Asia: Working Paper No. 3, Asia Centre for Social Entrepreneurship and Philanthropy, National University of Singapore, 2014.

Kania, John et Mark Kramer, *Nonprofit Management: Collective Impact* in Stanford Social Innovation Review Blog. Stanford, California, 2011. http://www.ssireview.org/articles/entry/collective_impact.

Levy-Ajzenkopf, Andy, *Giving, Volunteering and Participating: Latest survey results from Statistics Canada*, Charity Village, Avril 2015.

Marsland, Jane, *Shared Platforms and Charitable Venture Organizations: A Powerful Pos- sibility for a More Resilient Arts Sector*, Metcalf Foundation, 2013.

McIsaac, Elizabeth & Carrie Moody, *A Platform for Change*, Mowat Centre, University of Toronto, septembre 2013.

McIsaac, Elizabeth & Carrie Moody, *The Social Enterprise Opportunity*, Mowat Centre, University of Toronto, septembre 2013.

McQueen, Ann, *The Fledgling Fund: Inspiring a Better World Through Film*, *Animating Democracy: Arts for Change Funder Portraits*, janvier 2015.

Programme Média, *Les financements alternatifs à l'audiovisuel et au cinéma*, novembre 2012. http://www.mediafrance.eu/Financements-Alternatifs.html.

NESTA, *The New Art of Finance*, juillet 2014.

Philanthrophy and Social Economy: Blueprint 2014, Foundation Centre, 2015.

Philanthrophy and Social Economy: Blueprint 2015, Foundation Centre, 2015.

Fondations Philanthropiques Canada, *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, septembre 2014.

Philanthropic Trends Quarterly, Numéro 4, Hiver 2011.

Philanthropic Trends Quarterly, Numéro 3, Automne 2011.

Ramsundarsingh, Susan, *A Survey of Fiscal Sponsorship Practice in Calgary*, Document de réflexion préparé pour United Way of Calgary and Area, 2009.

Rovner, Mark, Sea Change Strategies, *The Next Generation of Canadian Giving: The Charitable Habits of Generations X, Y, Baby Boomers and Civics*, Blackbaud et HJC, septembre 2013.

Skinner, Ana et coll., *Moving From Trustee to TRUSTing Collaborations: Shared Platforms strengthen capacity of grassroots, community driven and collaborative work to create a vibrant inclusive and engaged Toronto.* Toronto : Shared Platforms Research Group, 2012. http://grassrootsyouth.tumblr.com/post/29856354060/shared-platforms-research-report

Statistique Canada, *Tendances sociales canadiennes*, Catalogue No. 11-008, avril, 2012. http://www5.statcan.gc.ca/olc-cel/olc.action?ObjId=11-008 X201200111637&ObjType=47&lang=fr

Stevens, David et Margaret Mason, *Tides Canada Initiatives Society: Charitable Venture Organizations: A New Infrastructure Model for Canadian Registered Charities* in *The Philanthropist*, 2010. http://thephilanthropist.ca/index.php/phil/article/view/836.

The Fledgling Fund, *Assessing Impact: A Funder's Perspective*, Vidéo : https://www.youtube.com/watch?v=452HWCrsBgM.

Turner, Shiloh et al., *Understanding the value of backbone organizations in Collective Impact: Part 1," in Stanford Social Innovation Review Blog*. Stanford, Californie, 2012. http://www.ssireview.org/blog/entry/understanding_the_value_of_backbone_organizations_in_collective_impact_1.

Wright, Leslie, *Context and Background To Tides Canada Initiatives/Novita Interpares in The Philanthropist*, 2010 http://thephilanthropist.ca/original-pdfs/Philanthropist-23-2-410.pdf

The Nonprofit Centers Network and Tides Cefola, Jackie et al., *Shared Services: A Guide to Creating Collaborative Solutions for NonProfits*, 2010.

Verellen, Emily, *From Distribution to Audience Engagement - Social Change Through Film*, The Fledgling Fund, août 2010.

Zimmerman, Brenda et Raymond Dart, *Charities Doing Commercial Ventures: Societal and Organizational Implications*, Trillium Foundation, 1998.

ANNEXE 2 : LISTE DES ENTREVUES

Rahul K. Bhardwaj, Président-Directeur général, Toronto Community Foundation

Stéphane Cardin, Vice-président, affaires publiques et relations avec l'industrie, Fonds des médias du Canada

Jérome Dufour, Directeur général distribution, communications et marketing, Office national du film du Canada

Leah Eustace, Directrice associée, Goodworks

Pepita Ferrari, Présidente, l'Association des documentaristes du Canada (DOC)

Beadie Finzie, Directrice de la Fondation BRITDOC

Tracey Friesen, Consultante

Mitzi Goldman, Présidente-Directrice générale, Documentary Australia Foundation

Elisabeth Gomery, Associée, Philanthropica.ca

Brett Hendrie, Directeur exécutif, Hot Docs

Robin Jackson, ex-directeur exécutif du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants

Michael Jones, Directeur des programmes, Metcalfe Foundation

Jane Marsland, consultante

Margaret Mason, Associée - Organisations caritatives et organismes exonérés d'impôts, Bull Housser

Elizabeth McIsaac, Présidente, Maytree Foundation

Susan McKinnon, cofondatrice, Documentary Australia Foundation

Ross McMillan, Président-Directeur général, Tides Canada Initiatives

Susan Manwaring, Associée et Présidente nationale Organisations caritatives et OSBL, Miller Thomsom LLP

Robin Mirsky-Daniels, Directeur exécutif, Rogers Group of Funds

Andrea Nemtin, Présidente-Directrice générale, Inspirit Foundation

Hilary Pearson, Présidente-Directrice générale, Fondations philanthropiques Canada

Michel Pradier, Directeur Financement des projets, Téléfilm Canada

Cathy Taylor, Directrice exécutive, Ontario Not For Profit Network

Jillian Witt, Jillian Witt Consulting

Leslie Wright, Directrice Associée, Novita Interpares Limited

ANNEXE 3 : GLOSSAIRE

Mouvement civique technologique : Solutions créatives de problèmes par l'usage des technologies de l'information, le Web et les applications mobiles pour inciter l'engagement et la participation aux développements sociaux.

Parrainage fiscal : Pratique par laquelle des organisations caritatives enregistrées offrent leur statut légal et exempt d'impôts à d'autres organisations ou individus. Utilisé couramment à des fins de collecte de fonds et régi par un arrangement contractuel fixant les honoraires.

Fondations subventionnaires/donatrices : Fondations publiques ou privées qui offrent des programmes permanents de soutien à des organisations caritatives indépendantes sur une base discrétionnaire.

Campagnes d'impact : Appelées aussi campagnes de sensibilisation (ou de publicité), les campagnes d'impact sont stratégiques, conçues pour atteindre des objectifs sociaux par l'implication d'une communauté.

Producteur d'impact : Un producteur qui conçoit et réalise une campagne qui peut inclure la distribution, les communications, la sensibilisation et l'implication des publics et la mise en marché pour maximiser l'impact d'un film.

Fondations privées : Sont réputées privées, les fondations dans lesquelles la moitié, ou plus, des fonds proviennent d'une personne ou d'un groupe de personnes qui, d'une certaine façon, contrôlent l'association. Les fondations privées peuvent distribuer leurs fonds en faisant des dons à des donataires reconnus ou en conduisant elles-mêmes leurs propres activités caritatives.

Fondations publiques : Les fondations publiques doivent dépenser l'équivalent de plus de la moitié de leurs revenus annuels en faisant des dons à des donataires reconnus.

Financement social : Fait référence aux pratiques des philanthropes d'investissements à risque et aux investisseurs d'impact pour lesquels l'ampleur de leur engagement envers les organisations qu'ils soutiennent, reflète les pratiques du secteur privé. Le financement social est un outil parmi plusieurs autres, utilisé par les fondations pour atteindre leurs objectifs.

SOURCES :

Site de l'Agence du revenu du Canada : http://www.cra-arc.gc.ca/menu-fra.html.

Finneran, Patricia, Story Matters, *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*, Hot Docs, 2014.

Site de Knight Foundation : http://www.knightfoundation.org.

Fondations Philanthropiques Canada, *Actifs et dons des fondations donatrices du Canada*, septembre 2014

Génération de l'innovation sociale - *Knowledge Hub* : http://www.sigeneration.ca.

Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Accueil_principal.

ANNEXE 4 : RESSOURCES ADDITIONNELLES

RESSOURCES DE L'AGENCE DU REVENU DU CANADA

Conseils pour les donataires reconnus
http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/qlfddns-fra.html.

Activités artistiques et enregistrement à titre d'organisme de bienfaisance, référence CG-08, décembre 2012
http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/rts-ctvts-fra.html.

Utilisation d'un intermédiaire afin de mener les activités d'un organisme de bienfaisance au Canada, référence CG-004, juin 2004
http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cgd/ntrmdry-fra.html.

RESSOURCES DE LA DOCUMENTARY AUSTRALIA FOUNDATION

Modalités et conditions
https://www.documentaryaustralia.com.au/page/1102/terms-conditions.

RESSOURCES DE BRITDOC

Bertha BRITDOC Journalism Fund, Conditions de financement : Financement pour le développement/la production/la Postproduction
https://britdoc.org/static/core/pdf/bbjournofunconditions.pdf

BRITDOC Accord type
https://britdoc.org/static/core/pdf/bertha-britdoc-journalism-fund-q-sample.pdf

Bertha BRITDOC Connect Fund, Conditions de financement
https://britdoc.org/static/core/pdf/bbconnectfundconditions.pdf

BRITDOC Foundation - Conditions de financement
http://britdoc.org/real_funds/britdoc-fund/conditions.

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA