

Plan Stratégique 2020-2025



nunavut film development corporation
ᓄᓇᓗᓴᓂ ᑕᓍᓇᓴᓵᓕᓃᓴᓂ ᑎᓂᓴᓵᓂ

AVANT-PROPOS

L'industrie de la télévision et du cinéma a changé considérablement au cours des 20 années d'existence du Nunavut. Elle a connu des changements drastiques en passant de l'analogue au numérique, de la diffusion traditionnelle à la diffusion en ligne et du visionnement de chaînes de télévision linéaires au visionnement sur appareils mobiles.

Depuis que le gouvernement du Nunavut l'a mise sur pied en 2004, la Société de développement cinématographique du Nunavut (SDCN) est l'organisme le mieux placé pour mettre en valeur le plein potentiel économique et créatif de l'industrie de la télévision et du cinéma du Nunavut. La SDCN renforce et accroît la valeur des produits, des services, des propriétés intellectuelles et des marques de nos créateurs.

Les médias de l'écran suscitent un grand intérêt à l'échelle internationale en raison de leurs répercussions économiques multiples. L'industrie de la télévision et du cinéma contribue à l'économie locale par différentes voies. Les bénéfices peuvent être mesurés de trois manières :

1. **les impacts directs** des étapes de production (création/préproduction, production, postproduction, diffusion);
2. **les impacts indirects** du soutien à la production (équipement, construction, transport, publicité, services juridiques, comptables, bancaires et financiers);
3. **les impacts intersectoriels** qui se répercutent sur d'autres aspects de l'économie territoriale (la main d'œuvre, le développement des compétences, le tourisme, la vente au détail, le divertissement, le commerce et la culture).

En 2015, Affaires autochtones et du Nord Canada a publié un rapport indiquant que les artistes et créateurs inuits œuvrant dans les industries du cinéma, des médias, de la littérature et de l'édition ont contribué au PIB du Canada à hauteur de 9,8 millions de dollars. L'activité économique résultante a créé ou soutenu 208 emplois équivalents temps plein.

Selon les données les plus récentes sur ses activités en 2018-2019, la SDCN aurait :

- financé des projets dans 7 catégories de programmes à raison de 1 235 millions de dollars;
- soutenu plus de 40 projets cinématographiques, télévisuels et numériques;
- créé des dépenses de 7 \$ au Nunavut pour chaque dollar de financement;
- créé des dépenses de 13 \$ au Canada pour chaque dollar de financement;
- supervisé des dépenses de 6 millions de dollars au Nunavut liées aux productions étrangères, comme les hôtels, les vêtements, les déplacements, etc.;
- offert du soutien à l'emploi à 619 résidents du Nunavut.

Plusieurs productions qui ont été réalisées grâce au financement de la SDCN, comme *The Grizzlies*, *A Day in the Life of Noah Piugattuk*, *Anaana's Tent*, *Tia and Piujuq* et *Giant Bear*, ont été primées. La Société de développement cinématographique du Nunavut est fière que des productions et des producteurs nunavois aient reçu des prix et soient reconnus à travers le monde.

La SDCN se consacre à la croissance et au développement de l'industrie de la télévision et du cinéma au Nunavut, et élabore dans ce contexte la présente stratégie quinquennale. Après avoir exhaustivement consulté les parties prenantes à travers tout le territoire, nous avons retenu trois axes prioritaires et six buts. En ces temps de progrès technologiques et de changements sociaux, la créativité et la constance dans notre alignement stratégique nous permettront de continuer à repousser les limites.

SOMMAIRE

Le rôle de la Société de développement cinématographique du Nunavut est de multiplier les possibilités économiques pour les Nunavummiuts dans l'industrie de la télévision et du cinéma, et de promouvoir le Nunavut comme lieu de tournage circumpolaire. Le présent plan stratégique propose une orientation sur la meilleure façon de soutenir l'industrie de la télévision et du cinéma au Nunavut pendant les cinq prochaines années (2020-2025). Ces dernières années, des changements significatifs sont survenus dans cette industrie et ont transformé la manière dont le contenu est créé et consommé. La compétitivité de l'industrie est limitée par des défis importants, y compris le coût et l'accessibilité de la technologie, l'équipement et la bande passante. Toutefois, le Nunavut occupe une position manifestement avantageuse en ce qui a trait au contenu culturel inuit qui est exclusif aux producteurs inuits.

Au cours des cinq prochaines années, la SDCN travaillera sur trois axes pour soutenir le développement de l'industrie de la télévision et du cinéma au Nunavut :

1. accroître le soutien actuel ;
2. créer de nouvelles possibilités ;
3. renforcer les capacités.

Dans le cadre de ces trois axes, six buts ont été établis à la suite des consultations menées en vue d'élaborer le plan stratégique :

- But 1 :** Formation et perfectionnement professionnels
- But 2 :** Diffusion de contenus et d'informations
- But 3 :** Équipement
- But 4 :** Croissance de l'industrie
- But 5 :** Plaidoyer continu
- But 6 :** Nunavut Film Commission

Ce plan stratégique comprend un plan d'action de cinq ans qui décline les axes et les buts en 39 actions. Les priorités et les objectifs quotidiens sont planifiés suivant des échéanciers cibles raisonnables en mettant l'accent sur la mise en œuvre et la faisabilité.

LES RÉSULTATS ATTENDUS DE CE PLAN D'ICI 2025 SONT LES SUIVANTS :

- une augmentation des productions territoriales, présentant des récits inuits racontés par des producteurs inuits, avec l'aide d'une main d'œuvre inuite au bénéfice des communautés inuites ;
- une reconnaissance accrue de l'industrie de la télévision et du cinéma du Nunavut faisant la promotion du récit en langue autochtone ;

- un plus grand accès au contenu télévisuel et cinématographique du Nunavut, notamment avec la création d'une plateforme de diffusion permanente en inuktitut, comme TV Nunavut ou d'autres plateformes nouvelles ou émergentes;
- des partenariats novateurs, des collaborations, des coproductions, un partage de la main d'œuvre, des réseaux étendus et le perfectionnement continu des professionnels inuits de la région circumpolaire;
- une plus grande main d'œuvre qualifiée au sein de l'industrie de la télévision et du cinéma;
- un plus grand nombre de possibilités pour les fournisseurs de services, comme les pourvoyeurs, les artisans, les hébergeurs et autres;
- une incitation aux productions étrangères à travailler avec les collectivités inuites d'une manière positive, mutuellement bénéfique et pratique.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos.....	ii
Sommaire.....	iii
Méthodologie.....	1
PARTIE 1 — INFORMATIONS GÉNÉRALES ET ANALYSE.....	2
Informations sur la SDCN.....	2
Mandat.....	2
Vision.....	2
Mission.....	2
Valeurs.....	3
Environnement extérieur (analyse PESTLE).....	4
Analyse concurrentielle.....	6
PARTIE 2 — ORIENTATION STRATÉGIQUE.....	7
Priorités.....	7
Buts stratégiques.....	7
But 1 : Formation et perfectionnement professionnels.....	8
But 2 : Diffusion de contenus et d'informations.....	9
But 3 : Équipement.....	10
But 4 : Croissance de l'industrie.....	10
But 5 : Plaidoyer continu.....	11
But 6 : Nunavut Film Commission.....	12
Plan d'action 2020-2025 de la SDCN.....	13
Résultats attendus.....	19
Liste d'acronymes.....	20
Glossaire.....	20
Notes de bas de page.....	23

MÉTHODOLOGIE

Le plan stratégique de la Société de développement cinématographique du Nunavut est un document administratif de haut niveau qui oriente et améliore le soutien offert à l'*industrie de la télévision et du cinéma au Nunavut* pour les cinq prochaines années, soit de 2020 à 2025.

En 2019, une grande consultation a été menée auprès de l'industrie nunavoise, afin d'obtenir une perspective et un contexte pour la planification. L'exercice comprenait trois axes et sources d'informations :

1. présentations et échanges interactifs au congrès *Avalusiniq Sivuniksaq/Framing the Future Industry Conference* (printemps 2019);
2. consultations auprès des membres de l'industrie dans diverses collectivités du Nunavut, particulièrement à Gjoa Haven, Cambridge Bay, Taloyoak, Rankin Inlet, Arviat, Iglulik, Clyde River et Iqaluit. Des compagnies de production, des créateurs indépendants et des techniciens experts (automne et hiver 2019) y ont participé;
3. consultations auprès des intervenants de l'industrie nationale, comme le *Fonds des médias du Canada*, Téléfilm Canada, le *Bureau de l'écran autochtone*, le ministère du Patrimoine canadien, et le ministère du Développement économique et des Transports du Nunavut (été et automne 2019).

Ce plan stratégique reflète l'ensemble de ces échanges. Il tient compte également des données économiques et des recherches effectuées par l'industrie. Il en résulte un plan réalisable qui arrime les forces et le potentiel du Nunavut avec un monde en constante évolution.

Ce document est divisé en deux parties. La **première partie** donne des informations de base au sujet de la SDCN et propose une analyse ciblée de la situation actuelle. La **deuxième partie** présente l'orientation stratégique du plan, avec un plan d'action qui comprend les priorités, les buts, les objectifs et les échéanciers. Il décrit également les résultats attendus.

Un **glossaire** est inclus à la fin de ce document, où la terminologie de l'industrie est expliquée. Veuillez noter que les termes en *italique* dans le texte se trouvent dans le glossaire.

PARTIE 1

Informations Générales et Analyse

INFORMATIONS SUR LA SDCN

MANDAT

La Société de développement cinématographique du Nunavut a reçu le mandat du gouvernement du Nunavut d'accroître les possibilités économiques pour les Nunavummiuts de l'*industrie de la télévision et du cinéma*, et de promouvoir le Nunavut comme lieu de production circumpolaire de calibre international.

VISION

Le Nunavut est reconnu à l'échelle internationale comme un leader dans le domaine des *médias de l'écran* autochtones. Talentueux et expérimentés, les professionnels nunavummiuts produisent à l'écran des récits inuits uniques, qui sont appréciés pour leur excellence et leur perspective originale, tant par un public local que national et international.

MISSION

La mission de la SDCN de développement cinématographique est de soutenir et de développer une *industrie de la télévision et du cinéma* florissante.

1. Renforcer les compétences de la main d'œuvre de l'*industrie de la télévision et du cinéma* au Nunavut.
2. Partager, communiquer et promouvoir les *contenus médiatiques* produits à l'écran.
3. Soutenir et conseiller les *productions étrangères* venues travailler au Nunavut.

VALEURS

La SDCN met en application les valeurs et les principes suivants dans le cadre de son travail et de ses relations internes et externes, de même que dans son document sur les *Protocoles et chemins cinématographiques* («On-Screen Protocols and Pathways»).

La SDCN s'assure que toutes ses activités respectent et s'arriment sur les comportements éthiques indiqués dans les valeurs sociétales inuites :

- Inuuqatigiitsiarniq : le respect d'autrui, les rapports avec autrui et le soin d'autrui ;
- Tunnganarniq : la promotion d'un bon état d'esprit en se montrant ouvert, accueillant et inclusif ;
- Pijitsirniq : le service à la famille ou à la collectivité, ou les deux, et la satisfaction de leurs besoins ;
- Aajiiqatigiinni : la prise de décision par la discussion et le consensus ;
- Pilimmaksarniq ou Pijariuqsarniq : le développement des compétences par la pratique, l'effort et l'action ;
- Piliriqatigiinni ou Ikajuqtigiinni : travailler ensemble pour une cause commune ;
- Qanuqtuurniq : faire preuve d'innovation et d'ingéniosité ;
- Avatittinnik Kamatsiarniq : le respect et le soin de la terre, de la faune et de l'environnement.

ENVIRONNEMENT EXTÉRIEUR (ANALYSE PESTEL)

Ces dernières années, les changements dans l'environnement politique, économique, social, technologique et juridique extérieur ont transformé la manière dont le *contenu médiatique* sur écran est créé et consommé. L'industrie dans son ensemble subit des changements importants et rapides.

ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

- Rôle du nouveau *Bureau de l'écran autochtone* dans la promotion et l'accessibilité du soutien, du financement, de la formation et des réseaux.¹
- Examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications.²
- Emphase sur les droits des personnes autochtones³ (par exemple, la Commission de vérité et réconciliation⁴ et la nouvelle législation gouvernementale⁵).
- Volonté politique de rétablir la libre circulation transfrontalière des travailleurs inuits⁶ (dans une zone de libre circulation, par exemple⁷).

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Gros joueurs mondiaux de l'industrie consolidant leur contenu de manière exclusive (par exemple, Apple, Disney, Amazon et Netflix).⁸
- La *vidéo à la demande par abonnement (VADA)* expose les produits sur les plateformes internationales et stimule la concurrence sur le marché mondial.⁹
- *L'industrie de la télévision et du cinéma* au Canada est vigoureuse. Elle se porte mieux que jamais et la Canadian Media Producers Association prévoit que sa croissance se poursuivra.¹⁰
- L'environnement économique nunavois est stable, avec des revenus réguliers provenant des transferts fédéraux, des taxes et d'autres sources de revenus.¹¹ Ces dernières années, les budgets alloués aux bourses et contributions sont demeurés stables.¹²

ENVIRONNEMENT SOCIAL

- Le contenu de la *VADA* est adopté massivement par les consommateurs. Cette tendance se maintient à la hausse.¹³
- Le contenu créatif diversifié et spécialisé qui est partagé et consommé sur YouTube, Vimeo, Facebook, Tik Tok, Instagram, Snapchat, etc. obtient un intérêt accru.¹⁴
- Une attention de plus en plus grande est accordée à l'importance de *l'équité sociale*.¹⁵
- Le nombre de productions culturellement diversifiées disponibles par *VADA* est à la hausse.¹⁶

ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE

- Des changements se produisent rapidement dans le domaine des services de télécommunication au Nunavut, comme la téléphonie cellulaire dans toutes les collectivités du Nunavut¹⁷ et les changements attendus aux services de téléphonie cellulaire haute vitesse, y compris la technologie 5G¹⁸.
- De nouveaux investissements visent l'*Internet par fibre optique*¹⁹ et les *satellites en orbite basse*²⁰ desservant l'Arctique.
- Les techniques utilisant des *mégadonnées* sont de plus en plus utilisées en marketing et pour prendre des décisions d'affaires basées sur la prédiction des comportements des consommateurs (c'est-à-dire la popularité des films et l'intérêt du public)²¹.

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE

- Le *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* a déclaré en 2016 que l'Internet à haut débit était un service de télécommunication de base²².
- La propriété et le contrôle des entreprises par des Autochtones influenceront de plus en plus l'accès aux occasions d'affaires et au financement.²³

ANALYSE CONCURRENTIELLE

La compétitivité du Nunavut au sein de l'industrie est limitée par des défis importants, comme le coût et l'accès aux technologies, à l'équipement et à la bande passante. Par contre, il existe de clairs avantages concurrentiels qui font contrepoids à ces obstacles.

Les productions inuites se démarquent au sein de l'industrie nationale et internationale de la télévision et du cinéma. Elles présentent une expression originale de contenu culturel exclusif aux producteurs inuits. La production de contenu culturel enraciné dans les récits oraux et visuels traditionnels constitue un avantage concurrentiel avéré. Ainsi, en ce qui a trait au contenu culturel inuit authentique, le Nunavut occupe un créneau bien défini et concurrentiel dans *l'industrie de la télévision et du cinéma*.

ATOUS CONCURRENTIELS

Les traditions culturelles inuites peuvent être transposées en récits visuels.

Il existe une forte tradition du récit oral chez les Inuits.

Les histoires inuites présentent un point de vue inuit sans pareil.

Les productions inuktutes sont uniques et mettent en scène une langue et une culture fortes.

OBSTACLES CONCURRENTIELS

Les productions sont coûteuses au Nunavut, en raison des coûts de la logistique, des biens et des services.

L'éloignement géographique du Nunavut rend l'accès aux sites de production difficile.

Tant les productions étrangères que les productions nunavoises font face à des défis technologiques et matériels (par exemple, le manque d'équipement de pointe prêt à utiliser dans les collectivités).

Il existe des obstacles considérables en matière d'Internet et de bande passante dans les collectivités du Nunavut (par exemple, les coûts élevés, l'Internet limité et la lenteur de téléchargement et de téléversement).

Le manque de financement au Nunavut limite les possibilités pour l'industrie de la télévision et du cinéma (par exemple, le budget limité des programmes de financement de la SDCN, l'absence d'exemptions de taxes).

Le Nunavut possède une main d'œuvre qualifiée limitée.

PARTIE 2

Orientation Stratégique

PRIORITÉS

Au cours des cinq prochaines années, la SDCN priorisera trois aspects transversaux de *l'industrie de la télévision et du cinéma* au Nunavut.

PRIORITÉS EN 2020-2025

PRIORITÉ 1 Accroître le soutien actuel	PRIORITÉ 2 Créer de nouvelles possibilités	PRIORITÉ 3 Renforcer les capacités
--	--	--

BUTS STRATÉGIQUES

Dans le cadre de ces priorités, six buts ont émergé des consultations menées en vue de la planification stratégique.

BUT 1 : Formation et perfectionnement professionnels	BUT 2 : Diffusion de contenus et d'informations	BUT 3 : Équipement
BUT 4 : Croissance de l'industrie	BUT 5 : Plaidoyer continu	BUT 6 : Nunavut Film Commission

BUT 1 : FORMATION ET PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNELS

La SDCN reconnaît le besoin de formations en appui à tout un éventail de compétences (par exemple, la vidéographie, l'enregistrement audio, le montage, la narration et l'administration des affaires) pour constituer une main d'œuvre solide dans l'industrie de la télévision et du cinéma. Cela nécessite un continuum d'apprentissage, allant de débutant à expert. L'industrie bénéficierait également d'une interaction accrue entre les professionnels émergents et les professionnels établis.

Il est extrêmement important de s'assurer que le Nunavut dispose d'équipes de production adéquatement formées. Par l'entremise de *FIT (Film Industry Training)*, la SDCN offrira un programme de formation complet du niveau débutant au niveau avancé, en plus du perfectionnement professionnel. Cela permettra de maximiser les montants d'argent dépensés pour les productions au Nunavut et de réduire la dépendance aux équipes de film étrangères venues travailler sur des productions autochtones.

Cette formation permettra aussi de dénicher et de soutenir la prochaine génération de créateurs inuits qui contribuera aux futures plateformes de diffusion *inuktutes*. Il est extrêmement important de s'assurer que le Nunavut dispose d'équipes de production adéquatement formées et que les Inuits soient à la fine pointe de la formation dans le domaine des *médias de l'écran*.

ACTIONS STRATÉGIQUES POUR LA FORMATION ET LE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

- Concevoir et coordonner des programmes de formation et de perfectionnement professionnels pour l'*industrie nunavoise de la télévision et du cinéma*.
- Offrir des formations pour tout un éventail de compétences, notamment techniques (par exemple, caméra, audio, montage, sous-titrage, etc.), commerciales et en production.
- Travailler à établir un continuum d'apprentissage et de possibilités de formation, débouchant sur un partenariat avec le Collège de l'Arctique du Nunavut pour un cours sur les médias accrédité.
- Faciliter les partenariats pour le perfectionnement des professionnels en début de carrière (par exemple, observation et formation en milieu de travail dans le cadre de productions nunavoises et canadiennes).
- Favoriser les occasions de mentorat et d'observation de haut niveau pour les professionnels expérimentés dans le cadre de productions autochtones au Nunavut et au Canada.
- Établir un partenariat avec Qaggiavuut pour soutenir le développement des talents d'interprétation à l'écran.

BUT 2 : DIFFUSION DE CONTENUS ET D'INFORMATIONS

Une fois que le contenu a été créé, il est nécessaire de le diffuser pour que les producteurs et les consommateurs en bénéficient. La SDCN reconnaît le besoin d'avoir des plateformes de diffusion pour présenter les productions nunavoises.

Isuma TV continue de jouer un rôle vital dans la création et la diffusion de contenu en langue *inuktute*. Grâce à sa plateforme en ligne et à ses autres réseaux de diffusion sur le territoire, de nombreuses collectivités présentent leur propre contenu. Toutefois, en raison de l'expansion de la télévision satellite et du câble haute définition, il n'existe plus de chaîne dédiée au contenu *inuktut* sur ces plateformes.

Pour régler ce problème, la SDCN mettra de l'avant la nécessité d'avoir des plateformes *inuktutes* spécifiques, y compris une plateforme permanente, comme *TV Nunavut*, pour diffuser du contenu *inuktut* auquel les Inuits auront accès où qu'ils se trouvent. La SDCN soutiendra aussi l'augmentation de la diffusion des productions «faites au Nunavut» dans le cadre des soirées de projection communautaires.

ACTIONS STRATÉGIQUES FAVORISANT LA DIFFUSION DE CONTENUS ET D'INFORMATIONS

- Promouvoir l'importance culturelle et l'avantage économique d'avoir une plateforme permanente et accessible pour la diffusion et la transmission de contenu inuit auprès de tous les résidents du Nunavut, comme *TV Nunavut* ou d'autres plateformes nouvelles ou émergentes.
- Promouvoir la capacité de diffusion de contenu de courte durée sur des plateformes en ligne (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, Snapchat).
- Encourager les projections communautaires de productions «faites au Nunavut» (festivals de film, cinéma mobile, distribution de DVD pour visionnement, etc.).
- Coordonner le financement de l'équipement nécessaire à la tenue de projections cinématographiques dans les collectivités à travers tout le territoire.
- Multiplier les occasions de partager des informations au Nunavut, comme les congrès, les colloques et les sommets de l'industrie.
- Continuer de partager des informations sur les activités de la Société de développement cinématographique du Nunavut, en plus des industries nationale et territoriale de la télévision et du cinéma.

BUT 3 : ÉQUIPEMENT

La SDCN reconnaît que l'accès à l'équipement de qualité est un défi de taille au Nunavut. Les collectivités ont un besoin pressant d'équipement moderne pour filmer, monter et diffuser. Le comblement de ces lacunes aura un impact positif important sur *l'industrie de la télévision et du cinéma* au Nunavut.

ACTIONS STRATÉGIQUES RELATIVES À L'ÉQUIPEMENT

- Chercher du financement pour augmenter l'accès à du matériel vidéo dans les collectivités.
- Fournir régulièrement de la formation et du soutien quant à l'utilisation et à l'entretien de l'équipement.
- Promouvoir le partage des ressources locales et l'accès aux installations communautaires, notamment :
 - équipement technique;
 - équipement de retransmission;
 - studio;
 - studio de postproduction (montage, audio, balado).

BUT 4 : CROISSANCE DE L'INDUSTRIE

La SDCN reconnaît que l'industrie se développe suivant une combinaison de facteurs, notamment l'accès accru à diverses sources de financement et aux marchés, ainsi que le renforcement continu des capacités des professionnels de ce secteur d'activité.

ACTIONS STRATÉGIQUES VISANT À FAVORISER LA CROISSANCE DE L'INDUSTRIE

- Faire pression en faveur d'un financement accru pour le :
 - Nunavut Spend Incentive Program (programme incitatif du Nunavut);
 - *Inuklut* Language Incentive Fund (fonds incitatif pour la langue *inuklut*).
- Mettre en œuvre des changements structurels au financement des courts métrages, de manière à refléter les tendances de l'industrie et la consommation accrue de contenu de courte durée.
- Combiner et réorienter les objectifs du financement pour les débutants et pour le perfectionnement professionnel, afin qu'ils concordent avec la stratégie de formation de la Société de développement cinématographique du Nunavut pour l'industrie.
- Travailler à mettre sur pied un programme de financement pour la formation des scénaristes et des chefs scénaristes.
- Encourager et soutenir la collaboration avec d'autres juridictions circumpolaires.
- Maximiser et renforcer les partenariats et les relations à l'échelle territoriale, nationale et internationale, afin d'accroître les possibilités de financement, de formation, et autres.
- Créer et entretenir un réseau de professionnels ainsi qu'une base de données sur les compétences pour les collectivités du Nunavut.
- Établir une norme salariale pour les professionnels de *l'industrie de la télévision et du cinéma*.

BUT 5 : PLAIDOYER CONTINU

La SDCN reconnaît le besoin de poursuivre le travail de sensibilisation auprès des collectivités nunavoises. Il est important pour la SDCN de se tenir au courant des nouveaux développements ainsi que des problèmes qui surviennent d'un bout à l'autre du Nunavut, puis d'utiliser cette information pour adapter le financement et les programmes de formation aux réalités locales. Les démarches auprès des collectivités peuvent fournir aux créateurs actuels et potentiels une meilleure connaissance des programmes de financement de la SDCN et un meilleur accès aux possibilités d'avancement.

Le fait de travailler plus étroitement avec des organismes existants — comme Qaggiavuut, Compétences Canada, *Isuma TV*, l'Inuit Broadcasting Corporation, l'Ilisaqsivik Society, ainsi que les compagnies de production et de films du Nunavut et les *organisations inuites* — et de partager les informations avec eux peut aider à la sensibilisation quant aux problèmes qui touchent l'*industrie de la télévision et du cinéma* au Nunavut.

Les efforts de sensibilisation peuvent cibler d'autres organismes subventionnaires, comme le *Fonds des médias du Canada*, Téléfilm Canada, l'Office national du film, Radio-Canada, le Fonds Harold Greenburg, Bell Media, le ministère de la Culture et du Patrimoine du Nunavut, le Conseil des arts du Canada et Patrimoine canadien.

ACTIONS STRATÉGIQUES POUR UN PLAIDOYER CONTINU

- Poursuivre le travail de sensibilisation de la SDCN en visitant les collectivités du Nunavut.
- Faire pression pour que les politiques et les programmes changent de façon à accroître les possibilités de collaboration dans la région circumpolaire :
 - *coproductions* inuites;
 - partage transfrontalier de main d'œuvre inuite;
 - possibilités de formations avancées pour les Inuits.
- Réclamer une bande passante équitable en matière de vitesse, de fiabilité et de cout pour tout le Nunavut.
- Faire du lobbying auprès des *organisations inuites* afin de promouvoir la présentation de contenu en *inuktut* lors de leurs activités télévisuelles ou cinématographiques au Nunavut.
- Poursuivre les activités au sein du conseil d'administration du Fonds du film autochtone de l'Arctique et relatives à la promotion du Fonds.
- Continuer de bâtir des relations de travail avec les bailleurs de fonds territoriaux, nationaux et internationaux.
- Partager le savoir-faire et les meilleures pratiques à l'échelle du territoire de manière à pouvoir se prononcer d'une seule voix sur les enjeux nationaux.
- Surveiller les répercussions économiques des activités de productions locales au Nunavut.

BUT 6 : NUNAVUT FILM COMMISSION

La Nunavut Film Commission soutient et conseille les *productions étrangères* dans le cadre du mandat et de la mission de la SDCN. La SDCN reconnaît l'importance de partager les meilleures pratiques et de fournir des lignes directrices aux *productions étrangères* qui travaillent au Nunavut. À ce chapitre, il est possible de consulter le document *Protocoles et chemins cinématographiques*, qui souligne l'importance de travailler avec les collectivités inuites d'une manière positive, mutuellement profitable et pratique. La Nunavut Film Commission promeut et met en application un *code de conduite* pour les productions en visite.

La Nunavut Film Commission veille aux intérêts économiques en encourageant le développement des relations entre les *productions étrangères* et les producteurs, le personnel de production et les *fournisseurs de services* nunavois. Les *productions étrangères* peuvent accéder aux fonds du programme incitatif du Nunavut seulement si un résident du Nunavut occupe un poste décisionnel au sein de la production.

ACTIONS STRATÉGIQUES DE LA NUNAVUT FILM COMMISSION

- Encourager les *productions étrangères* à choisir le Nunavut comme emplacement.
- Examiner la possibilité d'offrir des incitatifs financiers pour encourager les *productions étrangères* à considérer le Nunavut comme lieu de tournage.
- Rencontrer individuellement les producteurs canadiens et étrangers qui envisagent de filmer au Nunavut, afin de leur donner des conseils de production.
- Réviser le *code de conduite des productions étrangères* de la Société de développement cinématographique du Nunavut de manière à ce qu'il reflète les *protocoles et les procédures de l'industrie de la télévision et du cinéma*.
- Soutenir les *productions étrangères* qui remplissent la demande d'enregistrement de production, respectent le *code de conduite* applicable aux *productions étrangères* de la Société de développement cinématographique du Nunavut, embauchent des travailleurs inuits et fournissent de la formation.
- Travailler de concert avec Destination Nunavut et la Nunavut Economic Developers Association afin d'assurer un meilleur suivi des activités des *productions étrangères* au Nunavut.
- Revendiquer un financement adéquat de la Nunavut Film Commission auprès de la SDCN.
- Continuer d'entretenir le site Web en y publiant des informations à jour sur les programmes disponibles, les nouvelles de l'industrie et les ressources qui répondent aux requêtes des producteurs.

PLAN D'ACTION 2020-2025 DE LA SDCN

Ce plan d'action se veut clair, concis et utile pour effectuer le suivi de la mise en œuvre.

Le plan d'action se présente comme une liste de buts de la SDCN sur cinq ans. Chaque but se décline en une série d'objectifs.

Chaque objectif est classé en fonction d'un axe (par exemple, accroître le soutien actuel; créer de nouvelles possibilités; renforcer les capacités). Les objectifs sont numérotés pour faciliter le suivi (par exemple, Objectif 1.1.1.)

Chaque objectif a un échéancier prévu (par exemple, an 1, an 2, etc.). Le code de couleur aide à gérer le plan de travail derrière la mise en œuvre.

Dans les tableaux suivants, le **mauve désigne les actions prioritaires** et le **bleu renvoie aux actions régulières**.

BUT 1 : FORMATION ET PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNELS		AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL						
Objectif 1.1.1	Travailler à établir un continuum d'apprentissage et de possibilités de formation, débouchant sur un partenariat avec le Collège de l'Arctique du Nunavut pour un cours sur les médias accrédité.					
AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS						
Objectif 1.2.1	Faciliter les partenariats pour le perfectionnement des professionnels en début de carrière (par exemple, observation et formation en milieu de travail dans le cadre de productions nunavoises et canadiennes).					
Objectif 1.2.2	Favoriser les occasions de mentorat et d'observation de haut niveau pour les professionnels expérimentés dans le cadre de productions autochtones au Nunavut et au Canada.					
Objectif 1.2.3	Établir un partenariat avec Qaggiavuut pour soutenir le développement des talents d'interprétation à l'écran.					
AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS						
Objectif 1.3.1	Concevoir et coordonner des programmes de formation et de perfectionnement professionnels pour l'industrie nunavoise de la télévision et du cinéma.					
Objectif 1.3.2	Offrir des formations pour tout un éventail de compétences, notamment techniques (par exemple, caméra, audio, montage, sous-titrage, etc.), commerciales et en production.					

BUT 2 : DIFFUSION DE CONTENUS ET D'INFORMATIONS		AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL						
Objectif 2.1.1	Multiplier les occasions de partager des informations au Nunavut, comme les congrès, les colloques et les sommets de l'industrie.					
Objectif 2.1.2	Continuer de partager des informations sur les activités de la Société de développement cinématographique du Nunavut, en plus des industries nationale et territoriale de la télévision et du cinéma.					
AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS						
Objectif 2.2.1	Encourager les projections communautaires de productions «faites au Nunavut» (festivals de film, cinémas mobiles, distribution de DVD pour visionnement).					
Objectif 2.2.2	Coordonner le financement de l'équipement nécessaire à la tenue de projections cinématographiques dans les collectivités à travers tout le territoire.					
AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS						
Objectif 2.3.1	Promouvoir l'importance culturelle et l'avantage économique d'avoir une plateforme permanente et accessible pour la diffusion et la transmission de contenu inuit auprès de tous les résidents du Nunavut, comme <i>TV Nunavut</i> ou d'autres plateformes nouvelles ou émergentes.					
Objectif 2.3.2	Promouvoir la capacité de diffusion de contenu de courte durée sur des plateformes en ligne (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, Snapchat).					

BUT 3 : ÉQUIPEMENTAN
1 AN
2 AN
3 AN
4 AN
5**AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL**

Objectif 3.1.1	Fournir régulièrement de la formation et du soutien quant à l'utilisation et à l'entretien de l'équipement.								
-------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--

AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS

Objectif 3.2.1	Chercher du financement pour accroître l'accès à du matériel vidéo dans les collectivités.								
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS

Objectif 3.3.1	Promouvoir le partage des ressources locales et l'accès aux installations communautaires, notamment l'équipement technique, l'équipement de retransmission ainsi que les studios de production et de postproduction (montage, audio, balado).								
-------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--

BUT 4 : CROISSANCE DE L'INDUSTRIE		AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL						
Objectif 4.1.1	Faire pression en faveur d'un financement accru pour le Nunavut Spend Incentive Program (programme incitatif du Nunavut) et l'Inuktit Language Incentive Fund (fonds incitatif pour la langue <i>inuktitut</i>).					
Objectif 4.1.2	Mettre en œuvre des changements structurels au financement des courts métrages de manière à refléter les tendances de l'industrie et la consommation accrue de contenu de courte durée.					
Objectif 4.1.3	Créer et entretenir un réseau de professionnels ainsi qu'une base de données des compétences pour les collectivités du Nunavut.					
Objectif 4.1.4	Combiner et réorienter les objectifs du financement pour les débutants et pour le perfectionnement professionnel afin qu'ils concordent avec la stratégie de formation de la Société de développement cinématographique du Nunavut pour l'industrie.					
AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS						
Objectif 4.2.1	Travailler à mettre sur pied un programme de financement pour la formation des scénaristes et des chefs scénaristes.					
Objectif 4.2.2	Encourager et soutenir la collaboration avec d'autres juridictions circumpolaires.					
Objectif 4.2.3	Établir une norme salariale pour les professionnels de <i>l'industrie de la télévision et du cinéma</i> .					
AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS						
Objectif 4.3.1	Maximiser et renforcer les partenariats et les relations à l'échelle territoriale, nationale et internationale, afin d'accroître les possibilités de financement, de formation, et autres.					

BUT 5 : PLAIDOYER CONTINU		AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL						
Objectif 5.1.1	Poursuivre le travail de sensibilisation de la SDCN en visitant les collectivités du Nunavut.					
Objectif 5.1.2	Poursuivre les activités au sein du conseil d'administration du Fonds du film autochtone de l'Arctique et relatives à la promotion du Fonds.					
Objectif 5.1.3	Continuer de bâtir des relations de travail avec les bailleurs de fonds territoriaux, nationaux et internationaux.					
Objectif 5.1.4	Faire du lobbying auprès des <i>organisations inuites</i> afin de promouvoir la présentation de contenu en <i>inuktut</i> lors de leurs <i>activités télévisuelles ou cinématographiques</i> au Nunavut.					
Objectif 5.1.5	Surveiller les répercussions économiques des activités de productions locales au Nunavut.					
AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS						
Objectif 5.2.1	Faire pression pour que les politiques et les programmes changent de façon à accroître les possibilités de collaboration dans la région circumpolaire : <i>coproductions inuites</i> , partage transfrontalier de main d'œuvre inuite et possibilités de formations avancées pour les Inuits.					
Objectif 5.2.2	Réclamer une bande passante équitable en matière de vitesse, de fiabilité et de cout pour tout le Nunavut.					
AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS						
Objectif 5.3.1	Partager le savoir-faire et les meilleures pratiques à l'échelle territoriale de manière à pouvoir se prononcer d'une seule voix sur les enjeux nationaux.					

BUT 6 : NUNAVUT FILM COMMISSION		AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
AXE 1 : ACCROITRE LE SOUTIEN ACTUEL						
Objectif 6.1.1	Encourager les <i>productions étrangères</i> à choisir le Nunavut comme emplacement.					
Objectif 6.1.2	Rencontrer individuellement les producteurs canadiens et étrangers qui considèrent le Nunavut comme lieu de tournage, afin de leur donner des conseils de production.					
Objectif 6.1.3	Réviser le code de conduite des <i>productions étrangères</i> de la Société de développement cinématographique du Nunavut de manière à ce qu'il reflète les <i>protocoles et les procédures de l'industrie de la télévision et du cinéma</i> .					
Objectif 6.1.4	Soutenir les <i>productions étrangères</i> qui remplissent la demande d'enregistrement de production, respectent le <i>code de conduite</i> applicable aux <i>productions étrangères</i> de la Société de développement cinématographique du Nunavut, embauchent des travailleurs inuits et fournissent de la formation.					
Objectif 6.1.5	Travailler de concert avec Destination Nunavut et la Nunavut Economic Developers Association afin d'assurer un meilleur suivi des activités des <i>productions étrangères</i> au Nunavut.					
Objectif 6.1.6	Continuer d'entretenir le site Web en y publiant des informations à jour sur les programmes disponibles, les nouvelles de l'industrie et les ressources qui répondent aux requêtes des producteurs.					
AXE 2 : CRÉER DE NOUVELLES OCCASIONS						
Objectif 6.2.1	Examiner la possibilité d'offrir des incitatifs financiers pour encourager les <i>productions étrangères</i> à considérer le Nunavut comme lieu de tournage.					
AXE 3 : RENFORCER LES CAPACITÉS						
Objectif 6.3.1	Revendiquer un financement adéquat de la Nunavut Film Commission auprès de la SDCN.					

RÉSULTATS ATTENDUS

La Société de développement cinématographique du Nunavut est engagée à soutenir la création et la diffusion de *produits télévisuels et cinématographiques* faits au Nunavut, et à promouvoir le contenu encadré par des Inuits.

Les résultats généraux attendus de ce plan stratégique sont énoncés ci-dessous. Ils seront présentés plus en détail, avec les indicateurs clés de rendement, dans les plans d'affaires annuels de la SDCN.

D'ici 2025 :

- il y aura une augmentation des **productions locales**, dans lesquelles des producteurs inuits raconteront des récits inuits, en faisant appel à de la main-d'œuvre inuite, au profit des collectivités inuites;
- le Nunavut sera reconnu à l'échelle nationale et internationale comme un **leader dans la mise en valeur de l'art de conter autochtone** à l'écran;
- les *médias de l'écran* nunavois seront disponibles sur une base régulière dans tout le territoire, grâce au développement d'**une plateforme de diffusion permanente en inuktut**;
- de nouveaux **partenariats et collaborations entre les Inuits circumpolaires** mèneront à des *coproductions* novatrices, au partage de la main d'œuvre, au réseautage et au perfectionnement professionnel continu;
- les formations offertes dans les collectivités nunavoises **accroîtront la main-d'œuvre qualifiée**, de même que la sensibilisation et le désir de travailler au sein de *l'industrie des médias de l'écran*;
- il y aura un **accroissement des possibilités pour les fournisseurs de services**, comme les pourvoyeurs, les artisans, les hébergeurs, etc.;
- la Nunavut Film Commission **révisera le code de conduite pour les productions étrangères** et renforcera son application afin de favoriser une collaboration positive, mutuellement bénéfique et pratique avec les collectivités inuites.

LISTE D'ACRONYMES

CRTC	<i>Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes</i>
FIT	<i>Film Industry Training</i>
SDCN	Société de développement cinématographique du Nunavut
VADA	<i>Vidéo à la demande par abonnement</i>

GLOSSAIRE

Le présent document utilise les termes ci-dessous.

Bureau de l'écran autochtone : Le Bureau de l'écran autochtone sert et défend l'industrie de la télévision et du cinéma autochtone, ses producteurs, ses créateurs et ses scénaristes. Sa mission est soutenir la souveraineté narrative autochtone à l'écran, de sorte que le contenu produit soit possédé et contrôlé par des créateurs autochtones. Il soutient et fait avancer les scénaristes autochtones et leurs récits sur écran, afin d'accroître la représentation des autochtones dans l'industrie de la télévision et du cinéma.

Code de conduite : Le code de conduite fournit un cadre relationnel pour les interactions entre les compagnies de production et les collectivités. Les compagnies de production sont invitées à signer le code de conduite pour signifier leur engagement à mettre en application les meilleures pratiques, y compris : rémunérer généreusement, démontrer du respect, écouter les conseils, valoriser la contribution de la collectivité, soutenir le perfectionnement professionnel et la formation au niveau local, contribuer à l'économie locale et éviter les gestes purement symboliques.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) : Le CRTC a la responsabilité de régler et surveiller la radiodiffusion et les télécommunications au Canada. Il œuvre indépendamment du gouvernement fédéral.

Coproductions : Les coproductions sont des projets où un producteur du Nunavut partage les droits d'auteur avec un producteur étranger ou canadien d'un autre territoire.

Équité sociale : L'équité sociale concerne la justice et l'équité des politiques sociales. Elle combat les barrières systémiques en proposant un traitement juste qui tient compte de la situation, du contexte et de l'histoire.

Film Industry Training (FIT) : Un programme de formation de trois ans offert au Nunavut par la SDCN, et financé par la Makigiaqta Inuit Training Corporation.

Fonds des médias du Canada : Le Fonds des médias du Canada a le mandat de soutenir la création de contenu numérique canadien convergent pour une multitude de plateformes, comme la télévision et les applications liées aux nouveaux médias, de même que les applications expérimentales ou les logiciels pour l'Internet, le sans-fil et d'autres plateformes numériques en émergence.

Fournisseurs de services : Les fournisseurs de services offrent des services commerciaux pour les productions. Cela comprend les traducteurs, les interprètes, les artisans et les concepteurs de décors et de costumes. Les pourvoyeurs proposent des services d'arrangement et de gestion pour les lieux de tournage, et peuvent fournir la plupart des services de soutien requis pour la production.

Industrie de la télévision et du cinéma : Voir «Médias de l'écran».

Internet par fibre optique : L'Internet par fibre optique est une connexion Internet qui envoie les données dans les câbles en fibres optiques qui servent à la communication Internet.

Inuktitut : L'inuktitut est la langue inuite parlée au Nunavut. Le gouvernement du Nunavut a choisi ce terme pour représenter tous les dialectes parlés au Nunavut, y compris l'inuktitut et l'inuinnaqtun.

Isuma TV : Inaugurée en 2008, Isuma TV (www.isuma.tv) est une plateforme multimédia collaborative pour les cinéastes et les organisations médiatiques autochtones. Sa programmation provient d'une coalition de producteurs indépendants et de partenaires sans but lucratif.

Médias de l'écran/Contenus médiatiques/Industrie de la télévision et du cinéma/Produits télévisuels et cinématographiques : Ce plan a adopté le terme «médias de l'écran» et contenus médiatiques pour désigner les films, la télévision, les jeux vidéos, les applications, la réalité virtuelle, la réalité augmentée, et toutes les formes de médias diffusés sur écran. Le terme «industrie de la télévision et du cinéma» est utilisé comme générique.

Mégadonnées : Les mégadonnées sont des données collectées à partir de diverses sources (par exemple, les médias sociaux, des dispositifs GPS et des caméras de surveillance publiques) qui sont traitées et utilisées par des entreprises dans leurs décisions d'affaires. Ces données servent à analyser et à prédire les comportements des consommateurs.

Organisations inuites : Les organisations inuites sont des organisations qui représentent les Inuits aux niveaux national, territorial, régional ou communautaire.

Production étrangère : Production dont les droits d'auteur ou le contrôle sont détenus par une compagnie de production située à l'extérieur du Nunavut. Ces productions étrangères viennent au Nunavut pour travailler sur des projets qui sont filmés en tout ou en partie sur le territoire. Toute compagnie de production dont l'adresse se trouve ailleurs qu'au Nunavut est considérée comme étrangère.

Protocoles et chemins cinématographiques : Un guide de production médiatique pour la collaboration avec les communautés, cultures, concepts et histoires des peuples des Premières nations, Métis, et Inuit. Il s'agit d'un guide de production médiatique qui présente un cadre adaptable pour le travail avec les communautés et les contenus autochtones au Canada. Il a été conçu comme un cadre positif pour guider les producteurs et les bailleurs de fonds, afin d'assurer que la propriété autochtone est protégée et que les stéréotypes péjoratifs ne sont pas véhiculés à l'écran.

Satellite en orbite basse (orbite terrestre basse) : Des milliers de petits satellites (constellations) sont envoyés en orbite basse pour travailler ensemble et fonctionner à l'unisson de manière efficace. Le but de ces grandes constellations est de fournir un service Internet dans le monde entier de manière continue.

TV Nunavut (ou Inuit TV) : TV Nunavut est un diffuseur pour Inuits qui présente spécifiquement du contenu en inuktitut produit au Nunavut ou ailleurs.

Vidéo à la demande par abonnement (VADA) : La vidéo à demande par abonnement est un service qui permet aux abonnés d'avoir un accès illimité à du contenu sur écran, moyennant des frais, comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Crave et Hulu.

NOTES DE BAS DE PAGE

- 1 Bureau de l'écran autochtone. <https://iso-bea.ca/>
- 2 CRTC. *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*, 2020. <http://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/fra/00012.html>
- 3 Gouvernement du Canada. *Principes régissant la relation du Gouvernement du Canada avec les peuples autochtones*, 2018. <https://www.justice.gc.ca/fra/sjc-csj/principes.pdf>
- 4 Commission de vérité et réconciliation. <http://www.trc.ca/index-splash-fr.html>
- 5 Gouvernement du Canada. *La Loi concernant les enfants, les jeunes et les familles des Premières Nations, des Inuits, des Métis*, 2020. https://www.sac-isc.gc.ca/DAM/DAM-ISC-SAC/DAM-SOCIAL/STAGING/texte-text/tech-info-pkg-Act-respecting-FN-Inuit-MetisChildren_1579795374325_fra.pdf
- 6 Stephenson, Scott R. "Confronting Borders in the Arctic," *Journal of Borderlands Studies* 33:2., 2018, p. 183-190. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08865655.2017.1302812>
Voir aussi : *Stratégie nationale inuite sur la recherche*, 2018. <https://www.itk.ca/wp-content/uploads/2018/03/Strat%C3%A9gie-nationale-inuite-sur-la-recherche.pdf>
- 7 Pikialasorsuaq Commission. *Executive Summary: Report of the Pikialasorsuaq Commission*, 2017. <http://pikialasorsuaq.org/en/Resources/Reports>
- 8 Nombre estimé d'abonnés à la VADA d'ici 2025, par type de service (2020). <https://www.statista.com/statistics/1052770/global-svod-subscriber-count-by-platform/>
- 9 Digital TV Research. *Middle East and North Africa OTT TV and Video Forecasts*, 2020. <https://www.digitaltvresearch.com/products/product?id=272>
- 10 Association canadienne des producteurs médiatiques. *Profil 2018 : rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, 2018. <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profil-2018.pdf>
- 11 Gouvernement du Nunavut. *Fiscal and Economic Indicators Report 2020-2021*. https://gov.nu.ca/sites/default/files/2020-21_fei_en.pdf
- 12 Gouvernement du Nunavut. *Fiscal and Economic Indicators Report 2020-2021*, https://gov.nu.ca/sites/default/files/2020-21_fei_en.pdf, et Gouvernement du Nunavut. *Fiscal and Economic Indicators Report 2019-2020*. https://www.gov.nu.ca/sites/default/files/2019-20_fei-eng.pdf.
- 13 CRTC. *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*, [https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/BTLR_FRA_V3.pdf/\\$file/BTLR_FRA_V3.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/BTLR_FRA_V3.pdf/$file/BTLR_FRA_V3.pdf), et Datareportal, *Digital 2020: Canada*, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-canada>.
- 14 Global Digital Overview. *We Are Social, Canada*, 2020, <https://wearesocial.com/ca/digital-2020-canada/>, et Fonds des médias Canada, *Plus proche, plus vaste, plus rapide : Rapport annuel sur les tendances dans l'industrie audiovisuelle*, 2020, <https://trends.cmf-fmc.ca/wp-content/>

uploads/Rapport-sur-les-tendances-2020-du-Fonds-des-m%C3%A9dias-du-Canada.pdf.
audiovisual-industry-2020/

- 15 Infrastructure Canada. *Katinnganiq : Collectivité, connectivité et accès numérique pour la promotion de la vie au Nunavut*. <https://www.infrastructure.gc.ca/cities-villes/exec-summaries-resumes/exec-nunavut-fra.php?pedisable=true>
- 16 Julian Newby. *How the SVOD age is liberating creative diversity*, *MipBlog* (blogue), octobre 2018. <https://mipblog.com/2018/10/how-the-svod-age-is-liberating-creative-diversity-mipcom-news-feature/>
- 17 CBC News North. *For the 1st time, all Nunavut communities have cell service*. <https://www.cbc.ca/news/canada/north/bell-ssi-nunavut-cell-service-1.4961158>
- 18 NorthwesTel. *High-speed Internet and LTE wireless now available in all 25 Nunavut communities*, septembre 2018. <https://www.nwtel.ca/about-us/corporate-media/news-releases/2019/high-speed-internet-and-lte-wireless-now-available-all>
- 19 Frizzell, Sara. *Iqaluit, Kimmirut to be connected with fibre internet by 2023: Federal government announced funding Monday in Iqaluit*, CBC News North, 19 août 2019. <https://www.cbc.ca/news/canada/north/nunavut-fibre-internet-funding-1.5250217>
- 20 Jackson, Emily. *Ottawa's bet on low earth orbit satellites a "positive step" for rural internet: industry*, *Financial Post*, 2 mars 2018. <https://business.financialpost.com/telecom/ottawas-bet-on-low-earth-orbit-satellites-a-positive-step-for-rural-internet-industry>
- 21 Simon, F.M. et R. Schroeder, "Big Data Goes to Hollywood: The Emergence of Big Data as a Tool in the American Film Industry", *Second International Handbook of Internet Research*, Springer, Dordrecht, 2019.
- 22 CRTC. *Existe-t-il une norme de vitesse de connexion minimale au Canada?* <https://crtc.gc.ca/eng/internet/performance.htm>
- 23 Fonds des médias du Canada. *Supporting & Developing the Indigenous Screen based Media in Canada: A Strategy*, 2016. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/883_IndigenousScreenOffice_AppendixB.pdf/\\$file/883_IndigenousScreenOffice_AppendixB.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/883_IndigenousScreenOffice_AppendixB.pdf/$file/883_IndigenousScreenOffice_AppendixB.pdf)



nunavut film development corporation

ᓄᓇᓂᓴᓂ ᑕᓄᓐᓇᓴᓴᓂᓴᓂᓴᓂ ᓂᓴᓴᓂ

P.O. Box 2398, Unit 107, 8 Astro Hill, Iqaluit, Nunavut XoA oHO

Tel. (867) 979-3012 | info@nunavutfilm.ca

www.nunavutfilm.ca

f : www.facebook.com/nunavutfilm

t : [@nunavutfilm](https://twitter.com/nunavutfilm)