

# ***ONTARIO CRÉATIF : Étude de base sur la parité femmes-hommes***

**Rapport final**  
Octobre 2018

Préparé par :  
Judy Wolfe, Consulting Matrix  
Diane Davy, Castledale  
Tyler Prozeniuk, Consulting Matrix

## Table des matières

<b>Table des matières.....</b>	<b>2</b>
<b>Préface.....</b>	<b>3</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Section 1 : Référentiel des rôles clés.....</b>	<b>7</b>
<b>Section 2 : Résumé des données de base.....</b>	<b>11</b>
<b>Section 3 : Recommandations.....</b>	<b>20</b>
<b>Annexe 1 : Analyse des rôles clés .....</b>	<b>25</b>

# Préface

## *Note aux lecteurs*

**Contexte** : En mars 2018, Ontario Créatif a confié à Consulting Matrix le soin d'élaborer un rapport de base sur les rôles clés et la parité femmes-hommes. Le rapport final a été remis en octobre 2018. Nous publions les parties clés de cette étude qui, à notre avis, seront utiles aux secteurs de la création avec lesquelles nous travaillons.

**Méthode et confidentialité** : Les consultants ont reçu des données tirées de la base de données d'Ontario Créatif concernant les demandes de financement et les projets financés au titre de l'ensemble des programmes de subventions et de crédits d'impôt pour les années 2015-2016, 2016-2017 et 2017-2018. Les données relatives aux crédits d'impôt ont été partiellement anonymisées et transmises aux consultants à des fins d'analyse.

Comme Ontario Créatif n'a jamais recueilli de données sur le sexe auprès des demandeurs de financement, le sexe des personnes répertoriées dans la base de données d'Ontario Créatif a été principalement déterminé par déduction sur la base du prénom (dans les cas où le prénom était reconnu comme se rapportant plus ou moins exclusivement soit à une femme, soit à un homme). Lorsque le prénom était inconnu ou mixte (c'est-à-dire pouvant désigner tant une femme qu'un homme), le nom au complet a été saisi dans un moteur de recherche. Si le sexe de la personne pouvait être déterminé de manière fiable par cette méthode, il était codé en conséquence. Dans le cas contraire, il était codé comme indéterminé. Ontario Créatif et les consultants sont conscients du fait que cette méthode ne tient pas correctement compte des personnes au genre fluide et qu'elle n'est pas fiable à 100 %. Ils ont toutefois estimé qu'elle demeurerait suffisamment précise pour permettre une analyse de base de l'équité entre les sexes.

**Prochaines étapes** : Ayant examiné les recommandations figurant dans le rapport de Consulting Matrix, Ontario Créatif envisage de commencer à recueillir, à compter de 2019-2020, un éventail plus large de données démographiques à titre facultatif.

**Références à la SODIMO** : L'organisme a adopté la dénomination « Ontario Créatif » après la finalisation du rapport. Les références à la SODIMO ont été conservées tout au long du texte.

**Avertissement** : Le présent rapport a été conçu par Consulting Matrix. Les opinions, observations, conclusions et recommandations formulées dans ce document sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues d'Ontario Créatif/de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario ou du gouvernement de l'Ontario. Le gouvernement de l'Ontario et ses organismes ne sont en aucun cas liés par les recommandations formulées dans le document.

- Ontario Créatif, juillet 2019

# Introduction

## ***Remerciements***

Consulting Matrix souhaite remercier le personnel de la SODIMO pour le soutien exceptionnel dont il a fait preuve. Erin Smith nous a fourni les données dont nous avons besoin et a organisé toutes les réunions avec les parties prenantes externes et internes. Les membres du comité directeur ont participé à de nombreuses réunions avec nos équipes pour faire part de leurs points de vue et donner des orientations. La haute direction s'est également beaucoup investie tout au long du projet. Enfin, nous tenons à remercier tous les membres des comités consultatifs sectoriels qui ont pris part à des groupes de discussion ou à des entrevues. Consulting Matrix assume l'entière responsabilité de toute erreur qui aurait pu se glisser dans le présent document.

## ***Objectif***

L'objectif du projet, tel qu'il est décrit dans la demande de propositions, est le suivant :

Comprendre quels sont les rôles opérationnels et créatifs clés dans chacun des secteurs appuyés par la SODIMO.

Établir des données de base sur la parité femmes-hommes en analysant la répartition sexospécifique de ces rôles dans les sociétés soutenues par la SODIMO sur une période de trois ans.

Formuler des recommandations à l'intention de la SODIMO en ce qui concerne la collecte et l'analyse futures des données démographiques (y compris des données relatives à des éléments de la diversité autres que le sexe).

## ***Plan général***

Dans la section 1, nous établissons un référentiel qui servira à décrire les principaux rôles décisionnels dans chacun des secteurs appuyés par la SODIMO.

Dans la section 2, nous analysons les données sur le personnel recueillies par la SODIMO au moyen de son Portail de demande en ligne. Notre analyse de base permettra à la SODIMO d'affiner la conception de ses programmes et de ses actions de rayonnement.

Dans la section 3, nous formulons des recommandations sur la manière dont la SODIMO peut intégrer la collecte de données démographiques dans ses formulaires de demande.

Dans l'annexe 1, nous appliquons le référentiel établi à la section 1 à chacun des secteurs de la création afin de déterminer les principaux rôles décisionnels.

## ***Démarche***

### **Référentiel des rôles clés**

Groupes de discussion avec des membres des comités consultatifs des différentes industries et entrevues avec des informateurs clés

Recherche supplémentaire sur les cycles de produit, la définition des tâches, ainsi que les rôles au niveau des organismes et des projets

Examen des études existantes sur les rôles clés dans les secteurs de la création

Élaboration de la matrice des rôles clés, de manière à faire correspondre les fonctions identifiées et les différentes phases de produit

Cartographie des rôles clés de chaque secteur dans la matrice

Regroupement des intitulés de poste selon le type de rôle et le rang hiérarchique

### **Données de base**

Préparation des données relatives aux programmes de la SODIMO pour analyse : codage sexospécifique des membres du personnel cités sur les formulaires de demande, codage des rôles en fonction du rang hiérarchique et des types de rôles, nettoyage et organisation des données

Analyse des données et présentation des résultats

### **Recommandations**

- Examiner les méthodes de collecte de données
- Consulter un ou une spécialiste de la protection de la vie privée
- Élaborer des recommandations

# Section 1 : Référentiel des rôles clés

## *Introduction*

Le but de ce référentiel est de déterminer à quel moment et par qui les principales décisions sont prises dans les secteurs de la création appuyés par la SODIMO (musique, cinéma, télévision, édition de livres, édition de revues et produits multimédias interactifs numériques) :

Quelles sont les fonctions les plus importantes? Qui remplit ces fonctions?

Quels éléments du cycle de produit sont les plus significatifs pour la prise de décision?

Pour établir un référentiel permettant de comprendre la structure et le processus de prise de décisions importantes dans les entreprises de médias et les organismes sans but lucratif, nous avons voulu définir un ensemble cohérent de phases de produit et de fonctions dont l'application serait la plus universelle possible. Dans cette section, nous présentons le référentiel que nous avons élaboré à partir de notre analyse des différents secteurs de la création, ainsi que la matrice visant à décrire le processus décisionnel tout au long du cycle de produit dans différents types d'entreprise de médias. On trouvera à l'annexe 1 une analyse détaillée des rôles clés dans chaque secteur.

## *Phases*

Le cycle des produits médiatiques peut être perçu comme une succession typique de sept étapes : amorçage, élaboration, préproduction, production, postproduction, marketing, vente et distribution. Ce modèle caractéristique de l'industrie cinématographique peut s'appliquer, avec une certaine souplesse, aux autres secteurs. Nous avons voulu associer les principaux rôles de chaque secteur à ces phases de production. Ce référentiel devrait permettre de déterminer à quel moment et par qui les décisions sont prises et les tâches sont exécutées, en vue de la commercialisation des produits culturels.

## *Fonctions*

Les fonctions que l'on retrouve dans les organismes sans but lucratif et les entreprises du secteur culturel se divisent en deux grandes catégories : les fonctions opérationnelles et les fonctions de création de produits. Les fonctions opérationnelles couvrent, de manière générale, la stratégie à suivre, les projets à entreprendre et les ressources (humaines, financières ou techniques) à attribuer. Les fonctions de création de produits, elles, englobent toutes les fonctions intervenant dans la création d'un produit culturel, comme les fonctions créatives (écriture, conception, etc.) et les fonctions de gestion de projet et de production.

Les fonctions typiques des organismes sans but lucratif et des entreprises œuvrant dans les secteurs de la culture sont les suivantes :

### **Opérations**

- Financement, investissement et acquisition
- Recrutement et sous-traitance
- Marketing
- Vente et distribution

### **Création de produits**

- Production
- Écriture
- Conception

En fonction du type d'entreprise, certaines de ces fonctions peuvent ne pas entrer en jeu. Les fonctions peuvent également être réparties entre plusieurs sociétés intervenant à différentes phases du cycle de produit.

## **Financement, investissement et acquisition**

Déterminer les projets à mener est une décision clé : L'organisme dispose-t-il des ressources financières nécessaires pour mener à bien le projet? Le projet est-il susceptible de produire des recettes et permettra-t-il de rentabiliser les investissements? Faut-il acquérir les droits de publication d'un bien culturel? Ces décisions interviennent au début du cycle de vie d'un produit et sont prises la plupart du temps par les plus hauts dirigeants.

## **Recrutement et sous-traitance**

Cette fonction est également connue sous le nom de « ressources humaines ». Qui décide d'embaucher les effectifs clés, d'établir des partenariats ou de faire appel à du personnel de sous-traitance? La fonction est exercée à toutes les étapes du projet ou du cycle de produit, bien que de nombreuses personnes clés interviennent dès le début du projet.

## **Marketing**

Les fonctions marketing participent au choix des projets à mener, mais elles interviennent essentiellement après la phase de production. L'objectif est de faire en sorte que le public entende parler du produit et des créateurs, et de permettre l'acquisition du produit.

## **Vente et octroi de licence**

Les fonctions de vente et d'octroi de licence garantissent la continuité du flux de recettes tirées du produit. Elles entrent en jeu après la production du produit.



## **Production**

Les fonctions de production se chargent de la gestion des ressources humaines, financières et techniques au niveau du projet. Certains rôles relevant de cette catégorie se concentrent sur un aspect spécifique de la production : un ou une chef de projet participe généralement moins à la gestion des ressources financières qu'un ou une chef de production. Les fonctions de production peuvent intervenir dès le début du cycle de produit lors de la phase d'élaboration et revêtent une importance capitale pendant la phase de production.

## **Écriture**

L'écriture est une fonction créative essentielle pour la plupart des produits culturels. Dans l'industrie du cinéma et de la télévision, elle est le fait des scénaristes. Dans l'édition de livres, elle relève des auteurs. Dans l'industrie de l'édition de revues, elle est réalisée par des rédacteurs et, souvent, par des rédacteurs en chef. Dans le secteur de la musique, elle est du ressort des auteurs-compositeurs. Dans le secteur des produits multimédias interactifs numériques, divers titres sont utilisés pour désigner les personnes chargées de la fonction écriture.

## **Conception**

Les fonctions de conception incluent toutes les fonctions participant à l'orientation créative d'un produit et impliquent des décisions sur son apparence, sa présentation et, dans certains cas, ses fonctions. La conception peut jouer un rôle plus ou moins grand dans le processus de création en fonction du secteur et du type de produit. Ainsi, dans l'édition de livres, elle peut se limiter à la conception de la couverture et à la composition typographique d'un roman, ou bien impliquer un travail plus important dans le cadre de la production d'un manuel ou d'un livre d'art. Dans l'industrie des produits multimédias interactifs numériques, les fonctions de conception englobent des fonctions techniques, telles que la programmation, et consistent à mettre en œuvre sur le plan technique les décisions créatives prises par les concepteurs.

## Matrice des rôles clés

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Élaboration	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
Financement, investissement et acquisition							
Recrutement et sous-traitance							
Écriture							
Conception							
Production							
Marketing							
Vente							

## Section 2 : Résumé des données de base

Dans cette section, nous décrivons la démarche que nous avons suivie pour nettoyer et extrapoler les données pertinentes à partir des données transmises par la SODIMO, et nous présentons les principales conclusions de notre analyse de données.

### Données disponibles

Les données de cette étude proviennent essentiellement d'une base de données contenant des renseignements tirés des formulaires de demande déposés au titre des programmes de financement et de crédits d'impôt administrés par la SODIMO. Ces formulaires ont été remplis de manière électronique via le Portail de demande en ligne. La SODIMO a transmis les données des formulaires relatifs aux programmes de financement suivants :

Nom du programme	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Musique			
Promotion des concerts	Oui	Oui	Oui
Développement des entreprises du secteur de la musique	Oui	Oui	Oui
Développement de l'industrie de la musique	Oui	Oui	Oui
Développement des talents	Oui	Oui	Oui
Production cinématographique et télévisuelle			
Volet Production du Fonds pour la production cinématographique	Oui	Oui	Oui
Volet Développement du Fonds pour la production cinématographique	Oui	Oui	Oui
Fonds pour l'exportation des productions cinématographiques et télévisuelles	Oui	Oui	Oui
Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne	—	—	Oui
Produits multimédias interactifs numériques			
Volet Définition du concept	—	Oui	Oui
Volet Production	—	Oui	Oui
Programme de développement des marchés internationaux	—	Oui	Oui
Fonds pour l'exportation	Oui	—	—
Édition de livres			
Fonds du livre	Oui	Oui	Oui
Fonds pour l'exportation	Oui	Oui	Oui

Crédit d'impôt de l'Ontario pour les maisons d'édition	—	—	Oui
Édition de revues			
Fonds d'aide aux éditeurs de revues	Oui	Oui	Oui

Les données relatives au volet Développement de l'industrie de la musique du Fonds ontarien de promotion de la musique ont été exclues de l'analyse, car elles sont considérées comme sortant du cadre du projet.

Les données relatives au Fonds pour l'exportation du livre ont été exclues de l'analyse, car la base de données ne comportait aucun renseignement sur les rôles des personnes citées dans les formulaires.

En raison de leur caractère limité, les données relatives au Fonds pour l'exportation des produits multimédias interactifs numériques pour l'exercice 2015-2016 ont été combinées à celles relatives au Programme de développement des marchés internationaux du Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques concernant les deux exercices suivants, car les programmes et les données recueillies ont été jugés suffisamment analogues.

L'analyse comprend des données provenant à la fois de demandes acceptées et refusées. Les données tirées des demandes acceptées ont également été analysées de manière séparée, afin d'établir des comparaisons entre l'ensemble des demandes reçues et les projets financés.

## Variabilité des données

Les champs de données variaient considérablement d'un programme à l'autre. Ainsi, les formulaires de seulement quelques programmes contenaient des questions sur le régime de propriété des entreprises. De même, certains formulaires contenaient des questions sur le personnel de direction, tandis que d'autres sur les équipes de projet. En conséquence, nous ne disposons pas de renseignements uniformes pour l'ensemble des secteurs. Le tableau ci-dessous indique, pour chaque secteur, le type de données figurant dans la base de données.

Programme	Personnel opérationnel clé	Personnel clé du projet	Régime de propriété de l'entreprise
Musique	Oui	—	Oui
Cinéma	Oui	Oui	—
Télévision	Oui	—	—
Produits MIN	Oui	Oui	—
Édition de livres	Oui	—	Oui
Édition de revues	Oui	—	—

Le niveau de détail concernant les membres du personnel opérationnel clé variait également selon les programmes. Pour certains programmes, seuls étaient demandés le nom et le poste de la personne qui avait rempli la demande, tandis que, pour d'autres, une liste plus complète des membres du personnel de direction était demandée. Dans d'autres encore, le demandeur était invité à indiquer les noms et titres

des principaux actionnaires, des administrateurs et des dirigeants. Il semble que, dans la plupart de ces cas, seules ont été mentionnées les personnes occupant des postes de direction qui détiennent des actions de la société, à l'exclusion des employés qui peuvent occuper des rôles opérationnels clés sans pour autant être propriétaires ou copropriétaires de la société. L'analyse est donc limitée par les renseignements demandés dans le formulaire de demande, ainsi que par l'interprétation faite par le demandeur. Dans certains cas, le demandeur avait la possibilité de donner des renseignements dans un document séparé au lieu de les saisir directement sur le formulaire. Ces données n'étaient pas saisies dans la base de données et n'étaient donc pas accessibles dans le cadre de cette analyse.

## Détermination du sexe

Nous avons appliqué deux méthodes pour déterminer le sexe des personnes mentionnées dans la base de données du Portail de demande en ligne. La première consistait à déduire le sexe en fonction du prénom. Si le prénom était reconnu comme attribuable exclusivement à un homme ou à une femme, nous avons consigné le sexe correspondant. En revanche, si le prénom était inconnu ou s'il était mixte (c'est-à-dire qu'il pouvait être porté à la fois par un homme ou par une femme), nous avons saisi le nom au complet dans un moteur de recherche, soit seul, soit avec d'autres renseignements de la personne disponibles dans la base de données. Si les résultats obtenus nous permettaient de déterminer de manière fiable le sexe de la personne, nous le consignons dans notre base de données. Autrement, nous codions le sexe comme indéterminé.

## Regroupement

Nous avons regroupé les titres de poste en fonction du rang hiérarchique et du type de rôle afin d'établir des comparaisons utiles entre les entreprises et les différents secteurs. Les membres du personnel opérationnel ont été classés dans deux catégories : le niveau primaire (groupe 1) et le niveau secondaire (groupe 2). À titre d'exemple, dans le secteur de l'édition de livres, une personne portant le titre de président ou d'éditeur a été classée dans le groupe 1, tandis que le vice-président aux ventes ou le directeur général des finances a été classé dans le groupe 2. Les titres de poste ne correspondant pas à un rôle opérationnel en tant qu'employé d'une société, tels qu'un actionnaire, un consultant ou un adjoint administratif, ont été exclus.

La base de données des demandes contenait des données sur les membres du personnel clé des projets pour seulement deux secteurs : la production cinématographique et les produits multimédias interactifs numériques. Le personnel de projet désigne le personnel qui contribue directement à la création d'un produit, que ce soit sur le plan créatif ou technique ou sur le plan de la gestion du projet. Dans les demandes au titre du Fonds pour la production cinématographique, les principaux rôles des projets sont uniformisés (réalisateur/réalisatrice, scénariste, producteur/productrice, chef de production et coproducteur/coproductrice) et doivent être sélectionnés au moyen d'un menu déroulant, ce qui facilite et améliore l'analyse. En revanche, sur les formulaires de demande au titre du Fonds pour les produits MIN, la case de réponse est ouverte, si bien que la base de données contient une grande variété de rôles de projet. C'est pourquoi nous avons procédé à des regroupements pour produire une analyse significative des données de ce secteur. Nous avons divisé le personnel du projet en trois groupes : créatif, technique et gestion de projet. Chaque groupe a été subdivisé selon les deux mêmes catégories fondées sur le rang hiérarchique que pour le personnel opérationnel.

On trouvera à l'annexe 1 la liste des rôles inclus dans chaque groupe.

## Répertoires d'artistes

En complément de l'analyse des données sur les programmes, la SODIMO a demandé une analyse des répertoires d'artistes des sociétés du secteur de la musique ayant reçu un financement au titre du Fonds ontarien de promotion de la musique (FOPM) en 2017-2018. Nous avons recueilli ces données en examinant les sites Web des sociétés figurant sur la liste des bénéficiaires du FOPM pour cet exercice-là. Nous avons ainsi pu établir une liste d'artistes pour la plupart (mais pas la totalité) des entreprises financées.

Le sexe des artistes a été déterminé en fonction des pronoms utilisés dans les biographies ou les dossiers de presse, ou à partir des photos de presse. Les groupes d'artistes, traités séparément des artistes solos, étaient codés comme suit : entièrement composés d'hommes, entièrement composés de femmes, composés majoritairement d'hommes, composés majoritairement de femmes ou paritaires. Ces données ont ensuite été liées aux données sur le personnel de la société concernée.

## Conclusions principales

On trouvera dans la présente section une comparaison de la représentation des hommes et des femmes dans les principaux rôles opérationnels pour les six différents secteurs de la création. Par souci de simplicité et de lisibilité, la représentation des femmes est utilisée pour calculer le ratio femmes-hommes, les hommes représentant la proportion inverse (à l'exception d'une très petite proportion de personnes de sexe indéterminé).

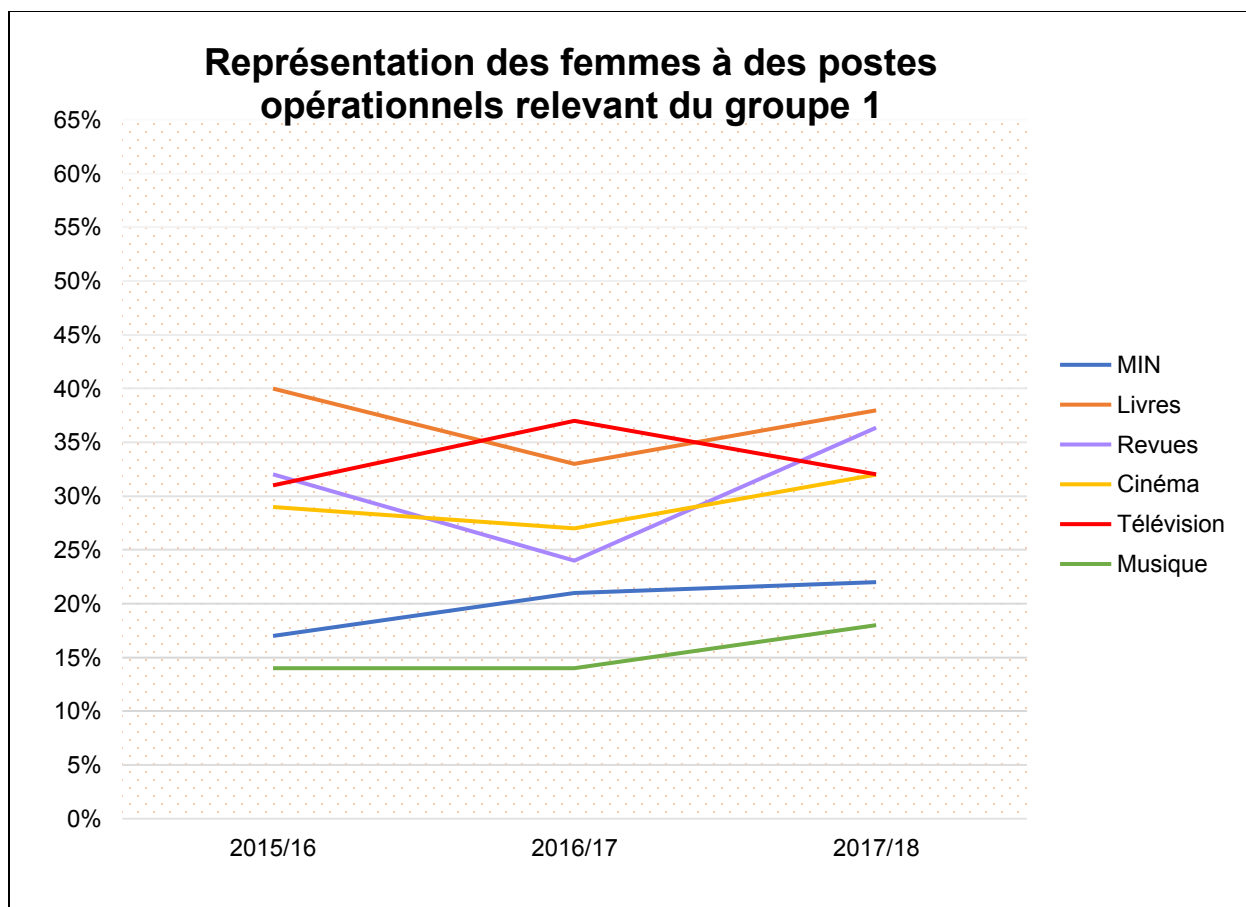
En 2017-2018, la représentation des femmes à des postes opérationnels relevant du premier niveau (groupe 1) dans les sociétés appuyées par la SODIMO variait entre 16 % et 33 % selon le secteur. C'est dans le secteur de la musique qu'elle est la plus basse.

Remarque : les lecteurs doivent tenir compte du fait que les pourcentages représentent parfois un petit nombre de personnes.

<b>Représentation des femmes à des postes opérationnels relevant du groupe 1 dans les entreprises soutenues par la SODIMO, par secteur (2017-2018)</b>	
<b>Secteur</b>	<b>Proportion</b>
Édition de livres	32 %
Édition de revues	33 %
Cinéma	33 %
Télévision	31 %
Produits MIN	33 %
Musique	16 %

Le graphique ci-dessous montre, pour chaque secteur, la proportion de postes occupés par des femmes parmi le personnel opérationnel de premier niveau au cours des trois exercices étudiés.



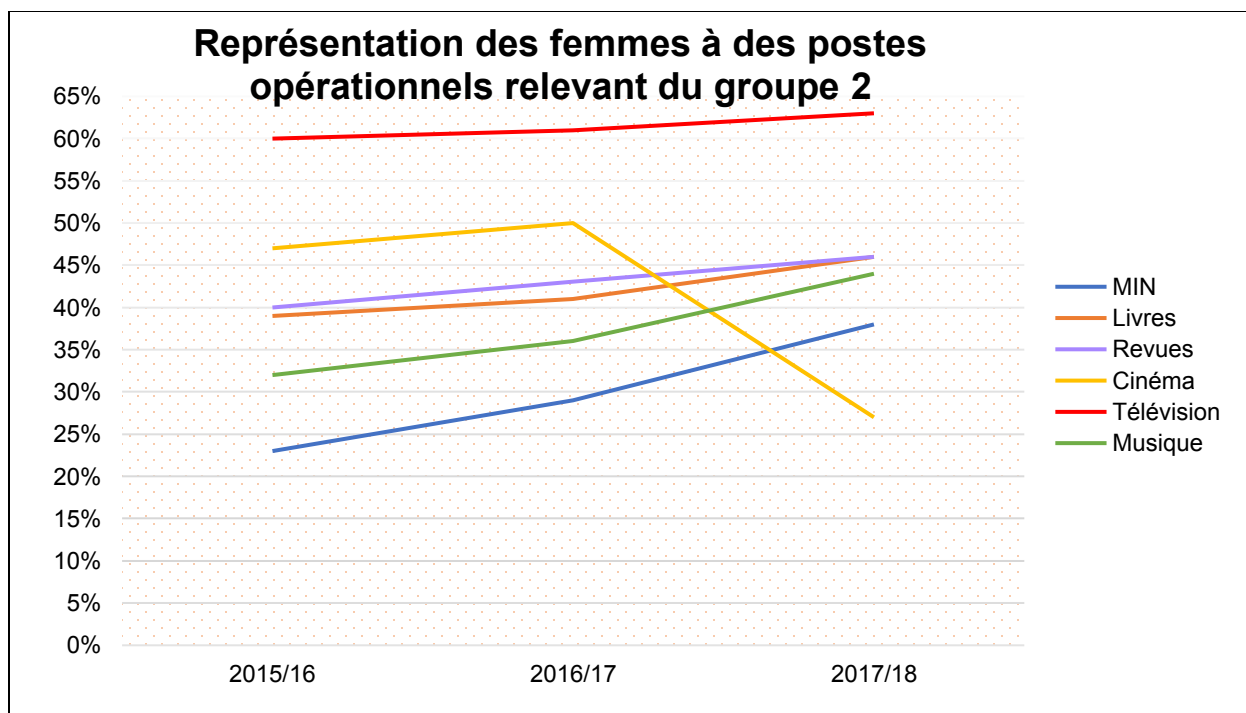


La représentation des femmes a augmenté dans tous les secteurs, à l'exception de l'édition de livres, où elle a diminué de 2 points de pourcentage.

Les plus fortes hausses ont été enregistrées dans les secteurs de la production cinématographique et des produits MIN, qui ont chacun affiché une augmentation de 5 %.

Au cours des trois exercices, le secteur de la musique a compté la plus faible représentation féminine. Dans ce secteur, les femmes représentaient, en 2017-2018, 18 % des postes du groupe 1. Lors du même exercice, c'est l'édition de livres qui affichait la proportion de femmes la plus élevée (38 %).

Le graphique ci-dessous montre, pour chaque secteur, la proportion de postes occupés par des femmes parmi le personnel opérationnel de deuxième niveau.



À l'exception de la production cinématographique, la représentation des femmes, tous secteurs confondus, a augmenté au cours des trois années étudiées.

La hausse la plus notable a été constatée dans le secteur des produits MIN (+15 points de pourcentage). Toutefois, dans ce secteur, le taux de représentation des femmes demeurerait, en 2017-2018, relativement faible parmi le personnel du groupe 2 (38 %) par rapport aux autres secteurs.

Dans le secteur de la production cinématographique, le nombre de femmes occupant des rôles du groupe 2 a fortement diminué entre 2016-2017 et 2017-2018, passant de 15 à 4. La proportion de femmes a ainsi diminué de 25 points de pourcentage entre ces deux exercices.

Au cours des trois années étudiées, le secteur de la production télévisuelle a compté la plus forte représentation féminine. Dans ce secteur, les femmes représentaient, en 2017-2018, 61 % des postes du groupe 2.

Parmi les bénéficiaires 2017-2018 du Fonds ontarien de promotion de la musique, les maisons de disques où une femme occupait le poste opérationnel le plus élevé et les sociétés appartenant majoritairement à des femmes avaient un répertoire comprenant un plus grand nombre d'artistes femmes :

- Les sociétés où le poste opérationnel le plus élevé était détenu par une femme comptaient en moyenne plus d'artistes femmes, avec un ratio moyen de 31:69 (c'est-à-dire que les hommes représentaient quand même la majorité des artistes). Dans les sociétés détenues majoritairement par des femmes, le répertoire d'artistes affichait un ratio femmes-hommes moyen d'environ 35:65.

- Dans le cas des sociétés où le poste opérationnel le plus élevé était occupé par un homme, le répertoire d'artistes se caractérisait par un ratio femmes-hommes moyen d'environ 21:78, soit une majorité d'hommes. Dans les sociétés détenues majoritairement par des hommes, le répertoire d'artistes présentait un ratio femmes-hommes moyen d'environ 20:80.

## Section 3 : Recommandations

Grâce à notre examen des méthodes de collecte de données de la SODIMO et au corpus que nous avons ainsi constitué, nous avons acquis une solide connaissance de l'actuel système de collecte de données. C'est sur cette base que nous avons formulé les recommandations suivantes pour l'avenir. Nos recommandations visant les modalités de la collecte de données démographiques s'appuient également sur les conseils formulés par Lyndsay Wasser, associée du cabinet McMillan LLP et spécialiste du droit relatif au respect de la vie privée.

Les méthodes utilisées pour analyser les données existantes impliquaient un degré important d'interprétation, de codage manuel et de suppositions éclairées. Nous avons traité les données existantes en procédant à des regroupements et à des classements qui n'étaient pas effectués jusqu'à présent. Nous avons examiné chaque ligne de données, généralement à plusieurs reprises, et avons formulé des jugements sur la base de renseignements limités. L'amélioration des méthodes de collecte permettra d'éliminer la plupart, voire la totalité de ces tâches et de produire des données beaucoup plus fiables, significatives et utiles.

Les recommandations qui suivent concernent la collecte de données démographiques *statistiques*, à l'exclusion des renseignements démographiques recueillis pour déterminer l'admissibilité aux programmes visés.

### **Principes**

Nous recommandons que la future collecte de données démographiques se déroule dans le respect des principes suivants : exploitabilité, simplicité, cohérence, transparence, consentement, exactitude et sécurité.

#### **1. Exploitabilité**

- Les données statistiques recueillies sont fiables, pertinentes et faciles à comprendre et à analyser.
- Il est possible de générer des rapports automatiquement sans qu'il soit nécessaire d'intervenir ou bien de modifier ou d'interpréter des unités de données individuelles.

#### **2. Simplicité**

- Les questions et les énoncés figurant sur les formulaires de demande sont exempts de toute ambiguïté.
- Seules sont recueillies les données qui s'avèrent pertinentes à des fins statistiques ou en vue de l'évaluation de la demande.
- La ressaisie des données des clients est réduite le plus possible.

### **3. Cohérence**

- Dans toute la mesure du possible, les questions sont normalisées et posées de manière uniforme pour tous les programmes et secteurs.
- Dans toute la mesure du possible, la collecte de données cadre avec celle opérée par des organisations proposant des programmes analogues à une clientèle semblable.

### **4. Transparence**

- Les objectifs de la collecte des données sont clairement communiqués à l'auteur de la demande.
- L'autorité en vertu de laquelle les données sont recueillies est clairement communiquée à l'auteur de la demande.
- Les droits dont jouit l'auteur de la demande à l'égard des données transmises lui sont clairement communiqués. Ainsi est-il notamment précisé s'il est obligatoire ou non de fournir les données et, éventuellement, le fait que la personne a le droit de demander d'accéder aux renseignements personnels figurant au dossier.

### **5. Consentement**

- Toutes les personnes dont les renseignements personnels sont recueillis donnent leur consentement.

### **6. Exactitude**

- L'auteur de la demande vérifie l'exactitude de tous les renseignements qu'il transmet, y compris le consentement de toutes les personnes dont les renseignements personnels sont fournis.

### **7. Sécurité**

- Toutes les données sont transmises et conservées en toute sécurité.
- Toutes les données sont transmises à l'aide d'un protocole de transfert sécurisé et conservées au moyen d'une méthode de chiffrement appropriée.
- Les renseignements personnels, tels que les données démographiques, ne sont pas mis à la disposition des examinateurs de la demande.
- Les données recueillies à des fins statistiques sont séparées des données recueillies à des fins d'évaluation et ne peuvent pas être reliées à des personnes par leur nom ni par d'autres facteurs d'identification.

## **Recommandations**

### **1. Élaborer une politique sur la collecte et l'utilisation de données démographiques**

Pour veiller au respect de la *Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée*, la SODIMO doit mettre au point une politique dans laquelle elle énoncera les objectifs de la collecte des données démographiques. Cette politique servira également à expliquer aux auteurs d'une demande pourquoi des renseignements personnels sont recueillis, comment ils seront conservés et sécurisés, et à quels usages la SODIMO les destine (conception des programmes, instructions aux évaluateurs, analyse des résultats obtenus, etc.).

### **2. Recueillir des données démographiques facultatives sur les membres de la haute direction, le régime de propriété, les chefs de projet et les effectifs totaux**

Avant d'entamer la collecte de données démographiques, la SODIMO doit déterminer quelles données sont pertinentes pour ses objectifs et pratiques à recueillir. Les méthodes que nous recommandons ne limiteront pas le type de données démographiques pouvant être recueillies. Toutefois, nous recommandons de ne collecter que les données pertinentes pour les objectifs de la SODIMO. Les auteurs d'une demande peuvent, en effet, ignorer les demandes d'information lorsqu'elles semblent excessives ou qu'elles impliquent un travail fastidieux pour rassembler l'information et obtenir le consentement des différentes personnes.

Nous recommandons que la SODIMO recueille des données démographiques, y compris au minimum sur le sexe, *uniquement* sur chaque personne occupant des postes de haute direction ou de direction de projet. Nous recommandons qu'elle recueille également des données démographiques sur les autres employés de l'entreprise ou sur le personnel des projets, en proportion du nombre total d'équivalents temps plein (ETP); elle pourrait, par exemple, demander le ratio femmes-hommes global parmi les employés ou parmi le personnel affecté au projet. Nous recommandons également de recueillir, s'il y a lieu, des données démographiques sur la composition, en pourcentage, des conseils d'administration. Si les auteurs d'une demande sont suffisamment nombreux à transmettre ces renseignements, il en résultera un solide ensemble de données exhaustives et exploitables qui permettront de mieux comprendre les groupes de personnes appuyés par les programmes de la SODIMO.

### **3. Anonymiser les données démographiques qui seront utilisées à des fins statistiques**

La garantie d'anonymat favorisera la transmission volontaire et impartiale de données démographiques. Il est possible, à cette fin, de constituer deux bases de données : l'une contenant les renseignements qui serviront à l'évaluation des demandes individuelles et l'autre contenant des données globales qui seront utilisées à des fins statistiques.

## ***Données personnelles***

### **1. Uniformiser la collecte des données sur le personnel opérationnel clé entre les différents secteurs et programmes**

L'homogénéisation des données recueillies sur le personnel opérationnel clé dans les différents secteurs permettra d'établir des comparaisons statistiques fiables entre les secteurs et les programmes, ce qui contribuera à cibler les activités de développement professionnel ou d'autres initiatives. Il convient ainsi d'intégrer, dans les formulaires de demande de tous les programmes, une section standard comportant la même structure et les mêmes énoncés.

### **2. Remplacer les zones de texte par des menus déroulants**

Dans les cas où les auteurs d'une demande doivent indiquer l'intitulé du poste d'une personne, il est préférable d'utiliser des menus déroulants proposant une série de titres connus dans le secteur, plutôt que des zones de texte libre. Il en découlera un ensemble de données propres, susceptibles d'être analysées de façon globale. Lorsqu'il existe plusieurs titres équivalents, tels que « programmeur principal » et « développeur principal », il suffit d'en proposer un seul dans le menu déroulant, afin que les auteurs de la demande puissent sélectionner le titre le plus proche. La liste des titres doit refléter l'étendue des rôles dans le secteur, tout en limitant les redondances. Il convient d'éviter que les auteurs d'une demande inscrivent plusieurs titres pour une même personne, sauf si cela est pertinent.

### **3. Obliger les auteurs d'une demande à identifier les personnes chargées de projets**

Dans les entreprises du secteur des produits MIN, c'est le personnel interne qui assume des rôles créatifs et techniques qui sont généralement absents des secteurs de l'édition de livres et de revues ou de la musique, qui, eux, fonctionnent généralement suivant un modèle d'acquisition, c'est-à-dire que les biens créatifs sont acquis auprès de tiers. Dans les secteurs du cinéma et de la télévision, qui sont plus étroitement liés aux produits MIN, ces rôles ont été relativement normalisés et, à l'heure actuelle, la SODIMO ne collecte des données qu'au sujet d'un petit nombre de rôles clés relatifs aux projets cinématographiques (réalisateurs, scénaristes et producteurs, y compris les chefs de production et coproducteurs). Nous recommandons que la SODIMO invite les auteurs d'une demande issus du secteur des produits MIN à identifier les responsables créatifs et techniques et les chefs de gestion de projet, et à fournir des données démographiques sur ces personnes. Cela permettrait de suivre les rôles clés participant à la création de produits MIN, comme il est possible de le faire pour les projets cinématographiques. En raison de la diversité des titres portés, l'auto-identification des chargés de projets par l'auteur de la demande sera le moyen le plus efficace de déterminer les rôles clés et, par conséquent, de déterminer à qui il est utile de demander des données démographiques.

## ***Données sur le régime de propriété***

### **1. Déterminer le type d'organisme**

Avant d'inviter les auteurs d'une demande à fournir des données démographiques sur les propriétaires de leur organisation, il convient de déterminer le régime de propriété (organisme sans but lucratif, entreprise individuelle, société fermée ou société ouverte). Les données démographiques sur les propriétaires ne doivent être sollicitées que lorsque cela est pertinent (c'est-à-dire dans le cas d'une entreprise individuelle ou d'une société privée).

### **2. Recueillir des données démographiques en pourcentage des parts de propriété**

Les données démographiques relatives aux actionnaires individuels sont probablement peu pertinentes sur le plan statistique, mais dans les sociétés privées, il peut être utile de connaître la démographie globale des actionnaires. Il convient de s'enquérir de la composition démographique des propriétaires (par exemple, le pourcentage d'actions détenues par des femmes ou par des personnes de couleur). Lorsqu'une société appartient en partie ou en totalité à une autre société, les mêmes données peuvent être demandées au sujet de la société mère. Lorsqu'une société compte un grand nombre d'actionnaires, ces données ne sont pas pertinentes.

### **3. Recueillir, s'il y a lieu, des données démographiques sur les membres des conseils d'administration**

Dans les sociétés et les organismes sans but lucratif, la responsabilité incombe en dernier ressort au conseil d'administration. Dans les sociétés fermées, les membres du conseil d'administration peuvent aussi être les propriétaires de l'entreprise, d'où la redondance des données démographiques. Toutefois, dans le cas des sociétés ouvertes (où la collecte de données démographiques sur tous les actionnaires n'est pas réalisable) et des organismes sans but lucratif (qui n'ont pas de propriétaires), la collecte de données démographiques sur les membres des conseils d'administration permettra d'obtenir un éclairage précieux sur le système de gouvernance. Ces données peuvent être recueillies sous forme de pourcentage simple, sans qu'il soit nécessaire de demander une liste nominative des membres du conseil d'administration (à moins que les noms ne soient pertinents à d'autres fins).



# Annexe 1 : Analyse des rôles clés

## *Introduction*

La présente annexe contient des renseignements détaillés sur les titres et les rôles les plus répandus dans chacun des secteurs appuyés par la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario. Chaque secteur (ainsi que chaque sous-secteur dans le cas du secteur de la musique) est illustré par un tableau établi à partir du référentiel décrit dans le rapport.

## *Titres et rôles*

Certains titres de poste mettent l'accent sur la position du rôle en question dans une structure hiérarchique (par exemple, chef, responsable, vice-président, directeur), tandis que d'autres décrivent la fonction remplie (directeur de la photographie, rédacteur, éditeur). Les titres correspondant aux fonctions précisées plus haut varient en fonction du secteur, de la taille de l'entreprise et d'autres facteurs.

Nous avons voulu établir un référentiel pour permettre à la SODIMO de comparer les données démographiques de manière significative entre les différents secteurs. Nous avons donc classé les différents titres en fonction de leur position hiérarchique. Les décideurs principaux, généralement au nombre de un par entreprise, ont été classés dans le groupe 1. Les décideurs secondaires, qui peuvent être nombreux, ont été classés dans le groupe 2, lequel se subdivise lui-même en différentes catégories selon le secteur concerné (les catégories les plus répandues sont les opérations, la création et les technologies).

Les tableaux sectoriels ci-après contiennent les titres de poste qui ont été relevés au cours de la phase de recherche initiale de ce projet. Ils sont suivis d'une grille dans laquelle les titres tirés des bases de données de la SODIMO ont été classés en deux catégories selon qu'ils correspondent à des décideurs principaux ou secondaires (groupes 1 et 2).

La nature des rôles et des titres extraits des bases de données dépend dans une large mesure des renseignements exigés dans chaque programme. Les renseignements demandés étaient, en effet, légèrement différents d'un programme à l'autre.

## **Musique**

Le secteur de la musique comprend plusieurs sous-secteurs : les maisons de disques, les éditeurs, les gérants d'artistes et les impresarios, ainsi que les promoteurs de concerts (y compris les festivals et les salles qui réservent elles-mêmes leurs événements). Les sociétés œuvrant dans ces sous-secteurs peuvent être des exploitants indépendants ou des succursales de sociétés ouvertes mondiales. Comme chaque sous-secteur a son propre flux de travail, les différentes phases de produits peuvent suivre un ordre différent. À titre d'exemple, les maisons de disques ont un flux de travail assez classique : un produit (c'est-à-dire un enregistrement) est produit, puis commercialisé et vendu; en revanche, un promoteur de concerts commercialise et vend des billets pour un événement avant sa production. Les différentes composantes du secteur travaillent ensemble : les maisons de disques avec les promoteurs de concerts, les promoteurs de concerts avec les gérants d'artistes, etc.

## Maison de disques

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Élaboration	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	directeur/directrice de maison de disques						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>	responsable des artistes et du répertoire, chargé/chargée des affaires commerciales	préposé/préposée aux relations avec les artistes					
<i>Écriture</i>	auteur-compositeur/auteure-compositrice, musicien/musicienne						
<i>Conception</i>					graphiste		
<i>Production</i>				ingénieur/ingénieure aux enregistrements	ingénieur/ingénieure de mixage et de mastérisation		
<i>Marketing</i>					responsable du marketing		
<i>Vente</i>							directeur/directrice des ventes et de l'octroi de licences

## Éditeur de musique

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Élaboration	Préproduction	Volet Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
Financement, investissement et acquisition					président/présidente, directeur général/directrice générale		
Recrutement et sous-traitance		responsable créatif/créative, responsable des artistes et du répertoire					
Écriture	auteur-compositeur/auteure-compositrice						
Conception							
Production							
Marketing						responsable du marketing	
Vente							directeur/directrice des ventes, de la synchronisation, des droits d'auteur

## Gérant/gérante d'artistes

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Élaboration	Marketing	Vente et distribution	Préproduction	Production	Postproduction
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	président/présidente, propriétaire						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>	responsable des artistes et du répertoire						
<i>Écriture</i>							
<i>Conception</i>							
<i>Production</i>					responsable des tournées, responsable logistique		
<i>Marketing</i>			responsable du marketing				
<i>Vente</i>			gérant/gérante d'artistes				

## Promoteur/promotrice de concerts

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Élaboration	Préproduction	Marketing	Production	Vente et distribution	Postproduction
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	président/présidente, directeur général/directrice générale, propriétaire						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>	responsable des talents, responsable créatif/créative, responsable de la programmation, responsable artistique		responsable de la liaison avec les artistes		responsable de la liaison avec les artistes		
<i>Écriture</i>							
<i>Conception</i>							
<i>Production</i>			responsable des opérations, responsable logistique, producteur/productrice		responsable des opérations, responsable logistique, producteur/productrice		
<i>Marketing</i>			responsable du marketing, responsable des relations publiques				
<i>Vente</i>							

## Titres

Groupe 1	Groupe 2		
Directeur général/directrice générale	Artistes et répertoire	Événements	Gestion de produit
Président/présidente	Acquisitions	Chef de production	Programmation
Directeur/directrice générale	Administration	Installations	Programmation
Propriétaire	Art et conception	Finances	Programmation
Fondateur/fondatrice	Développement des artistes	Contrôleur/contrôleuse des finances	Promoteur/promotrice
Gérant/gérante d'artistes*	Liaison avec les artistes	Agent/agente des ressources humaines	Promotion
Chef de la gestion des activités*	Gestion d'artistes	Services de création internationaux	Relations publiques
Directeur/directrice*	Relations avec les artistes	Direction de maison de disques	Édition
Chef de production	Artistes et répertoire	Services de maison de disques	Redevances
Vice-président directeur/vice-présidente directrice*	Marketing audio	Affaires juridiques	Vente
Directeur/directrice de festival*	Réservations	Bibliothèque	Agent principal/agente principale
Administrateur général/administratrice générale*	Activités opérationnelles	Octroi de licences	Médias sociaux
Direction*	Développement commercial	Logistique	Parrainage
Directeur/directrice*	Veille stratégique	Marketing	Stratégie
Administrateur délégué/administratrice déléguée*	Campagnes de mobilisation de fonds	Relations avec les médias	Synchronisation
Associé directeur/associée directrice*	Communications	Musique	Talents
Vice-président principal/vice-présidente principale*	Droit d'auteur	Nouveaux médias	Acquisition de talents
	Création	Opérations	Technologie

	Conception	Partenariats	Marketing des tournées
	Développement	Arts de la scène	Tournées
	Médias numériques	Producteur/productrice	
	Commerce en ligne	Développement de produits	

\* Classé dans le groupe 1 uniquement lorsqu'il n'existe pas de titre de rang supérieur.

Le groupe 2 comprend les titres suivants : agent/agente en chef, chef, responsable, directeur/directrice, directeur associé/directrice associée et vice-président/vice-présidente. Seules les fonctions incluses dans ces titres ont été indiquées.



## ***Édition de revues***

L'édition de revues est un secteur établi de longue date qui compte des rôles et des titres bien définis. Bien que certaines sociétés ne publient qu'un seul titre, la plupart des clients de la SODIMO publient plusieurs titres sous la houlette d'un président ou d'une présidente, d'un directeur général ou d'une directrice générale, ou encore d'un président-directeur général ou d'une présidente-directrice générale (qui peut également porter le titre d'éditeur ou d'éditrice). Les composantes techniques (notamment l'impression et le tirage) sont externalisées. Les rédacteurs et les graphistes peuvent faire partie du personnel, mais ils peuvent tout aussi travailler de manière autonome. Les revues étant publiées à une fréquence régulière, les fonctions de marketing et de vente interviennent en même temps que les fonctions de production. Autrement dit, les phases de production, de marketing et de vente se déroulent simultanément. Les fonctions de recrutement et de sous-traitance sont exercées, d'une part, par la haute direction (conseil d'administration, président/présidente, directeur général/directrice générale), qui recrute le directeur ou la directrice de la rédaction ou une personne aux fonctions équivalentes, et, d'autre part, par le directeur ou la directrice de la rédaction et l'équipe de rédaction principale, qui engagent les rédacteurs. Le directeur ou la directrice de la rédaction peut également embaucher un directeur ou une directrice artistique, des agents de vente et de marketing, ainsi que d'autres membres de la rédaction.

## Éditeur de revues

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Développement	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	conseil d'administration, directeur général/directrice générale, président/présidente						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>	conseil d'administration, directeur général/directrice générale, président/présidente, directeur/directrice de la rédaction, rédacteur/rédactrice en chef						
<i>Écriture</i>	directeur/directrice de la rédaction, rédacteur/rédactrice en chef						
<i>Conception</i>			directeur/directrice artistique				
<i>Production</i>		directeur/directrice de la production					
<i>Marketing</i>	chef/responsable du marketing, du développement du lectorat, de la participation communautaire						
<i>Vente</i>	directeur commercial/directrice commerciale, chef de la diffusion, chef/responsable de la publicité						

## Titres

Groupe 1	Groupe 2
Président/présidente	Publicité
Directeur général/directrice générale	Corédacteur/corédactrice
Propriétaire	Contenus
Éditeur/éditrice	Collaborateur/collaboratrice à la rédaction
Vice-président principal/vice-présidente principale	Rédacteur/rédactrice
Éditeur/éditrice de groupe	Directeur/directrice de la rédaction
Fondateur/fondatrice	Administrateur délégué/administratrice déléguée
Directeur/directrice de la rédaction	Rédacteur/rédactrice en chef
Président/présidente	Marketing
	Opérations
	Partenariats
	Production
	Vente
	Rédacteur principal/rédactrice principale
	Web et systèmes

\* Classé dans le groupe 1 uniquement lorsqu'il n'existe pas de titre de rang supérieur.

Le groupe 2 comprend les titres suivants : directeur/directrice, vice-président/vice-présidente, chef, responsable et collaborateur/collaboratrice. Seules les fonctions incluses dans ces titres ont été indiquées.

## ***Édition de livres***

L'édition de livres est elle aussi un secteur mature, où les rôles et les titres de postes varient peu d'une société à l'autre. Il existe de nombreux sous-secteurs (par exemple, les publications pour enfants, les ouvrages spécialisés, livres scolaires), mais les structures semblent analogues. La plupart des sociétés du secteur sont relativement petites. Chaque membre du personnel porte plusieurs casquettes et les entreprises travaillent généralement avec de nombreux entrepreneurs indépendants. Certaines fonctions, comme la distribution, sont presque toujours externalisées.

## Maison d'édition

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Développement	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	directeur général/directrice générale, président/présidente, éditeur/éditrice, comité d'édition						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>	directeur général/directrice générale, président/présidente, éditeur/éditrice, rédacteur/rédactrice						
<i>Écriture</i>	auteur/auteure, agent/agente	auteur/auteure, rédacteur/rédactrice					
<i>Conception</i>	illustrateur/illustratrice			illustrateur/illustratrice, graphiste			
<i>Production</i>	directeur/directrice de la production						
<i>Marketing</i>		responsable du marketing			chef/responsable du marketing		
<i>Vente</i>		directeur commercial/directrice commerciale			directeur commercial/directrice commerciale, directeur/directrice des ventes		

## Titres

Groupe 1	Groupe 2
Directeur général/directrice générale	Édition de livres
Président/présidente	Création
Directeur/directrice	édition numérique
Directeur/directrice de la rédaction	Finances
Directeur exécutif/directrice exécutive	Ventes internationales
Chef de la direction générale	Publications de la maternelle à la 12 <sup>e</sup> année
Administrateur général/administratrice générale	Publications de la maternelle au troisième cycle
Directeur/directrice littéraire	Opérations
Propriétaire	Production
Président/présidente	Activités de publication
Éditeur/éditrice	Vente
Directeur/directrice de l'édition	Commerce

\* Classé dans le groupe 1 uniquement lorsqu'il n'existe pas de titre de rang supérieur.

Le groupe 2 comprend les titres suivants : directeur/directrice, vice-président/vice-présidente, chef, responsable et agent/agente en chef. Seules les fonctions incluses dans ces titres ont été indiquées.

## ***Production cinématographique et télévisuelle***

Les sociétés de production cinématographique et télévisuelle ont des structures et des rôles analogues, avec toutefois quelques différences de taille. Les sociétés cinématographiques établissent fréquemment de nouvelles sociétés, qui ont souvent une dénomination numérique, pour chacun de leur projet. Au sein de ces sociétés spécialement conçues, les décideurs peuvent être les mêmes personnes que les décideurs de sociétés plus grandes ou bien ne travailler que pour la société concernée. Compte tenu de cette situation, il est difficile de bien cerner la véritable structure de propriété et de prise de décision. Les sociétés cinématographiques sont souvent de très petite taille. La plupart des personnes intervenant sur une production cinématographique sont généralement des travailleurs autonomes ou bien travaillent pour une autre société autre que la société de production (par exemple, un chef opérateur ou une chef opératrice, une société de location de matériel ou un studio de postproduction). Dans les studios de télévision, qui peuvent produire une même série pendant une longue période, on compte habituellement un plus grand nombre de personnes occupant des fonctions opérationnelles et créatives.

## Société de production cinématographique

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Développement	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	président/présidente, directeur général/directrice générale						
<i>Recrutement et sous-traitance</i>		responsable du développement	producteur/productrice				
<i>Écriture</i>	réalisateur/réalisatrice, scénariste	réalisateur/réalisatrice, scénariste, producteur/productrice			monteur/monteuse		
<i>Conception</i>		réalisateur/réalisatrice, directeur/directrice de la photographie, directeur artistique, décorateur/décoratrice, créateur/créatrice de costumes, etc.			monteur/monteuse		
<i>Production</i>		producteur/productrice					
<i>Marketing</i>						producteur/productrice	
<i>Vente</i>							



## Société de production télévisuelle

Fonction	Phase du produit						
	Amorçage	Développement	Préproduction	Production	Postproduction	Marketing	Vente et distribution
<i>Financement, investissement et acquisition</i>	président/ présidente, directeur général/ directrice générale	producteur principal/productrice principale, chef de la production					
<i>Recrutement et sous-traitance</i>		auteur-producteur/auteure-productrice					
<i>Écriture</i>	créateur/créatrice d'émissions, scénariste				monteur/ monteuse		
<i>Conception</i>			directeur/directrice de la photographie, directeur artistique, décorateur/décoratrice, etc.	monteur/ monteuse de son			
<i>Production</i>		responsable du développement	réalisateur/réalisatrice, producteur/productrice				
<i>Marketing</i>		responsable du marketing			chef/responsable du marketing		
<i>Vente</i>		directeur commercial/ directrice commerciale					directeur commercial/directrice commerciale, directeur/directrice des ventes, chef/responsable de la distribution

<b>Groupe 1</b>	<b>Groupe 2</b>	
Président/présidente	Acquisitions	Ventes globales
Directeur général/directrice générale	Chef de marque	Ventes internationales
Associé/associée	Divertissement	Enfants et famille
Propriétaire	Activités opérationnelles	Affaires juridiques
Administrateur délégué/administratrice déléguée*	Développement commercial	Administrateur délégué/administratrice déléguée
Administrateur général/administratrice générale	Communications	Marketing
Fondateur/fondatrice	Produits de consommation	Opérations
Président/présidente	Contenus	Productions originales
	Contenus	Partenariats
	Création	Conception d'émissions non scénarisées (heures de grande écoute)
	Développement créatif	Producteur/productrice
	Directeur/directrice de la création	Production
	Développement	Vente
	Production numérique	Divertissement scénarisé
	Distribution	Programmation scénarisée
	Conception de documentaires	Secrétaire
	Programmation de documentaires	Producteur principal/productrice principale
	Conception de productions dramatiques	Parrainage
	Programmation de productions dramatiques	Conseils stratégiques
	Chef de production	Stratégie
	Vice-président directeur/vice-présidente directrice	Trésorier/trésorière
	Conception d'émissions hors fiction	Développement de la production télévisuelle
	Programmation hors fiction	Contenus non scénarisés

	Finances	Conception d'émissions non scénarisées
--	----------	--

\* Classé dans le groupe 1 uniquement lorsqu'il n'existe pas de titre de rang supérieur.

Le groupe 2 comprend les titres suivants : chef, directeur/directrice, directeur principal/directrice principale, responsable, administrateur en chef/administratrice en chef, agent/agente en chef, agent/agente, vice-président/vice-présidente, vice-président directeur/vice-présidente directrice et vice-président principal/vice-présidente principale. Seules les fonctions incluses dans ces titres ont été indiquées.

## ***Produits multimédias interactifs numériques***