



November 21, 2024

Subject: Advocating for Increased Investment in Canada Media Fund's Interactive Digital Media Programs for Children and Youth

Dear Valerie Creighton, Nathalie Clermont, Rod Butler and Janine Steele,

On behalf of the Canadian Interactive Alliance, I am writing to advocate for an increase in funding for the Canada Media Fund's (CMF) Interactive Digital Media programs. This investment is vital to addressing the challenges currently faced by traditional linear content in engaging and educating children and youth audiences.

Children's and youth programming, as defined by CMF, serves a critical role in shaping the next generation's creativity, learning, and sense of identity. However, traditional linear formats are increasingly losing ground in capturing the attention of younger audiences who gravitate toward interactive, immersive experiences produced outside of Canada. According to the Entertainment Software Association of Canada, 89% of individuals aged 6 to 17 engage in video gaming, compared to 61% of adults aged 18 to 64. In terms of screen time activities, a March 2023 survey revealed that 50% of Canadian children spend most of their screen time playing games, while 38% primarily watch TV.* With these shifts in media consumption habits, the importance of supporting Canadian-owned interactive digital media (IDM) projects has never been greater.

Children and Youth culturally focused Interactive digital media (IDM) has the potential to transform how we engage children and youth audiences by meeting young audiences where they are—online and in interactive spaces—offering dynamic, participatory content that moves beyond passive consumption. Possible outcomes include:

1. Fostering Creativity and Learning

With adequate backing, IDM could empower children to become active participants, encouraging creativity and problem-solving through tailored experiences. Games and immersive storytelling featuring child or youth protagonists or relatable animated characters could align closely with CMF's definitions of children's and youth programming, delivering impactful opportunities for learning and entertainment.

2. Reflecting Culture and Identity

Canadian interactive media, with appropriate support, could create culturally relevant content that mirrors the diversity of Canada's children and youth. Interactive platforms might enable young audiences to explore stories reflecting their realities while celebrating Canada's heritage and multiculturalism.

3. Addressing Linear Media Distribution Challenges



Supported IDM initiatives could overcome the limitations of traditional linear distribution by providing flexible new paths to audiences. Games and XR experiences adapt and iterate to evolving audience demands, fostering user-driven narratives and highly personalized storytelling opportunities.

Alignment with CMF's Programming Definitions:

- **Children's Programming:** With the right investment, programming could be tailored to children aged 12 and under, addressing their needs and perspectives through stories featuring relatable characters, child or youth protagonists, or creative figures such as animated characters or folkloric heroes. Such initiatives could combine entertainment with significant learning experiences.
- **Youth Programming:** Programs designed for ages 13 to 17, supported by appropriate resources, could feature youth protagonists and reflect reality from their point of view, creating meaningful and relatable narratives.

By securing support, IDM could realize its potential to enrich content and empower young Canadians to see their stories and identities reflected in innovative, engaging ways.

Despite the enormous potential of IDM, demand for CMF funding significantly outpaces availability. With \$179M requested in the last fiscal year against \$47M allocated, hundreds of innovative Canadian projects, including those aimed at children and youth, remain unrealized. This funding gap risks stifling innovation and undermines Canada's ability to lead globally in digital content creation.

An increase in CMF funding for IDM would enable Canadian creators to develop groundbreaking projects that address these challenges while ensuring that Canada's children and youth have access to high-quality, culturally resonant, and engaging digital media experiences. As digital media continues to dominate young audiences' lives, this investment is both timely and necessary to support Canadian talent and stories in a competitive global market.

Our request to double the CMF spending in the IDM sector remains unchanged. At the same time, we also urge you to consider that any dedicated funding set aside for children's and youth content at the CMF necessarily include financing of IDM projects, to ensure that Canada remains at the forefront of interactive media innovation for children and youth. The Canadian Interactive Alliance would welcome the opportunity to meet with you and discuss how we can further support this important

Sincerely,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Loc Dao', is written over a horizontal line.

Loc Dao, Chair of the Board of Directors of Canadian Interactive Alliance / l'alliance interactif Canadienne:



La Guilde du jeu vidéo du Québec
Interactive Ontario (IO)
DigiBC
Xn Québec
New Media Manitoba
Digital Alberta
SaskInteractive
Videogames PEI
Interactive Society of Nova Scotia
Interactive New Brunswick

About the Canadian Interactive Alliance

The Canadian Interactive Alliance / L'Alliance Interactive Canadienne (CIAIC) is a not-for-profit industry alliance that represents Canada's IDM (interactive digital media) industry which includes the video game, virtual reality, augmented reality, XR, and immersive sectors. CIAIC is governed by Canada's 10 existing provincial IDM industry associations. Canada's IDM sector comprises more than 937 companies, employing 37,850 Canadians, and generates over \$5.5 billion in annual revenue.

À propos de l'AIC

L'Alliance Interactive Canadienne / The Canadian Interactive Alliance (AIC/CIAIC) est une alliance industrielle à but non lucratif qui représente l'industrie canadienne des MNI (médias numériques interactifs). Ce secteur inclut les jeux vidéo, la réalité virtuelle, la réalité augmentée, la XR et les expériences immersives. L'AIC est dirigée par les 10 associations provinciales existantes de l'industrie des MNI au Canada. Le secteur des MNI au Canada comprend plus de 937 entreprises, employant 37 850 Canadiens, et génère plus de 5,5 milliards de dollars en revenus annuels.

Les membres de l'AIC incluent :

Members of the CIAIC include:

- [DigiBC](#)
- [Digital Alberta](#)
- [Interactive Society of Nova Scotia](#)
- [Interactive New Brunswick](#)
- [Interactive Ontario \(IO\)](#)
- [La Guilde du jeu vidéo du Québec](#)
- [New Media Manitoba](#)
- [SaskInteractive](#)
- [Videogames PEI](#)
- [Xn Quebec](#)

[*https://www.statista.com/statistics/1422374/canada-ways-time-spent-online-kids/?utm_source=chatgpt.com](https://www.statista.com/statistics/1422374/canada-ways-time-spent-online-kids/?utm_source=chatgpt.com)



Objet : Requête pour une augmentation des investissements dans les programmes de médias numériques interactifs pour enfants et jeunes du Fonds des Médias du Canada

À l'attention de Valérie Creighton, Nathalie Clermont, Rod Butler et Janine Steele,

Au nom de l'Alliance Interactive Canadienne, je vous écris pour plaider en faveur d'une augmentation du financement des programmes de médias numériques interactifs (MNI) du Fonds des Médias du Canada (FMC). Cet investissement est essentiel pour relever les défis auxquels les contenus linéaires traditionnels font face pour engager et éduquer les publics enfants et jeunes.

Les programmes pour enfants et jeunes, tels que définis par le FMC, jouent un rôle critique dans la formation de la créativité, des apprentissages et du sentiment d'identité de la prochaine génération. Cependant, les formats linéaires traditionnels perdent de plus en plus leur capacité à capter l'attention des jeunes publics, qui se tournent vers des expériences interactives et immersives produites hors du Canada. Selon l'Entertainment Software Association of Canada, 89 % des individus âgés de 6 à 17 ans pratiquent les jeux vidéo, contre 61 % des adultes âgés de 18 à 64 ans. En termes d'activités sur écran, une enquête de mars 2023 révèle que 50 % des enfants canadiens passent la majeure partie de leur temps à jouer à des jeux, tandis que 38 % regardent principalement la télévision.* Ces changements dans les habitudes de consommation des médias rendent le soutien aux projets canadiens de médias numériques interactifs plus crucial que jamais.

Les MNI axés sur les enfants et les jeunes, avec une forte dimension culturelle, ont le potentiel de transformer la manière dont nous engageons ces publics en les rejoignant là où ils se trouvent—en ligne et dans des espaces interactifs—en leur proposant des contenus dynamiques et participatifs qui vont au-delà de la consommation passive. Les résultats possibles incluent :

1. Favoriser la créativité et l'apprentissage

Avec un soutien adéquat, les MNI pourraient encourager les enfants à devenir des participants actifs, stimulant leur créativité et leur capacité à résoudre des problèmes grâce à des expériences adaptées. Les jeux et récits immersifs mettant en scène des enfants ou des jeunes comme protagonistes, ou des personnages animés auxquels ils peuvent s'identifier, pourraient répondre pleinement aux définitions du FMC pour les programmes pour enfants et jeunes, tout en offrant des opportunités significatives d'apprentissage et de divertissement.

2. Refléter la culture et l'identité

Les médias interactifs canadiens, soutenus comme il se doit, pourraient produire des contenus culturellement pertinents qui reflètent la diversité des enfants et des jeunes du Canada. Les plateformes interactives pourraient permettre aux jeunes publics d'explorer des récits reflétant leur réalité tout en célébrant le patrimoine et le multiculturalisme du Canada.

3. Répondre aux défis de la distribution linéaire

Les initiatives soutenues en MNI pourraient surmonter les limites de la distribution linéaire traditionnelle en offrant de nouvelles voies flexibles pour atteindre les publics. Les jeux et les expériences XR s'adaptent et évoluent en fonction des demandes du public, favorisant des récits centrés sur l'utilisateur et des opportunités de storytelling hautement personnalisées.

Alignement avec les définitions des programmes du FMC :



- Programmes pour enfants : Avec des investissements appropriés, des programmes pourraient être conçus pour les enfants de 12 ans et moins, répondant à leurs besoins et perspectives à travers des récits mettant en scène des personnages auxquels ils peuvent s'identifier, des protagonistes enfants ou jeunes, ou des figures créatives comme des personnages animés ou des héros folkloriques. Ces initiatives pourraient combiner divertissement et expériences d'apprentissage enrichissantes.
- Programmes pour jeunes : Les programmes destinés aux 13-17 ans, soutenus par des ressources appropriées, pourraient mettre en scène des protagonistes jeunes et refléter la réalité de leur point de vue, créant des récits significatifs et pertinents.

En soutenant ces projets, les MNI pourraient concrétiser leur potentiel à enrichir le contenu et à permettre aux jeunes Canadiens de voir leurs histoires et identités reflétées de manière innovante et engageante.

Malgré cet énorme potentiel, la demande pour le financement du FMC dépasse largement les fonds disponibles. Avec 179 millions de dollars demandés au cours du dernier exercice fiscal contre 47 millions de dollars alloués, des centaines de projets canadiens novateurs, y compris ceux destinés aux enfants et jeunes, restent non réalisés. Ce manque de financement risque de freiner l'innovation et de compromettre la capacité du Canada à être un leader mondial dans la création de contenu numérique.

Une augmentation du financement du FMC pour les MNI permettrait aux créateurs canadiens de développer des projets révolutionnaires qui répondent à ces défis tout en garantissant que les enfants et jeunes du Canada aient accès à des expériences médiatiques numériques de haute qualité, culturellement pertinentes et engageantes. Alors que les médias numériques continuent de dominer la vie des jeunes publics, cet investissement est à la fois opportun et nécessaire pour soutenir les talents et récits canadiens dans un marché mondial concurrentiel.

Notre demande de doubler les dépenses du FMC dans le secteur des MNI reste inchangée. En outre, nous vous exhortons à envisager qu'une partie des fonds dédiés au contenu pour enfants et jeunes inclue nécessairement le financement de projets MNI, afin de garantir que le Canada reste à la pointe de l'innovation en matière de médias interactifs pour les enfants et les jeunes. L'Alliance Interactive Canadienne serait heureuse de vous rencontrer pour discuter davantage de la manière dont nous pouvons soutenir cette cause importante.

Cordialement,
Loc Dao

Président

Conseil d'administration de l'Alliance Interactive Canadienne / Canadian Interactive Alliance
La Guilde du jeu vidéo du Québec
Interactive Ontario (IO)
DigiBC
Xn Québec
New Media Manitoba
Digital Alberta



SaskInteractive

Videogames PEI

Interactive Society of Nova Scotia

Interactive New Brunswick