

À la suite d'un sondage visant à clarifier les besoins des festivals de films canadiens dans le contexte de la pandémie de Covid-19, Téléfilm Canada a pris l'initiative de réunir des dirigeants de festivals de partout au pays pour discuter des expériences en ligne et des solutions offertes en cette période de crise.

Les webinaires qui en ont résulté concordent avec la volonté de Téléfilm de se positionner en tant que « partenaire de choix », et son désir de favoriser une plus grande collaboration entre les festivals de films au Québec et au Canada. Le 30 avril, Téléfilm a tenu un webinaire à l'intention des festivals francophones, qui a été suivi par un événement similaire pour les festivals anglophones le 1er mai.

# TABLE RONDE VIRTUELLE DE LANGUE ANGLAISE

## Sommaire

Ce webinaire a réuni 64 participants. Denise Jamieson, de l'équipe Promotion et communications de Téléfilm, a prononcé le mot de bienvenue, et Francesca Accinelli, la directrice de cette équipe, a animé la séance. Francesca a expliqué que Téléfilm voulait faciliter le dialogue et l'échange d'information entre les festivals, tout en restant neutre en matière de recommandation de solutions et de processus en ligne. Francesca a pris note des demandes des participants concernant l'organisation de la future collaboration entre les festivals, et suggéré d'inviter les distributeurs et les diffuseurs à participer aux prochaines discussions. Un participant a parlé de la possibilité pour les festivals de s'engager dans une certaine forme de collaboration afin de mettre à profit le poids du nombre auprès des distributeurs, ou d'établir des directives relativement au géoblocage et à la limitation du nombre de spectateurs, puisqu'il est possible que les festivals décident d'avoir une présence en ligne, ou que les rassemblements demeurent interdits.

### Les présentations ont été faites dans l'ordre suivant :

- Samuel La France (Images Festival)
- Brett Hendrie (Hot Docs)
- Tara Taylor (Emerging Lens Cultural Film Festival)
- Bern Euler (Canadian Film Fest)
- Aaron Zeghers (Gimli Film Festival)
- Guy Lavallée (NorthwestFest)
- Wendy Donnan (Oakville Film Festival)
- Philippe del Drago (Festival international du Film sur l'Art)

## LA PLANIFICATION

Certains festivals, comme celui de Gimli et le FIFA, avaient déjà envisagé une présence en ligne, mais, pour la plupart, c'était une première. Leur festival a été soudainement annulé après une année entière de préparation, et une programmation pratiquement complète. Garder les choses simples a été la clé. Il a fallu de 10 jours à trois semaines de travail pour se préparer à annoncer les changements apportés aux événements de l'année en cours. Le personnel technique a été rapidement réaffecté au fonctionnement des applications de vidéoconférence et au téléversement des films sur les plateformes de diffusion en continu. Le FIFA a été capable de se retourner en quatre jours pour maintenir le festival aux dates prévues, ayant déjà collaboré avec Vimeo dans le passé. Le recours à un service par contournement n'aurait pas été possible dans un délai aussi court.

## LE CHOIX DE LA PLATEFORME

Il existe essentiellement deux options : la diffusion en continu en direct et la vidéo sur demande. La diffusion en continu en direct se rapproche davantage de l'expérience d'assister en personne à un festival. La vidéo sur demande est plus facile à exécuter et à programmer. Il existe plusieurs options, dont Shift 72, CineSend, Eventive, Vimeo Live et Twitch, offertes à des prix différents et comportant chacune des avantages et des inconvénients. Eventive est dotée d'une formidable fonction de dons susceptible d'aider les événements gratuits à payer une partie des coûts. C'est bien d'avoir le temps d'évaluer les diverses options pour choisir l'application qui convient le mieux à la fonctionnalité et aux films du festival. L'Alliance des arts médiatiques indépendants (AAMI) est un excellent centre de ressources pour les communautés sans but lucratif, et pour interagir avec d'autres festivals ayant décidé de se lancer en ligne. Ils ont fait un formidable travail de recherche afin de compiler l'information, et Aaron Zeghers, du Gimli Film Festival, a offert de partager l'information avec les participants au webinaire.

Le cryptage DRM et le géoblocage sont des éléments clés, surtout lorsqu'on fait affaire avec les grands distributeurs. Les directions de festival se préoccupent beaucoup de l'expérience de l'utilisateur, de l'engagement du public par l'intermédiaire d'une interaction sans tracas ainsi que de la simplicité et de l'accessibilité de la solution, conscientes que les spectateurs ne sont peut-être pas tous des experts en technologie. Hot Docs a affecté du personnel à la boîte de réception du courriel, afin de pouvoir aider les spectateurs à régler les problèmes techniques quasiment en temps réel.

Images Festival a décidé d'utiliser Vimeo Live, qui a son propre lecteur intégré. Les autres technologies qui ont été utilisées sont PlaybackPro et Zoom. Le paiement par séance n'étant pas facile avec Vimeo Live, le festival a décidé d'offrir les projections gratuitement. Il a hébergé le contenu sur son propre serveur et s'est occupé du sous-titrage. L'équipement technique de base a nécessité cinq ordinateurs : un pour le contenu (bandes-annonces et films), un deuxième pour les séances Zoom et les séances de questions et réponses en direct, considérées comme une priorité pour engager les auditoires, un troisième qui a servi d'encodeur pour la commutation entre les éléments, un quatrième utilisé comme serveur de réseau et un cinquième pour la surveillance de la diffusion en continu en direct.

Hot Docs a opté pour CineSend, une plateforme de vidéo sur demande que le festival avait déjà utilisée. Puisqu'elle peut être personnalisée, elle peut facilement être rattachée aux processus de billetterie et d'adhésion. Brett Hendrie, du festival Hot Docs, a expliqué que les festivals ont besoin de l'aide de la société pour personnaliser leur solution en ligne en fonction de leurs besoins dans ce type d'intégration. La société est plutôt petite, ce qui peut constituer un problème, mais dans l'ensemble l'expérience a été positive. Hot Docs a fait équipe avec CBC et CBC Gem pour la diffusion et la présentation de premières en ligne, ainsi qu'avec Crave, Rogers et d'autres fournisseurs pour offrir en vidéo sur demande des films des éditions précédentes. Le nombre de spectateurs pour ces différentes plateformes est très satisfaisant.

Oakville Film Festival a utilisé la solution webinaires vidéo Zoom pour offrir une projection gratuite qui s'est tenue à guichets fermés lors de la Journée du cinéma canadien. Cette plateforme offrait plus d'options et était plus facile à utiliser que Gem. Chaque spectateur a reçu un lien privé et un mot de passe. Cette première expérience les a aidés à planifier leur festival en ligne qui se tiendra en juin.

## LES PARTENARIATS

À Halifax, Emerging Lens Festival s'est associé à CBC Gem pour la projection de la Journée du cinéma canadien, et s'est servi de Zoom et d'un mot de passe pour tenir les séances de questions et réponses. Leur plus grand défi est venu d'une bombe Zoom, lorsqu'un intrus a interrompu la discussion cinq minutes après le début de la séance. Ce genre d'intrusion n'est pas inhabituel, mais Zoom aurait apparemment réglé ce problème au cours des dernières semaines. Le Canadian Film Center a fait un excellent travail pour promouvoir la célébration de visionnement de la Journée du cinéma canadien, ce qui a eu pour avantage supplémentaire de pouvoir interagir virtuellement avec des spectateurs qui n'ont pas l'habitude d'assister au festival de Halifax. Le festival envisage d'avoir une présence en ligne, puisque leur événement en direct prévu pour avril a été reporté (les dates du festival en ligne restent à déterminer). Ils espèrent pouvoir s'entendre avec les réalisateurs pour que les films puissent être accessibles au visionnement pendant quelques jours.

Le Canadian Film Fest s'est finalement associé à Super Channel après avoir eu des discussions exploratoires avec Amazon Prime, Crave et CBC. C'était une alliance naturelle. Des ententes de diffusion ont été offertes pour chacun des films, aux mêmes conditions que les contrats habituels, ce qui fut une bonne chose pour les cinéastes, et en particulier les cinéastes émergents. Bon nombre de films ont été vendus. Super Channel s'est révélé être un formidable partenaire, et ils s'assurent que les obligations réglementaires en matière de sous-titrage et de vidéodescription soient respectées pour tous les films qui sont disponibles. Afin de maintenir l'engagement de l'auditoire, un long métrage sera diffusé chaque jour, du jeudi au dimanche, pendant trois blocs de trois semaines, suivant le même modèle que la programmation habituelle du festival (un court métrage, un long métrage, deux courts métrages). Tous les autres événements se tiendront en ligne : rencontres de l'industrie, séances de questions et réponses, séances Facebook Live. Les films seront également présentés sur les chaînes YouTube des deux partenaires.

Le partenariat avec un diffuseur exige que les films soient certifiés par le BCPAC, ce qui est coûteux. La majorité des cinéastes indépendants se représentent eux-mêmes.

## LA PROGRAMMATION

NorthwestFest s'affaire à reproduire en ligne l'expérience du festival. Les films seront accessibles aux dates où le festival devait se tenir, soit du 8 au 17 mai 2020. Il sera possible de se procurer des billets à l'avance, et certains films pourront être visionnés sans restriction pendant toute la durée du festival. D'autres devront être visionnés dans une fenêtre de 48 heures après l'achat du billet. Et le nombre de visionnements sera plafonné. De multiples rabais sont offerts, en particulier pour les visionnements en famille.

Images Festival a également choisi de s'en tenir aux dates prévues pour le festival et de respecter le même calendrier, au lieu de se tourner vers une expérience de visionnement sur demande dans le genre de Netflix. En fin de compte, cela lui a permis d'accroître l'engagement du public et d'atteindre des spectateurs à l'extérieur de la région de Toronto, où se tient le festival habituellement.

Hot Docs tiendra ses événements destinés à l'industrie en ligne pendant les 10 jours du festival, soit du 28 mai au 6 juin. Un peu plus de 150 films seront accessibles pendant cette période seulement, tandis que plus ou moins 85 % des films resteront disponibles pendant les trois semaines qui suivront, ou jusqu'à ce que le nombre maximal de visionnements soit atteint. Les visionnements seront comptés en fonction des paiements à la carte tout au long de la journée. Hot Docs honorera les forfaits de 10 et 20 films déjà vendus, et vendra de nouveaux forfaits de cinq films. Les visionnements seront géobloqués à l'Ontario.

## LA LIBÉRATION DES DROITS

Déterminer la valeur des droits à payer n'est pas simple. Comment être équitable si le nombre de visionnements en ligne devait dépasser le nombre de spectateurs qui se présente normalement en salle, et créer un précédent adéquat, pour le partage des profits par exemple, si le festival devait décider d'assurer une présence en ligne pendant ses futures éditions, par le biais d'un modèle de vidéo sur demande par exemple. Gimli Film Festival est en train d'essayer d'élucider la question, en prévision de son festival en ligne prévu pour juillet.

Images Festival s'est entendu avec les cinéastes, avec lesquels il entretient des liens étroits et dont les films ne sont pas largement distribués, pour que la programmation en ligne ne soit pas géobloquée. Cette initiative a eu pour résultat que le festival a rejoint un auditoire considérable et que sa portée internationale a été un grand succès.

Il était important pour Images Festival de rassurer les créateurs sur le fait que leurs films seraient protégés contre le piratage autant qu'il est possible de le faire. Le festival a donc choisi d'héberger les films sur son propre serveur, et d'assurer une protection par mot de passe, même si cela n'élimine pas entièrement le risque de téléchargement. La plateforme de vidéo sur demande CineSend choisie par Hot Docs comprend le cryptage DRM, le géoblocage (qui a été limité à l'Ontario) et un nombre maximal de participants et de visionnements. Hot Docs n'a toujours pas résolu la question des droits et de la rémunération des créateurs.

La portée du NorthwestFest en ligne a dépassé les limites d'Edmonton pour s'étendre à l'ensemble de l'Alberta. Le festival a choisi de présenter seulement une sélection de films en ligne, et de réserver la plupart des films pour le festival en personne prévu pour l'automne. La plupart des cinéastes ont accepté que leurs films soient présentés en ligne, exception faite de quelques cinéastes qui avaient déjà signé une entente de diffusion.

Le FIFA a réussi avec beaucoup de succès à joindre de nouveaux auditoires dans les régions de Vancouver et de Toronto, qui avaient été ciblés par une publicité en ligne. Les plateformes en ligne sont très efficaces pour fournir des statistiques sur les auditoires, mais elles n'ont pas nécessairement la même efficacité pour ce qui est des aspects transactionnels, comme la perception et la déclaration de la taxe régionale. Le FIFA a été approché par quelque 30 festivals au Canada, en Europe et même au Moyen-Orient, désireux d'en savoir plus sur son expérience.

Oakville Film Festival examine la possibilité d'un géoblocage limité à l'Ontario ou au Canada, étant donné que son principal objectif est de faire connaître les cinéastes locaux et régionaux à leur communauté. Comme certaines plateformes permettent de mettre l'accent sur l'événement, il est peut-être préférable de ne pas mettre de restrictions.

## L'ENGAGEMENT DU PUBLIC

Avec la vidéo sur demande, il est impossible de tenir des séances de questions et réponses. Des introductions préenregistrées par les cinéastes peuvent permettre aux spectateurs de vivre une expérience plus personnelle qu'avec les plateformes de vidéo sur demande commerciales. Le public est encouragé à interagir avec les cinéastes par le biais des médias sociaux. Le FIFA a connu un vif succès à cet égard, des centaines de messages ayant été envoyés aux créateurs qui étaient franchement ravis de les recevoir.

Le Canadian Film Fest fait de gros efforts pour maintenir l'engagement du public. Il essaie de conserver la même image de marque d'un bout à l'autre, et d'assurer une transition tout en douceur entre le visionnement du film et la séance de questions et réponses. Deux membres du personnel se chargeront de modérer les sessions Zoom, de manière à pouvoir transmettre les questions à l'animateur de la séance en direct.

En collaborant avec un diffuseur, le festival vise à offrir une expérience de diffusion digne de ce nom, ce qui nécessite de nombreuses répétitions techniques dans les jours qui précèdent les séances en direct.

Oakville Film Festival prévoit emprunter un chemin similaire, en s'assurant que les visionnements et les séances de questions et réponses se déroulent dans une fenêtre de trois heures, afin d'encourager le public à assister à la séance de questions et réponses suivant immédiatement le visionnement.

## L'ASPECT COMMERCIAL

Hot Docs continue d'adapter sa stratégie à mesure qu'il prend de l'expérience. L'application Zoom est utilisée pour les séances de présentation de projets. Comme les années précédentes, les acheteurs et les programmeurs ont accès au marché numérique Doc Shop. La version en ligne du festival proposera un mélange d'événements, de panels et de conférences en direct et préenregistrés, et une sélection de films pour les programmeurs et les acheteurs. Les participants inscrits sont au nombre de 1 200, ce qui représente la moitié de l'assistance habituelle, mais la diversité de producteurs et d'acheteurs est meilleure que jamais, car de nouveaux acheteurs venant de parties du monde que l'on n'avait pas l'habitude de voir s'inscrivent à l'événement en ligne. Les frais d'inscription aux séances en ligne ont été réduits à 250 \$.

## LES COMMANDITAIRES

Le Canadian Film Fest a perdu un seul commanditaire. Des ententes ont été prises avec les commanditaires en nature pour que leur contribution puisse être utilisée dans le futur. Des efforts ont été déployés pour donner aux commanditaires confirmés un peu plus de visibilité, adaptée à l'expérience en ligne.

Oakville Film Festival a perdu de nombreux commanditaires locaux durement touchés par le confinement. Certains de ceux qui sont restés sont emballés et prévoient s'impliquer encore plus. Le festival cherche encore des moyens de donner de la visibilité aux commanditaires sur la plateforme de vidéo sur demande. L'intégration de leurs logos aux bandes-annonces et aux prévidéos sont des options envisagées.

## SUIVI DES QUESTIONS ET RÉPONSES (qui n'ont pu être posées pendant le webinaire, faute de temps)

### IMAGES FESTIVAL

#### Michael Howell

Je me questionne sur les ramifications du géoblocage par les distributeurs et les agents de vente. Si les spectateurs ne peuvent se déplacer jusqu'au festival (en Nouvelle-Écosse), mais qu'ils veulent y assister virtuellement et que les distributeurs sont stricts en ce qui concerne le géoblocage, cela peut devenir très problématique. Comment les festivals négocient-ils les droits de diffusion en gardant cet aspect à l'esprit?

**Images Festival a eu la chance d'obtenir le consentement de tous les artistes pour que leurs œuvres puissent être présentées sans géoblocage. Cela dit, les agents de vente et les distributeurs peuvent exiger que leurs films soient géobloqués. L'annonce faite par Hot Docs, selon laquelle le festival sera accessible pour la diffusion en continu seulement en Ontario, démontre que les distributeurs et les agents de vente semblent vouloir limiter la diffusion aux auditoires régionaux, provinciaux ou nationaux. Je présume que les nombreux festivals qui se tiennent pendant la pandémie respecteront ces conditions au mieux de leur capacité. Si vos spectateurs ne peuvent pas assister à votre événement, en raison de restrictions sur les déplacements ou du géoblocage, il pourrait être utile de voir où ils vivent et de leur suggérer des événements ou festivals similaires qui se tiennent dans leur région.**

### HOT DOCS

#### Shauna Hardy Mishaw

Utilisez-vous Eventive et Eventival?

**Notre système de billetterie est Agile et il gère le traitement des paiements et l'émission de billets virtuels. CineSend fournit ensuite l'hébergement des vidéos. Ce fut une intégration personnalisée.**

#### Shauna Hardy Mishaw

Quelle rémunération offrez-vous aux cinéastes et aux distributeurs avec ce modèle?

**Nous partageons les revenus avec les détenteurs des droits.**

#### Tonya Williams

Si Super Channel et CBC Gem veulent tous les deux diffuser le festival, celui-ci devrait-il s'associer aux deux diffuseurs et donner le choix aux cinéastes au cas où ils auraient déjà une entente avec un des deux diffuseurs? Et est-ce une bonne idée d'avoir un volet de diffusion ouvert et un volet privé géobloqué dans un même festival? En d'autres mots, devons-nous nous limiter à des exclusivités.

*Réponse fournie par Tara Taylor, Emerging Lens Cultural Film Festival (suite au webinaire, Tara a transmis une discussion avec un cinéaste au sujet de la distribution en ligne).*

**Déplacer les festivals de films en ligne en raison du coronavirus soulève des questions complexes pour toutes les personnes concernées. Dans bien des cas, nous n'avons pas encore de réponse claire à certaines des questions soulevées. Pour les films ayant un distributeur canadien qui détient les droits de diffusion canadiens (y compris pour la vidéo sur demande par abonnement), si les droits de diffusion canadiens ne sont pas exclusifs, la participation du film à un « festival en ligne » ne devrait pas poser de problème du point de vue du distributeur.**

**Ce qui pourrait soulever un problème, par contre, c'est le fait que le film se trouve toujours dans la fenêtre de deux ans relative à l'admissibilité aux festivals de films. La plupart, si ce n'est la totalité, des festivals disqualifient les films qui ont été diffusés dans la région où se tient le festival, et même n'importe où dans le monde dans certains cas. On peut certainement faire valoir que le fait de rendre un film accessible dans le cadre d'un « festival de films en ligne » équivaut à une diffusion et risque, par conséquent, d'entraîner une disqualification. La question n'est certes pas claire, et je doute qu'on puisse lui donner une réponse définitive.**

**On peut également faire valoir que la situation exceptionnelle que nous vivons demande que l'on assouplisse la détermination de ce qui constitue une « diffusion », afin de faciliter la participation des films aux « festivals de films en ligne ». Certains cinéastes et distributeurs pourraient être rassurés, avant d'accepter de participer à un « festival en ligne », de savoir que le film sera accessible pendant une période de temps limitée (disons 72 heures) et dans une certaine région seulement (Canada, par exemple).**

### **BRENDA LIEBERMAN\***

Directrice/Responsable de la programmation, Calgary Underground Film Festival

*\*Brenda Lieberman a offert de partager certains points additionnels pendant la table ronde virtuelle des festivals de films canadiens du 1er mai 2020, mais elle n'a pas pu y participer en raison de contraintes de temps. Brenda nous transmet ici un résumé de ses commentaires, en complément des notes de la rencontre de Téléfilm :*

- Le pourcentage des films préinvités ou sélectionnés qui seront diffusés en ligne est de beaucoup inférieur pour les festivals qui misent davantage sur les gros distributeurs ou sur le contenu narratif (surtout s'il ne s'agit pas d'un festival majeur avec des premières de longs métrages). Je trouve que les films qui sont les plus souvent acceptés pour une diffusion en ligne sont les courts métrages, les documentaires et les films indépendants peu ou pas distribués (et même eux sont parfois hésitants). Nos deux festivals, et ceux avec lesquels j'ai discuté et qui ont un contenu similaire, ne reçoivent une approbation que dans 40-50 % des cas (et parfois, moins de 30 %). Il faut alors recommencer et revoir la programmation. Ma recommandation aux festivals qui souhaitent adopter la diffusion en ligne serait de se simplifier la vie en mentionnant d'emblée que la diffusion en ligne est une possibilité, dès l'invitation du film et les premières négociations des cachets. De plus, les festivals plus gros qui programment des premières connaîtront un succès plus important avec certains titres que les festivals de taille petite à moyenne, alors de nombreux films et distributeurs souhaiteront attendre.

- Les coûts de diffusion en ligne ne doivent pas être sous-estimés. Nous pensions à l'origine qu'il s'agissait d'une solution abordable, mais ce n'est vraiment pas toujours le cas. Selon vos besoins et ce que vous souhaitez présenter (en direct vs sur demande, appli vs navigateur, etc.), les coûts peuvent facilement varier entre 5 000 \$ et 20 000 \$. Le transfert des frais de location de salle à ces fins entraîne des défis supplémentaires, difficiles à surmonter sans budget. De plus, même les entreprises canadiennes présentent des devis en USD et notre dollar est faible présentement. Cela dépend également du nombre de films à présenter et du fournisseur de service de billetterie.

- Les coûts élevés de projection toujours en vigueur, les frais des plateformes de diffusion en continu et les coûts techniques, sans oublier le risque de vendre moins de billets, sont tous des points majeurs à considérer dans le budget.

Dans notre cas, plusieurs raisons nous forcent à adopter la diffusion en ligne, plutôt qu'annuler. Nous devons donc transformer la situation en investissement à long terme et bien que nous n'ayons pas l'intention de remplacer nos événements par des diffusions en ligne et sur demande, nous devons inclure cette réalité à nos programmations futures pour récupérer les investissements effectués cette année sur les plateformes en ligne.

## COMMENTAIRES EN LIGNE PENDANT LE WEBINAIRE

### **Samuel La France – Images Festival**

Merci pour les excellentes recommandations sur les autres options Aaron! Attention tout le monde concernant Twitch – ils ont une clause bizarre écrite en petits caractères qui indique qu'ils s'approprient tout contenu diffusé en continu en direct sur leur site (!), alors nous nous sommes tenus loin de ça : )

### **Aaron Zeghers – Gimli Film Festival**

J'aurais dû le mentionner Wendy, mais le Gimli Film Festival aura une plateforme de vidéo sur demande en ligne à laquelle les détenteurs de laissez-passer et de billets individuels pourront accéder, mais nous aurons ÉGALEMENT un GFF Live Stream sur notre site Web qui sera entièrement gratuit et présentera tout au long du festival des projections de films, des séances de questions et réponses avec les cinéastes, des panels, etc.

### **Guy Lavallee**

Si vous avez d'autres questions, ou aimeriez connaître l'analyse rétrospective que nous ferons de notre événement, qui se terminera le 17 mai, n'hésitez pas à communiquer avec moi par courriel à [guy@northwestfest.ca](mailto:guy@northwestfest.ca)!

### **Andrew Connors**

Available Light paie déjà un compte Vimeo Pro et pourrait héberger des films via son compte Vimeo.

### **Steve Shroeder – Calgary International Film Festival**

Je suis d'accord avec notre collègue de Gimli que nous avons l'occasion de mettre à profit le poids du nombre pour voir s'il est possible de négocier des ententes cohérentes et mutuellement avantageuses avec les distributeurs. De plus, il serait dans l'intérêt de tous de mettre en place des lignes directrices générales concernant le géoblocage et les fenêtres de diffusion, afin de ne pas nuire à la programmation et au marché local ou régional des autres. Ce sera peut-être un peu compliqué, mais c'est important de se pencher sur cette question, car il est possible que la situation se prolonge au-delà de l'année en cours; et certains d'entre nous pourraient décider de demeurer dans l'espace numérique une fois que la crise sera passée.