

TABLE RONDE DES FESTIVALS CANADIENS FRANCOPHONES

ENSEMBLE CONTRE LA COVID-19

30 avril 2020

NOTES SOMMAIRES

CONTEXTE

Pour donner suite à 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 les directeurs de festivals en vue d'un partage d'expériences en ligne et de solutions disponibles. Cette démarche s'inscrit dans la lignée des échanges du groupe de codéveloppement des festivals francophones initié par le directeur du Festival du cinéma de la Ville de Québec, Ian Gailer, en collaboration avec Téléfilm. Elle s'aligne avec le positionnement de Téléfilm comme « partenaire de choix », souhaitant ainsi favoriser une plus grande collaboration entre festivals francophones et avec les autres au Canada anglais. Une visioconférence a réuni les festivals anglophones le 1er mai.

La rencontre virtuelle a réuni 40 participants. Sophie Therrien chargée de projet, Promotion nationale et communications, a prononcé le mot de bienvenue et l'introduction, et Francesca Accinelli, directrice, Promotion et communications a animé la séance. Six présentations ont été faites dans l'ordre suivant :

- Marie-Elaine Riou (Festival REGARD)
- Philippe del Drago (FIFA - Festival international du film sur l'art)
- Géraldine Le Chêne (Festival Vues d'Afrique)
- Ségolène Roederer (Gala Québec Cinéma)
- Catherine Légaré-Pelletier (Festival Plein(s) Écran(s))
- Manuel Badel (Solution Featurely)

ORGANISER UN FESTIVAL EN LIGNE

Le Festival REGARD, le FIFA et Vues d'Afrique ont été forcés de se réinventer pour se transposer en ligne à brève échéance. Une décision difficile pour le Festival REGARD qui devait aussi démonter le festival interrompu. En peu de temps, ils leur a fallu faire un choix de plateforme, réorganiser les tâches, s'adapter aux règles de l'Internet, transposer la logique du festival sur le Web – en veillant à offrir une période de visionnement avant la remise de prix par exemple - et faire un choix parmi toutes les activités, celles à faire vivre en ligne et celles à abandonner. Le FIFA s'est d'abord concentré sur la disponibilité des films, en impliquant les ayants-droits. Il a ensuite cherché à préserver la relation établie avec le public, puis à mettre en place les conditions des sessions Q&A avec les réalisateurs et réalisatrices sous forme vidéo. On a fait une croix sur les rencontres professionnelles qui n'ont pas suscité leur adhésion (ceux-ci privilégiant les rencontres en face-à-face). Pour Vues d'Afrique, une présence en ligne était planifiée et souhaitée depuis plusieurs années, avec déjà l'expérience d'une première tentative il y a 7 ans. L'expérience d'avril 2020 a permis de présenter plus de 50% de la programmation annoncée. Le FIFA y pensait également dans une optique de présence en ligne durant toute l'année. Le Festival REGARD a du tout apprendre. Dans tous les cas, il a fallu faire vite et ajuster au fur et à mesure.

CHOIX DE PLATEFORME

Les partenariats déjà établis avec des plateformes et diffuseurs ont fait toute la différence. Sans eux, il n'aurait probablement pas été possible de réussir dans de si courts délais.

Le Festival Regard a pu compter sur ses partenaires habituels La Fabrique culturelle de Télé-Québec, Crave, le site de diffusion documentaire Tënk et Unis TV. Le FIFA a choisi la plateforme Vimeo, ayant rapidement conclu qu'une offre de vidéo sur demande ne pouvait pas être organisée à si brève échéance. Il fallait basculer en 48 heures. Vues d'Afrique a d'abord discuté avec ses deux radiodiffuseurs partenaires, Quebecor et TV5unis.ca, pour finalement choisir ce dernier étant donné le positionnement « francophonie » des deux institutions. La programmation jeunesse du festival, qui ne fait pas partie de l'entente avec le diffuseur, a été diffusée directement via le site de Vues d'Afrique.

Marie-Elaine Riou du Festival REGARD a souligné la nécessité de se préoccuper de l'expérience client en simplifiant la navigation via une page d'accueil unique qui donnera accès aux différentes plateformes partenaires et de la visibilité aux commanditaires. Prévoir une FAQ est important afin de guider les utilisateurs pour les aider à se connecter et limiter le volume de questions.

Philippe del Drago du FIFA tire plusieurs leçons de son expérience. Le choix de Vimeo a rendu complexe la perception des taxes par provinces et leur comptabilité. La numérisation des films sur serveur requiert une grande bande passante, ce qui n'est pas toujours le cas lorsqu'on travaille à domicile. Il faut également un haut débit pour la connexion entre le serveur et la plateforme de diffusion. Le diable est dans les détails. Il précise encore qu'il faut avoir en tête les capacités de connexions de moins bonne qualité dans les régions "éloignées" du Canada. Retombée positive, le FIFA a établi des relations avec une trentaine de festivals au Canada, en Europe et même jusqu'au Moyen-Orient, dont certains l'ont sollicité pour son expertise récemment acquise.

ENGAGEMENT DES AUDITOIRES

Les trois premiers intervenants ont témoigné d'une expérience réussie. Pour le Festival REGARD, la sélection « REGARD en prolongation » qui propose dix films exclusifs tirés de la plus récente édition sur la plateforme La Fabrique culturelle a connu 26 000 visionnements en 10 jours comparativement à 5 000 l'an dernier. La diffusion d'une partie de la programmation sur le site du Festival Plein(s) Écran(s), en suivant l'ordre prévu, a attiré le double de l'auditoire habituel. Pour le FIFA et Vues d'Afrique, le nombre de visionnements et le développement de nouveaux auditoires dépassent ce qui aurait pu être réalisé en salles, notamment par une diffusion élargie à l'ensemble du Canada. Vues d'Afrique a enregistré 50 000 vues uniques d'une durée d'écoute de 25 minutes et plus sur TV5unis.ca, avec un total de 500 000 vues pour l'ensemble du festival. Le FIFA a connu de bons succès à Toronto et Vancouver, ciblés par une campagne publicitaire en ligne. Au total, 123 000 vues sur Vimeo.

Reste à voir maintenant si ces résultats seront ponctuels ou apporteront un changement structurel qui pourra durer. Le Festival REGARD a pu observer que les sessions de Q&A via Facebook Live étaient plus riches qu'en salle. Le public du FIFA a répondu avec enthousiasme à l'invitation de faire part de ses commentaires et appréciations aux réalisateurs des films présentés. Des centaines de messages leur ont été transmis, ce qui les a beaucoup touchés. Le Festival Vues d'Afrique a fait revivre en ligne son espace convivial le Baobar permettant aux festivaliers de se retrouver en fin de journée autour de différentes prestations musicales, humoristiques et de DJ. Le FIFA a presque atteint ses objectifs de revenus de billetterie, dont les ventes avaient augmenté de 50 % avant l'ordre de confinement, par la vente de laissez-passer au prix de 30 \$, donnant accès à 180 films durant les 13 jours du festival. Philippe del Drago s'est d'ailleurs dit inquiet de l'abondance d'offre gratuite durant la période de confinement, qui pourrait à terme desservir le milieu culturel.

GÉRER LES DROITS DE DIFFUSION

Tous les programmeurs se sont assurés de reconfirmer la libération des droits avant la mise en ligne, particulièrement auprès des lauréats, en limitant la durée – que pour les dates du festival ou quelques semaines de plus pour les films primés - et au territoire canadien par géoblocage. La réponse a été généreuse et enthousiaste, dans un esprit de solidarité. Le Festival REGARD n'a pas cherché à tout mettre en ligne pour ne pas nuire à la carrière de films attendus dans d'autres festivals. Le FIFA a pu mettre 75 % de sa programmation en ligne, soit 180 films sur les 240 au programme, en consultations avec ses homologues des autres festivals où les films étaient attendus. Dans les circonstances, on n'a pas appliqué avec rigueur l'exigence de primeur pour des films qui auraient déjà été diffusés en ligne. Pour Vues d'Afrique, il a fallu tout reconfirmer en deux semaines. Des 100 films en sélection, 55 ont été présentés en numérique sur les dix jours du festival, à raison de 11 films mis en ligne par jour pour une période 48 heures.

REDONNER AUX COMMANDITAIRES

Le Festival REGARD a perdu certains commanditaires eux-mêmes frappés par le confinement tandis que d'autres attendent une compensation lors d'une prochaine édition. La relation a été maintenue avec chacun d'entre eux.

COLLABORER AVEC LES DIFFUSEURS

En ce qui concerne l'annulation du Gala Québec Cinéma, Ségolène Roederer a expliqué que le passage au virtuel a redéfini la collaboration avec Radio-Canada. Comme il ne s'agit plus de produire un grand événement télévisé, les équipes des communications et du Web de la SRC mettent leur expertise au service de la promotion des prix Iris afin que leur attribution virtuelle produise le même impact promotionnel pour le cinéma québécois. Il s'agira probablement d'un chapelet d'actions plutôt qu'un seul temps fort. Le dévoilement des finalistes sur Facebook Live a été très suivi. Les jurys virtuels ont été tout aussi efficaces qu'en personne. Contrairement aux cinq dernières éditions, le SPRINT Gala destiné à mousser l'événement par la diffusion en ligne d'un bouquet des films finalistes et lauréats va porter l'ensemble des activités et non l'inverse.

PROMOUVOIR LES COURTS MÉTRAGES D'ICI

Catherine Légaré-Pelletier du Festival Plein(s) Écran(s) qui se déroule entièrement sur Facebook a expliqué comment la plateforme, qui compte 34 000 abonnés et 3,7 millions de visionnements, s'est associée à des festivals régionaux annulés/reportés en offrant l'hébergement et la promotion des courts métrages programmés. Le partenariat est établi dans un esprit d'échange qui vise à desservir la région où le festival devait se dérouler (les longs métrages étant diffusés par la Fabrique culturelle de Télé-Québec). Les films sont disponibles sur la page du Festival Plein(s) Écran(s) et le site du partenaire pour un visionnement gratuit durant une période de 24 heures. La plateforme Facebook permet de transposer en ligne plusieurs composantes du festival partenaire : sessions de Q&A, heures de visionnement fixes, vote du public, projections commentées, séances en direct. Depuis sa création il y a quatre ans, l'équipe a acquis une maîtrise de tous les aspects de Facebook, comme les changements à son algorithme et l'exploitation des riches données d'auditoire. La plateforme supporte la diffusion en version originale avec sous-titrage en plusieurs langues, en respectant l'ordre de présentation des films établi par les programmeurs afin d'être au plus proche de l'expérience en salle. Plein(s) Écran(s) peut offrir une diffusion à l'année des courts métrages du festival partenaire, ce qui prolonge sa présence et pourrait ainsi stimuler le retour du public une fois la crise terminée.

Contact: cle gare@pleinsecrans.com ou sur [Facebook](#).



▶▶ PARTENAIRE DE CHOIX

TELEFILM
C A N A D A

UNE SOLUTION EN LIGNE ADAPTÉE

Manuel Badel a présenté le projet Featurely actuellement en recherche de partenaires financiers et pour la phase pilote. Il s'agit d'un module de gestion des droits qui vient se greffer aux plateformes existantes en suivant le modèle de vidéo sur demande. L'interface remplit trois fonctionnalités : la billetterie, la traçabilité, et un suivi de la fréquentation qui permet de personnaliser la relation avec l'auditoire. La gestion des droits et la comptabilité en sont donc simplifiées. Les données étant disponibles sous forme de tableau de bord en temps réel, il devient possible de faire la promotion d'un film moins vu afin d'accroître les ventes ou de personnaliser la visibilité des commanditaires. Les paramètres d'accès permettent tous les scénarios : visionnements pour jurys, pour professionnels, nombre de visionnements plafonné, géoblocage. La recherche des titres par mots-clés alliant intelligence artificielle et intervention manuelle est également offerte afin de respecter l'intention du programmeur.

L'auditoire, que ce soit dans le contexte d'une plateforme de vidéo sur demande, d'un festival ou d'un marché professionnel, bénéficie d'un concierge numérique qui permet notamment, via le système de billetterie, des transactions à la pièce et une expérience totalement personnalisable. Featurely vise à stimuler l'engagement des auditoires tout en offrant aux festivals et initiatives en ligne un outil de monétisation et un système sécurisé de traçabilité et de paiement des ayants-droits, adapté au contexte canadien.

Développé par une équipe combinant une vaste expérience de l'industrie et une expertise technologique poussée, Featurely est une solution numérique pour un environnement de plus en plus numérique. Featurely n'a pas pour vocation de remplacer l'événement. Il s'agit d'une solution de long terme, une alternative ponctuelle ou un complément pour favoriser de nouveaux modèles d'affaires à l'année longue (interaction avec les publics cibles, offre diversifiée pour les commanditaires, génération de nouveaux revenus).

Contacts: manuel@badelmedia.com / romeo.ware@stonepaper.io

