



FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA
Initiative pilote Web-Ciné 360

Appel à projets pour le marketing en ligne
des longs métrages de langue anglaise

CONTEXTE

Téléfilm Canada (Téléfilm) lance un appel à projets pour Web-Ciné 360, une initiative-pilote destinée aux sociétés de distribution admissibles pour le marketing en ligne des longs métrages de langue anglaise récemment soutenus en production par Téléfilm.

Téléfilm souhaite encourager dans les pratiques d'affaires, l'intégration du marketing en ligne et l'utilisation des médias sociaux et ce, largement en amont de la sortie des films. Les sociétés de distribution admissibles pourront donc déposer des demandes plusieurs mois avant la sortie des projets en cours de production, afin d'élaborer et mettre en œuvre une phase de marketing en ligne basée sur le potentiel de mesure, d'analyse et de promotion qu'offrent les technologies et les médias numériques.

Web-Ciné 360 appuie les objectifs stratégiques de Téléfilm en termes de recettes-guichet et de développement du potentiel de l'industrie. En outre, Téléfilm souhaite travailler avec l'industrie pour parfaire la connaissance des stratégies axées sur les médias interactifs, de leurs modalités de mise en œuvre et de leur impact potentiel sur la mise en marché des projets dans lesquels elle investit.

OBJECTIFS DE L'INITIATIVE

Encourager les demandes de marketing pour des stratégies de promotion innovatrices utilisant les outils de marketing interactif et les médias sociaux afin de :

- Développer en amont la notoriété du projet, encourager la rumeur et créer un fort sentiment d'anticipation chez le public; et
- Encourager l'accès aux outils de marketing interactif auprès des distributeurs de films afin d'élargir le public cible.

ADMISSIBILITÉ

1. Requérants admissibles

Les requérants admissibles doivent être des sociétés de distribution cinématographique canadiennes approuvées par Téléfilm et admissibles au volet sélectif selon les Principes directeurs du Programme d'aide à la mise en marché des productions de langue anglaise et de langue française du FLMC. Les

sociétés requérantes intéressées sont encouragées à consulter ces principes directeurs au préalable sur le [site Web](#) de Téléfilm afin de s'assurer de leur admissibilité.

À noter : Malgré que les producteurs ou réalisateurs ne sont pas admissibles à l'initiative-pilote, Téléfilm s'attend à ce qu'ils soient activement impliqués dans le projet dès le dépôt de la demande.

2. Projets admissibles

Pour être admissibles, les projets doivent être des projets de longs métrages de fiction de langue anglaise uniquement soutenus par Téléfilm par le biais d'un des deux programmes suivants : le programme d'aide à la production des longs métrages de langue anglaise ou le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget de langue anglaise.

Conditions essentielles des projets visés par la présente initiative-pilote:

- Le projet est admissible selon les principes directeurs du Programme d'aide à la mise en marché des productions de langue anglaise et de langue française du FLMC.
- Un projet soutenu en production dans le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget doit bénéficier d'une entente de distribution conforme.
- Le lancement du film ne doit pas être déjà effectué ou imminent : a priori, une demande standard devrait être faite **au moins 6 à 8 mois avant le lancement**.
- Pour le dépôt d'une demande, le projet doit au préalable avoir reçu une lettre d'offre de Téléfilm pour une aide en production dans l'un des deux programmes mentionnés ci-haut. Pour que ce projet soit ensuite accepté dans le cadre de l'initiative-pilote, l'entente formelle pour la participation de Téléfilm en production devra avoir été conclue.

3. Dépenses et type d'activités

Les dépenses doivent être relatives uniquement à des **activités (services et outils) de marketing en ligne** destinés à renforcer la promotion et la mise en marché des films, notamment :

- Les honoraires de spécialistes de marketing en ligne, de référencement et de technologies web en général;
- La mise en ligne d'un site web comportant du contenu riche;
- La création et l'ajout de contenus sur des médias sociaux tels que: blogs, Facebook, Twitter, YouTube;
- Les honoraires de personnels assurant le maintien d'une activité continue sur les réseaux sociaux;
- Les éventuels coûts liés à une visibilité ou l'utilisation d'outils provenant de sites spécialisés tels que MovieSet.com ou Cinoche.com; et
- Les dépenses de publicité en ligne (tels que achats de mots et de bannières traditionnelles).

4. Coûts admissibles

- En fonction du projet présenté et de la disponibilité estimée, ou de la nécessité, de ressources particulières (experts, technologies, etc.), une certaine proportion des dépenses admissibles pourra être constituée de coûts étrangers.
- Cependant, dans tous les cas, au moins 75 % des coûts admissibles doivent être engagés au Canada.

LIVRABLES ANTICIPÉS

- Toutes statistiques de fréquentation des éléments en lignes développés et mis en œuvre durant cette phase de marketing. Des outils reconnus d'analyse devront être utilisés et une entreprise de services spécialisée devra avoir été retenue et approuvée par Téléfilm.
- Un rapport d'analyse commentant / démontrant l'efficacité de la stratégie de marketing en ligne développée et son impact sur la phase subséquente de mise en marché du film.
- Un accès en ligne à l'outil d'analyse pour les analystes de Téléfilm.
- Un rapport de coûts relatif à cette phase de marketing en ligne, accompagné de la déclaration appropriée.

PARTICIPATION FINANCIÈRE ET RÉCUPÉRATION

- La participation financière prendra la forme d'une avance remboursable ne portant pas intérêt et sera limitée à 75 % des coûts admissibles, jusqu'à un maximum de 50 000 \$. Les sociétés de distribution admissibles sont encouragées à déposer rapidement leurs demandes, les ressources financières allouées à cette initiative-pilote étant très limitées.
- Les sommes seront remboursables au dernier palier de récupération, après récupération entière par le distributeur de son minimum garanti et de toutes dépenses additionnelles de distribution admissibles.

DÉPÔT DES PROJETS

1. Traitement des demandes

Le traitement s'effectuera dans le cadre du volet sélectif du Programme d'aide à la mise en marché des productions de langue anglaise et de langue française.

2. Documents à soumettre

Les requérants doivent soumettre uniquement les documents relatifs à l'initiative-pilote Web-Ciné 360 et énumérés dans le formulaire du Programme d'aide à la mise en marché des productions de langue anglaise et de langue française, disponible sur le [site Web](#) de Téléfilm.

Modèle de budget

- Les requérants auront à intégrer leurs dépenses admissibles au budget habituellement utilisé dans le cadre des demandes au Programme d'aide à la mise en marché des productions de langue anglaise et de langue française.
- Le sommaire de ces dépenses sera intégré à la ligne « test de marché » qui devra être renommée « marketing (tests, outils en ligne, précampagne) ».

À noter : les requérants seront invités à fournir une ventilation budgétaire détaillée avec les documents à soumettre lors du dépôt de leur demande.

Rapport de coûts

- Les coûts relatifs à cette phase de marketing en ligne devront être présentés selon le même modèle que la ventilation budgétaire mentionnée ci-dessus. Les écarts et dépassements majeurs devront

être expliqués et justifiés. Une déclaration appropriée selon la taille du budget approuvé devra accompagner le rapport de coûts.

- Les coûts acceptés et reconnus par Téléfilm devront ensuite être consolidés avec les dépenses de la phase subséquente de mise en marché, le cas échéant. Ils seront donc intégrés au rapport de coûts final de mise en marché du film.

3. Critères d'évaluation

Les éléments suivants serviront de base à l'évaluation qualitative des projets :

- Résumé du projet (2-3 pages environ) décrivant :
 - La pertinence de la stratégie de marketing en ligne : adéquation du concept, des outils de promotion en ligne et du calendrier envisagés avec le genre et l'auditoire visé du film.
 - L'équipe de projet et compétences techniques et commerciales.
 - Les objectifs, critères de mesures et indicateurs de performance de cette phase.
- Budget et structure financière.
- Proposition ou entente de service détaillée d'une (ou plusieurs) entreprise(s) / consultant(s) de services web.

À noter :

- Les projets admissibles devant se situer en amont du lancement des films, donc en parallèle de l'avancement de la production du projet, l'évaluation tiendra compte du niveau de collaboration démontré entre la société de distribution et le producteur / réalisateur dans l'élaboration et la mise en œuvre de cette phase de marketing en ligne.
- En fonction de la quantité et de la qualité de la demande et en tenant compte de ses objectifs stratégiques liés à cette initiative-pilote, Téléfilm veillera à assurer une diversité des projets et des sociétés soutenus afin de maintenir une représentativité optimale de l'industrie.

4. Comment faire une demande ?

Les ressources financières de cette initiative-pilote étant limitées, les requérants intéressés sont invités à déposer une demande dès maintenant à leur bureau régional de Téléfilm. Veuillez consulter le formulaire de demande sur le [site Web](#) de Téléfilm.