

Le 23 juin 2009

Le conseil d'administration du Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell a annoncé ses décisions faisant suite aux demandes du 1^{er} mai 2009.

Les nouveaux projets suivants ont obtenu une subvention à la **production** :



4200, boulevard Saint-Laurent
Bureau 503
Montréal (Québec) H2W 2R2
Tél.: (514) 845-4418
Télé.: (514) 845-5498
Courriel: fondsbell@jpf.ca
www.fondsbell.ca

2 Carlton St., Suite 1709
Toronto, Ontario M5B 1J3
Tel.: (416) 977-8154
Fax: (416) 977-0694
e-mail: bellfund@jpf.ca
www.bellfund.ca

RADIODIFFUSION

NOUVEAUX MÉDIAS

Get Involved: Power of the Hour	Get Involved 2: Power of the Hour
<p>Q Media Solutions Dorothy Engleman, Richard Quinlan TVO, 25 x 4 minutes</p> <p><i>Get Involved</i> consiste en une série de documentaires intimistes dans lesquels on découvre divers Canadiens fascinants ayant laissé leur marque non pas à l'arrière-scène, mais à l'avant-plan. Nous y faisons la connaissance d'activistes et d'entrepreneurs sociaux qui, chacun à leur façon, font leur marque dans la société. L'émission encourage les téléspectateurs à trouver eux aussi une façon de s'impliquer.</p>	<p>Q Media Solutions Dorothy Engelman/Richard Quinlan</p> <p>L'activisme social au coeur de <i>Power of the Hour</i> invite les écoles, les groupes communautaires et les entreprises à dévoiler la nature de leurs activités, et aussi à établir des contacts et se mettre au défi les uns les autres. Diverses alertes et éléments de contenu permettent à l'utilisateur de participer et de suivre le cumul de ses heures, tout en invitant amis et collègues à se joindre à son groupe ou à la cause qu'il appuie.</p>
<p>Ice Pilots NWT (auparavant Buffalo Air)</p> <p>Propheads Productions Ltd. (Omni) Producteurs : David Gullason, Gabriela Schonbach History, 13 x 60 minutes</p> <p>Cette série nous fait découvrir une compagnie aérienne peu ordinaire dans le Grand Nord canadien. Buffalo Airways compte en effet une flotte d'avions à hélices datant de la Seconde Guerre mondiale, abandonnés depuis longtemps par la plupart des autres transporteurs. Bravant des températures glaciales et des blizzards aveuglants, les pilotes parviennent à atterrir leur engin sur des lacs gelés ou des pistes non éclairées, dans de minuscules villages Inuits ou près des mines des Territoires du Nord-Ouest.</p>	<p>Ice Pilots NWT (auparavant Buffalo Air)</p> <p>Propheads Productions Ltd.(Omni) Productrice : Gabriela Schonbach Entreprise de services en nouveaux médias : Switch Interactive</p> <p>Ce site Web s'avérera une mine d'or de renseignements sur l'un des principaux « personnages » de la série, soit le Grand Nord lui-même. On y retrouvera notamment une carte interactive créée avec l'aide de l'interface <i>Google Maps</i>, ainsi qu'un engin de contribution pour le contenu généré par les utilisateurs. Le site comportera aussi des capsules vidéo sur les terminologies aéronautiques, des photos, des modèles vidéo et en 3D des avions de la flotte de Buffalo Airways, des capsules de baladodiffusion, des jeux-questionnaires sur le Grand Nord ainsi qu'une communauté d'intérêts pour les amateurs.</p>
<p>Crash and Burn (auparavant Lawyers, Guns and Money)</p> <p>Investigator (Series I) Films Inc. Producteur : Thom Pretak Showcase, 13 x 44 minutes</p> <p>Jimmy Burns est un expert en assurances plutôt sûr de lui, oeuvrant au sein d'une entreprise anonyme dans un univers où règnent le crime organisé et l'escroquerie. Il est peu familier avec le côté sombre des assurances et doit rapidement se frayer un chemin entre la pression du monde</p>	<p>Crash and Burn Interactive (auparavant Lawyers, Guns and Money Interactive)</p> <p>Investigator (Series I) Films Inc. Producteurs : Penny McDonald & Peter Miskimmin Entreprise de services en nouveaux médias : Jam3media</p> <p>Deux composantes formeront l'essence de ce site Web. La première consistera en un site à même un autre, une « assurance protection » offrant aux internautes un accès à des « dossiers confidentiels » sur l'émission. La seconde composante consistera</p>

des affaires et celle du monde interlope – tout en évitant d’être rattrapé par son passé douteux.	quant à elle d’entrevues interactives. La section « Anatomie d’un accident » établira la chronologie détaillée d’une collision automobile et de ses conséquences du point de vue des assurances.
<p>Monstories</p> <p>Facelift Enterprise inc. Producteur : Heidi Newell SRC, 52 x 1 minute</p> <p>Monstories met en scène deux monstres malicieux, Max et Mel, et leur troupe d’acteurs de soutien. La facture graphique de ces 52 courts-métrages d’une minute sans dialogues est composée d’images animées par ordinateur et de dessins faits main d’une grande qualité, accompagnés d’une musique originale tzigane.</p>	<p>Monstories Internet Initiative</p> <p>Facelift Enterprise inc. Producer : Heidi Newell NM Service Company : Mécano</p> <p>Le site propose une application au dessin animé et à la production web de l’approche conceptuelle des objets réutilisables interopérables. Les contenus seront adaptés aux différents contextes culturels et plateformes de diffusion. On y retrouvera une banque d’objets, des activités de type casse-tête et jeux de mémoire, une chasse aux trésors, un jeu Flash convergent et un Monster Club donnant accès à des contenus inédits.</p>
<p>One Ocean</p> <p>One Ocean Productions Inc. Producteurs : Merit Jensen Carr CBC, 4 x 60 minutes</p> <p>Cette série documentaire, animée par David Suzuki, explore la richesse la plus précieuse de notre planète : notre océan global. Ayant pour guides les spécialistes des sciences de la mer les plus innovateurs au monde, les téléspectateurs découvriront de toutes nouvelles facettes de la vie marine. La série trace un portrait sans ménagement de l’état actuel de nos océans, au moment où les scientifiques s’entendent tous pour affirmer que l’on doit agir maintenant pour protéger cette vaste richesse.</p>	<p>One Ocean Interactive</p> <p>One Ocean Productions Inc. Productrice : Alexa Rosentreter Entreprise de services en nouveaux médias : Tactica Communications</p> <p>Grâce à ses ressources canadiennes et son recours à la technologie <i>Google Ocean</i>, ce site permet aux internautes d’explorer et de découvrir nos océans à bord de leur propre sous-marin en 3D, d’interagir avec d’autres utilisateurs dans leur écosystème, de planifier un repas de fruits de mer écolo, d’observer la vie préhistorique, de simuler des plongées interactives et de s’engager à faire leur part. L’apprentissage et le divertissement seront au cœur de cette expérience interactive, grâce à des jeux instructifs, du matériel pour les enseignants, des capsules de baladodiffusion, des nouvelles cumulatives et des applications pour médias sociaux.</p>
<p>On est tous des artistes – saison 2</p> <p>PVP Films inc. Producteurs : Vic Pelletier, Vincent Leroux ARTV, TFO, 10 x 30 minutes</p> <p>Chaque émission s’ouvre sur l’univers de deux artistes différents. Ces artistes ne sont pas des professionnels et sont souvent surpris qu’on s’intéresse à eux. Plus qu’une simple découverte des œuvres de ces peintres, sculpteurs, poètes et musiciens, c’est une incursion dans leur vie de tous les jours à laquelle le spectateur est convié.</p>	<p>On est tous des artistes – phase 2</p> <p>PVP Films inc. Producteur : Sam De Champlain</p> <p>La phase 2 du site Web viendra élargir le bassin d’artistes amateurs et en émergence. Le site permettra de vendre ou d’acquérir des œuvres, offrira quantité de nouvelles fiches sur l’Histoire de l’art, incitera de nouveaux artistes à exposer leurs créations et invitera les visiteurs à échanger entre eux au sein d’une micro communauté.</p>
<p>Pirates!</p> <p>Privateer Productions Inc. Productrice : Katrina Walsh CBC, 16 x 11 minutes</p>	<p>Pirates Interactive</p> <p>Halifax Film Digital Producteur : Graham MacDougall</p> <p>Ce projet multiplateforme permettra aux jeunes de</p>

<p>Marins d'eau douce, bienvenue dans l'univers des pirates! Là où les jeunes de 4 à 6 ans ne font pas que s'instruire sur l'art – ils créent eux-mêmes leurs propres œuvres et les partagent avec les autres! Voici un monde dans lequel les enfants peuvent construire des choses incroyables, s'amuser avec des jeux à la fois créatifs et divertissants, et participer à des activités créatives dans leur propre communauté.</p>	<p>vivre une expérience artistique et créative unique. On y retrouvera notamment : divers jeux axés sur l'apprentissage des arts, comme une chasse au trésor où l'on doit retrouver diverses œuvres thématiques comme le papier mâché ou les peintures dans les cavernes; des sculptures en argile selon différents styles; un ensemble de peinture; des jeux collaboratifs visant à résoudre des énigmes artistiques; et une galerie de jeux et de capsules vidéo où l'on apprendra comment concevoir ses propres projets.</p>
<p>Sanctuary</p> <p>Sanctuary 2 Productions Ltd. Productrice : Lisa Richardson Space, 13 x 60 minutes</p> <p>Cette série nous fait découvrir une équipe de spécialistes des phénomènes paranormaux à la recherche d'Anormaux qui vivent parmi nous. L'équipe sera entraînée dans un monde à la fois mystérieux et terrifiant peuplé d'êtres qui défient la raison. Grâce notamment à des effets spéciaux percutants conçus à partir de la technologie des écrans verts, cette série entraîne le téléspectateur dans un univers des plus excitants, à mi-chemin entre la science et le surnaturel.</p>	<p>Sanctuary Online</p> <p>Sanctuary 2 Productions Ltd. Productrice : Andrea Gorfolova Entreprise de services en nouveaux médias : Xenophile Media</p> <p>Il s'agira d'un jeu en réalité alternée (<i>Alternate Reality Game</i>) en 13 parties, une composante afférente à la série conçue pour le Web et la technologie mobile. Le jeu est conçu de telle sorte que les téléspectateurs ont l'impression de jouer un rôle dans le dénouement du récit. Les internautes seront invités à relever des défis hebdomadaires qui, tout en étant basés sur des épisodes de la série, prendront aussi la forme d'une trame narrative immersive que l'on retrouvera uniquement en ligne. Les joueurs se verront confier une mission spécifique par les personnages mêmes de la série.</p>
<p>Secret World of Benjamin Bear - Cycle IV</p> <p>Amberwood Productions Productrice : Chantal Ling Family, 13 x 30 minutes</p> <p>Cette charmante série qui s'adresse aux jeunes enfants relate les aventures de Benjamin Bear, qui entraîne le jeune ourson en peluche Howie dans une formidable quête de bonheur et de réconfort à apporter aux enfants. Leurs inoubliables aventures nous permettront de découvrir l'univers secret des oursons en peluche.</p>	<p>Secret World of Benjamin Bear Online</p> <p>KLA Visual Productions Producteur : Lee Atkinson</p> <p><i>The Secret World of Benjamin Bear Online</i> s'avère une expérience interactive totale qui captive les enfants de par ses nombreux jeux, activités, films et personnages animés tirés de la série. Le site leur permet aussi de prendre part à une aventure en ligne dans laquelle ils jouent le rôle d'un des personnages de la série, et où ils prennent le contrôle d'un avatar animé qu'ils peuvent transposer dans 30 environnements interactifs.</p>
<p>Skatoony (épisodes 1-13)</p> <p>marblemedia Producteurs : Mark Bishop, Matt Hornburg Télétoon, 13 x 22 minutes</p> <p>Skatony s'avère le tout premier jeu télévisé au monde dans lequel de vrais enfants se mesurent à des personnages en dessins animés dans le but de remporter des prix excitants. L'émission comportera à la fois de vrais participants ainsi qu'une panoplie de personnages animés originaux, qui tenteront de remporter diverses rondes de questions réponses. Originellement produite au Royaume-Uni, l'émission sera transposée ici en une version distinctement</p>	<p>Skatoony.ca</p> <p>marblemedia Producteur : Ted Brunt</p> <p>Le site inclura un jeu à joueurs multiples qui offrira aux jeunes l'option de se mesurer à d'autres visiteurs dans une ronde de Skatoony, ou encore de jouer contre leurs personnages préférés tirés de l'émission. On y retrouvera aussi des renseignements sur la folle panoplie de personnalités différentes qui peuplent Skatoony, de même que des entrevues avec les jeunes participants et un mini-jeu. Une application permettra aux internautes de chanter sur les airs de toutes les chansons amusantes que l'on retrouve dans</p>

<p>canadienne, en ayant recours à des talents canadiens, des personnages canadiens et des questions axées sur le Canada.</p>	<p>l'émission.</p>
<p>Total Drama: The Musical</p> <p>Camp TV Productions (Season III) Inc. Producteur : Tom McGillis Télétoon, 26 x 22 minutes</p> <p>Pour l'équipe de Total Drama, le drame prend cette fois des proportions mondiales! Tous ces gens chanteront, danseront et se livreront une chaude lutte d'un bout à l'autre du globe lors de compétitions toutes plus extravagantes les unes que les autres. Un seul vainqueur émergera lors de ce qui sera certes la finale la plus captivante dans l'histoire de Total Drama! Cette année, notre groupe s'envolera vers des destinations exotiques où chacun tentera à sa façon de remporter la compétition.</p>	<p>Total Drama Online</p> <p>Zinc Roe Design Productrice : Anne-Sophie Brieger</p> <p>Avec ce site Web, difficile de distinguer clairement la réalité de la fiction. Les amateurs de la série auront accès à des renseignements sur les coulisses de l'émission, des photos, des nouvelles, des résumés des épisodes, des aperçus des épisodes à venir et des jeux amusants. L'action se déroulera sur deux sites, soit le site « officiel » appelé <i>Super Mega Deluxe Fan Site</i>, et le « très interdit » <i>Megafan Insider Site</i>. Tous deux invitent les amateurs à s'inscrire et à faire la preuve qu'ils sont effectivement des « mégafans ». Les membres ont droit en retour à des renseignements et des jeux exclusifs, et ont la chance de compétitionner pour devenir une véritable célébrité en ligne.</p>
<p>Vrak la vie</p> <p>Productions GFP II inc. Producer: Izabel Chevrier VRAK.TV, 26 x 30 minutes</p> <p><i>Vrak la vie</i> est une série d'émissions humoristiques de 30 minutes segmentées par des minis sketches d'une durée de 20 à 60 secondes chacun. La production sera entièrement réalisée en locations extérieures (écoles, cinéma, centre d'achat, parc, etc.) et légèrement inspirée de l'univers de la bande dessinée, et mettra en scène deux personnages principaux, Pierre et Phil. Leur quête est assez simple : terminer leur secondaire en ayant un maximum de plaisir.</p>	<p>Vrak la vie</p> <p>Fair Play Producer : Guy Villeneuve Entreprise de services en nouveaux médias : Turbulent, Furaxe & Xmedia</p> <p>Le site Internet de <i>Vrak la vie</i> transporte les jeunes dans un studio de montage virtuel – La Fabrique à sketches- et les invite à réaliser leurs propres sketches d'une durée de 15 à 45 secondes à partir de tous les plans originaux composant la série et de tous les autres éléments mis à leur disposition (graphiques, transitions, effets sonores et musicaux). Des défis hebdomadaires permettent de concourir pour le titre du meilleur sketch de la saison et de remporter des prix.</p>
<p>X-Weighted</p> <p>Weight To Go IV Productions Inc. Producteurs : Roger Larry, Candice Tipton Slice, 13 x 60 minutes</p> <p>Cette populaire émission axée sur la perte de poids, qui en est à sa quatrième saison, se penche cette fois sur une problématique qui prend des proportions épidémiques au Canada : les familles souffrant d'embonpoint. Chaque épisode nous fera découvrir une famille différente, alors que celle-ci tentera d'apporter des changements positifs, et ce, tant du côté des parents que des enfants. Ces familles seront conseillées par des experts en nutrition, en exercice et en santé tout au long d'un parcours personnel parsemé d'obstacles, qui les mènera ultimement vers une meilleure santé et un style de vie plus actif.</p>	<p>GetXWeighted.com</p> <p>Anaid Entertainment Inc. Productrice : Margaret Mardirossian Entreprise de services en nouveaux médias : Mod7 Communications</p> <p>Ce site s'avère une occasion unique pour tous les Canadiens de se débarrasser de leur excédent de poids et de se remettre en forme. Les participants s'inscrivent en ligne pour prendre part au Défi Santé National, et peuvent s'encourager les uns les autres dans leurs efforts pour perdre du poids et être en meilleure forme. Le site s'avère en quelque sorte un centre communautaire virtuel, où l'on peut obtenir des conseils d'experts en santé, en nutrition et en exercice. On y retrouve aussi d'autres ressources par l'entremise d'un blogue, de capsules de baladodiffusion, de conseils vidéo et d'une application pour technologie mobile.</p>

Les projets suivants ont obtenu une **subvention au développement** provenant du Programme de développement du Fonds Bell :

Inventions that Shaped the World marblemedia Interactive Diane Williamson	Vie de quartier Spectra Animation inc. Producteur : André A. Bélanger
White Collar Online The Nightingale Company Productrice : Debbie Nightingale	

Les organismes suivants ont obtenu du financement pour le **développement professionnel** :

L'académie canadienne du cinéma et de la télévision
Prix Gemini 2009

Atlantic Film Festival
Panel : Strategic Partners-Know Your Rights, Digitally Speaking

Femmes du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias/Women in Film, Television and New Media — Montréal
Cartes blanches multiplateformes/Multiplatform strategies

Ontario College of Art and Design
Canadian Digital Media Awards

Ontario College of Art and Design
nextMEDIA Toronto

Festival international de l'animation d'Ottawa
Programmation commanditée : L'avenir des productions Web

Women in Film and Television
Programme de médias convergents de WIFT-T

Le Fonds Bell accorde des subventions aux producteurs indépendants canadiens qui développent et produisent du contenu télévisuel exceptionnel, complété et agrémenté par du contenu interactif novateur conçu pour les plateformes numériques. Ces projets destinés aux nouveaux médias ont recours aux plus récentes percées technologiques et s'avèrent une occasion pour les producteurs et diffuseurs en télé traditionnelle de constater la valeur ajoutée d'une présence sur le Web. Au cours des onze dernières années, le Fonds Bell a investi plus de 65 millions \$ dans plus de 600 projets destinés aux nouveaux médias et associés à des émissions de télévision canadiennes.

Le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell perçoit des contributions annuelles d'environ 11 millions \$ provenant de Bell TV (auparavant Bell ExpressVu), contributions que cette dernière verse à l'industrie à titre d'entreprise de distribution de radiodiffusion. De plus, le programme de développement est soutenu à même les intérêts générés par une dotation de 10 millions \$ provenant des avantages de BCE-CTV de même que d'Aliant. Le Fonds Bell est un organisme à but non lucratif dirigé par un conseil d'administration indépendant représentant divers secteurs de l'industrie de la télévision et des nouveaux médias. Le Fonds est administré par le Fonds indépendant de production.

- 30 -

Pour de plus amples renseignements :

416-977-8154
bellfund@ipf.ca
www.bellfund.ca

514-845-4418
fondsbell@ipf.ca
www.fondsbell.ca