

17 juin 2008

Le Conseil d'administration du Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell annonce ses décisions relatives au dépôt des demandes du 1^{er} mai 2008.

Les projets suivants ont reçu une subvention dans le cadre du programme de **Production**:

TÉLÉVISION

NOUVEAUX MÉDIAS

<p>100 Mile Challenge</p> <p>100 Mile Productions Inc. (Paperny Films Inc.) Producteurs: Cal Shumiatcher, David Paperny Food Network Canada: 6 x 60 minutes</p> <p>Dans cette série, qui relève du docu-téléroman et de l'expérimentation sociale, des citoyens canadiens d'un village sont mis au défi de survivre durant 100 jours en ne consommant que des aliments produits dans les 160 kilomètres à la ronde.</p>	<p>100 Mile Interactive</p> <p>Paperny Films Inc. Producteurs: Cal Shumiatcher, Jennifer Ouano</p> <p>Sur ce site, les Canadiens seront mis en lien avec les producteurs, marchés, épiceries et restaurants qui offrent des produits locaux, et trouveront des outils et des trucs pour acheter, cuisiner et consommer localement. Les utilisateurs pourront partager leurs expériences, échanger des recettes et contribuer à la base de données nationale.</p>
<p>Busytown Mysteries, saison 2</p> <p>Busytown II Productions Inc. Producteur: Kenneth Locker CBC: 26 x 24 minutes</p> <p>Des animaux animés courent dans la ville achalandée demandant aux passants toutes sortes de bonnes et de mauvaises questions afin d'amasser les indices qui leur permettront d'élucider les divers mystères.</p>	<p>Busytown Mysteries Online</p> <p>Cookie Jar Entertainment Producteurs: Kenneth Locker, Judith Beauregard Maison de services nouveaux médias: Tribal Nova</p> <p>Ce site est une « communauté en ligne pour débutants » qui permettra aux préscolaires de se concevoir un avatar, une voiture et une maison, d'interagir grâce à des icônes de clavardage avec des personnages contrôlés par l'ordinateur, de participer à des jeux éducatifs, et d'envoyer des messages et des créations audiovisuelles au moyen des modèles « Mon premier courriel ».</p>
<p>Croquer la Gaspésie</p> <p>Les films BlikTv Inc. Productrices : Renée de Sousa, Léa Pascal ARTV, SRC : 10 x 30 minutes</p> <p>Six jeunes décrocheurs recrutés par le chef gaspésien Yannick Ouellet et la cuisinière-traiteur Dany Gasse entreprennent un périple culinaire en Gaspésie au cours duquel ils apprendront le métier d'aide-cuisinier dans le but de se raccrocher à la vie active. Nous suivrons leur cheminement tout en découvrant « l'art de vivre » gaspésien, ses producteurs, ses produits et ses lieux.</p>	<p>Croquer la Gaspésie</p> <p>Les films BlikTv Inc. Productrices : Renée de Sousa, Léa Pascal Maison de services nouveaux médias: mbiance</p> <p>Le site Internet nous fera suivre plus intimement l'évolution des six décrocheurs en plus d'offrir des sections documentant les produits régionaux. Les internautes pourront préparer leur itinéraire agro-culinaire à partir d'un répertoire interactif, jouer au grand jeu de la table en version TVi et contribuer en téléversant leurs coups de cœur.</p>
<p>Dating Guy</p> <p>Get Lucky Television Productions Inc. (marblemedia & Blueprint Entertainment) Producteurs: Mark Bishop, Matt Hornburg, John Morayniss Télétoon: 13 x 22 minutes</p> <p>Dans cette comédie de situation animée, quatre copains explorent le monde des rencontres, que ce soit pour</p>	<p>datingguy.com</p> <p>marblemedia interactive inc. Producteurs: Diane Williamson, Mark Bishop, Matt Hornburg</p> <p>Sur datingguy.com, Blackbook est un site de réseautage social centré sur les rencontres, où le « Dating Guy » interagit avec son réseau « d'amis ». Les utilisateurs peuvent s'amuser à des jeux, faire un quiz, écouter de la musique,</p>

rencontrer un loup-garou, un cambrioleur de banque ou pour procurer un rein au frère mourant de votre amie de cœur. Aucune idée n'est farfelue, aucune destination trop éloignée...	voir une vidéo, enregistrer un cabotinage, et envoyer des « widgets ». Des contenus générés par les utilisateurs et des vidéos bonus franchiront la frontière qui sépare la réalité du monde animé.
<p>Little Mosque on the Prairie, saison 3</p> <p>Little Mosque Productions III Ontario Inc Producteurs: Michael Snook, Colin Brunton, Mary Darling CBC: 20 x 22 minutes</p> <p>A travers l'humour, cette série explore le concept de communauté à travers la toile de fond plus étendue du terrorisme, de l'extrémisme religieux et de « l'islamophobie ». Dans « Mercy », les musulmans et les non-musulmans essaient de trouver un terrain commun.</p>	<p>Little Mosque Online</p> <p>WestWind Pictures Producteur: Rob Sockett Maison de services nouveaux médias: Jam3media</p> <p>À travers l'interface donnant une image réelle du Fatima's Café, les utilisateurs auront accès à des balados originaux de l'émission de radio choc de Fred Tupper, ils pourront se diriger vers un centre de curling pour y jouer une partie virtuelle, ou rejoindre Baber et Rayan pendant qu'ils filment des webémissions de « Islam Today ».</p>
<p>L.O.S.E. – The League of Super Evil</p> <p>Nerd Corps Entertainment Producteurs: Ken Faier, Asaph Fipke, Chuck Johnson YTV, Canal J: 26 x 30 minutes</p> <p>Une série d'animation où il est question de quatre super voyous qui sont les pires garnements de la planète. Dans cette histoire, la ligue gagne en perdant. À chaque défaite, les personnages trouvent de petites victoires à revendiquer, aussi ridicules et compliquées que puissent être les façons qu'ils ont utilisées pour les atteindre.</p>	<p>League of Super Evil – Online CCG of Doom</p> <p>Nerd Corps Entertainment Producteurs: Ken Faier, Asaph Fipke</p> <p>Les amateurs de L.O.S.E. vont créer des identités malfaisantes virtuelles pour gagner des « Points du Mal » en participant au jeu de cartes collectionnables, en envoyant des messages et en regardant des vidéos. Les « Points du Mal » peuvent ensuite être utilisés pour acheter des garnements ou des personnalisations de brigands.</p>
<p>Müvmédia</p> <p>espresso productions Producteur : Olivier Coullerez TV5 : 13 x 52 minutes</p> <p>L'animateur Mathieu Dugal et deux chroniqueurs présenteront les courts-métrages documentaires de voyage de 8 jeunes vidéastes belges, français et canadiens. Des juges évalueront la qualité du travail des candidats et des experts lanceront des discussions et des débats sur les sujets développés et auxquels le public sera appelé à participer en ligne.</p>	<p>müvmédia.tv</p> <p>espresso communication & design Producteur : Olivier coullerez</p> <p>Issu d'un webzine sur le voyage écrit par et pour les jeunes, le site Müvmédia.com offre une plateforme Web collaborative réunissant une communauté de jeunes voyageurs francophones qui partagent des documentaires multimédias de voyage. L'événement WebTV, Müvmédia.tv, est un grand concours international mettant en vedette les œuvres des 8 jeunes vidéastes. Les évaluations des juges, via une webcam, seront rendues disponibles sur le site.</p>
<p>Pop It!</p> <p>Hop To It Productions Inc Producteurs: Susan Nation, Nina Beveridge TVO: 26 x 7 minutes</p> <p>Cette série animée par des préadolescents présente des routines avec instructions de danse hip hop, des chansons originales faciles à retenir, et des vidéoclips de danse en direct et de musique d'animation. Les routines sont présentées en entier, puis en étapes.</p>	<p>Pop It!</p> <p>Hop To It Productions Inc Producteurs: Nina Beveridge, Susan Nation</p> <p>Les utilisateurs peuvent créer et partager des vidéos de musique au moyen du jeu d'édition POPMANIA, partager et regarder des clips dans la section « Gallery », prendre des cours de danse, apprendre les chansons de Pop It, et chanter en karaoke sur les pièces du « Music Centre ».</p>
<p>Le Québec vu par Urbania</p> <p>UTV inc. Producteurs : Philippe Lamarre, Vianney Tremblay, Josée Vallée TV5 : 13 x 30 minutes</p> <p><i>Le Québec en 12 lieux</i>, c'est une série documentaire qui permet de découvrir le Québec par l'entremise de douze lieux uniques, parfois inusités, parfois tellement connus qu'on ne les remarque plus. Loin des conventions, la série</p>	<p>Le Québec vu par Urbania</p> <p>Toxa inc. Producteur : Vianney Tremblay</p> <p>Le site sera composé de trois sections. Une WebTV, où seront mises à disposition des vidéos d'Urbania, des documentaires courts produits par des partenaires et des vidéos téléversées par le public. Cette portion appelle la participation de l'internaute car il pourra influencer le contenu du 13^e épisode de la série. Un Blogue sur des sujets</p>

<p>porte un regard nouveau, tantôt amusant, tantôt émouvant, sur une province qu'on croit connaître.</p>	<p>« urbains ». Un Magazine composé d'un reportage de fond tiré de l'édition courante de la revue Urbania avec du contenu inédit.</p>
<p>Rabbit Fall – saison 2</p> <p>Angel Entertainment Corporation Producteurs: Wally Start, Bob Crowe, Jennifer Podemski APTN, Space: 8 x 30 minutes</p> <p>Rabbit Fall est une série de crimes surnaturels où il est question de touristes fauchés et portés disparus, d'animaux sauvages qui tuent, et de jeunes femmes qui crient. Certains résidents croient qu'une force surnaturelle est à l'oeuvre, alors que d'autres montrent du doigt les voisins.</p>	<p>rabbitfall.com</p> <p>Angel Entertainment Corporation Producteur: Wally Start Maison de services nouveaux médias: Tag Creative Studios</p> <p>Les deux environnements immersifs uniques en 3D du « Believer or Non-believer » vont permettre aux utilisateurs de découvrir des indices et du contenu additionnel, de discuter d'intrigues dans le « Theories Form », d'envoyer des « Choose Your Death E-Cards », et d'ajouter des gadgets logiciels, du papier peint, des sonneries de téléphone, des votes et des alertes mobiles.</p>
<p>Rollbots</p> <p>Amberwood Productions (RollBots) Inc. Producteurs: Jonathan Wiseman, Chantal Ling YTV: 26 x 23 minutes</p> <p>Cette série est une comédie d'action en animation 3D pour enfants dans laquelle on suit les aventures du robot orphelin, Spin, pendant qu'il navigue dans « Flip City », une société où s'est installée une tribu de robots qui roulent à vitesse extrême sur des rails tels ceux des montagnes russes.</p>	<p>Rollbots Online</p> <p>Xenophile Media Inc Producteurs: Keith Clarkson, Patrick Crowe, Thomas Wallner</p> <p>De nouvelles expériences de jeux sont ajoutées à chaque semaine et les utilisateurs peuvent adapter leur personnage, joindre une « tribu », combattre de mystérieux crimes, enregistrer et partager leurs scènes d'action avec des outils de vidéo incorporés, et concourir pour une place dans le « Hall of Fame » et pour un rôle de figurant dans un prochain épisode télé.</p>
<p>Survivorman III</p> <p>Survivorman Productions Producteur: David Brady OLN: 6 x 48 minutes</p> <p>Aucune nourriture, aucun abri, pas d'eau fraîche, pas d'outils... et aucune équipe de tournage. Un homme – seul avec son intelligence, sa résistance et une caméra en pleine nature sauvage durant sept jours. Dans chaque épisode, le « Survivorman » Les Stroud est abandonné dans un nouvel emplacement extérieur.</p>	<p>Survivorman Online</p> <p>Stitch Media Producteur: Evan Jones</p> <p>Le site présente un mélange d'images vidéos et de jeux permettant à l'utilisateur de comprendre les rudiments de la survie en nature sauvage. Les utilisateurs peuvent expérimenter avec les modules de contenus générés par les utilisateurs, avec un site wiki sur le thème de la survie et avec un jeu reflétant les épreuves vécues par Survivorman durant les 7 jours télévisés grâce à la plateforme en ligne Wii.</p>
<p>Tactik !</p> <p>Vivaclik I inc. Productrices : Francine Forest, Marie-Hélène Laurin, Marie-Soleil St-Michel Télé-Québec : 60 x 24 minutes</p> <p>Les protagonistes de cette comédie dramatique sont des jeunes actifs, attachants qui font tous partie d'une équipe de soccer mixte dirigée par un jeune entraîneur philosophe pour qui la victoire n'est pas une fin en soi! Au contact de ce groupe provenant de tous les horizons, les pré-ados découvriront des exemples probants de coopération et d'ouverture aux autres.</p>	<p>Tactik !</p> <p>Vivavision inc. Producteur : Jean-Pierre Morin Fournisseurs: Turbulent Média et Frima Studio</p> <p>Le site <i>Tactik !</i> s'inscrit dans un courant post Facebook, celui du prochain média social, celui des jeux. Le jeune joueur est invité à choisir une équipe. À chaque semaine, un nouveau défi et la possibilité d'accumuler des points pour l'équipe. Le site permet de suivre l'évolution du jeu en plus d'offrir des pages persos aux joueurs. Les fans pourront téléverser des messages vidéos pour encourager leur équipe préférée.</p>

Les projets suivants ont reçu une subvention dans le cadre du programme de **Développement**:

<p>Doug's Desk Interactive Heroic Film Company Inc. Producteur: Karen Lee Hall</p>	<p>Greenheroes.tv CineFocus Canada Interactive Inc. Producteur: Joan Prowse</p>
<p>Le Maître du grill</p>	<p>Maritime</p>

Serdy Vidéo inc. Producteur: Sébastien Arseneault	Kaleidos Multimedia, Gaspa Vidéo Producteurs: Jonathan Truchon, Mélanie Imbeault, Jean Guénette
MusiMission.tv Productions La Fête Productrice: Chantal Lafleur	Spliced: A Genetically Modified Game Tribal Nova Producteur: Chloé Benaroya
Tribal Quest Tell Tale Productions Inc. Producteur: Edward Peill	

Les organismes suivants ont reçu une subvention dans le cadre du programme de **Perfectionnement professionnel**:

Académie canadienne du cinéma et de la télévision

23^e édition des prix Gemini
20, 21 et 22 octobre 2008

Alliance pour l'enfant et la télévision

Média-Jeunes 2008
20 et 21 novembre 2008

Atlantic Film Festival Association

Strategic Partners
Halifax, Nouvelle-Écosse
12 au 14 septembre 2008

Prix des nouveaux médias canadiens 2008

Toronto, Ontario
Octobre 2008

Institut national de l'image et du son (INIS)

Atelier pratique en commerce international spécialisé pour les nouveaux médias
Décembre 2008, janvier 2009

Ottawa International Animation Festival

Television Animation Conference
Ottawa, Ontario
17 et 18 septembre 2008

Regroupement des producteurs multimédias (RPM)

Étude : Une industrie à part entière

Le Fonds Bell accorde des subventions aux producteurs indépendants canadiens qui développent et produisent des contenus télévisuels remarquables liés à des contenus interactifs novateurs destinés aux systèmes numériques. Ces projets de nouveaux médias représentent les développements technologiques de pointe et aident les producteurs de contenus traditionnels et les diffuseurs à découvrir la valeur ajoutée à une présence multiplateforme.

Depuis 10 ans, le Fonds Bell a accordé plus de 50 millions \$ pour la réalisation de 500 projets de nouveaux médias liés à des émissions canadiennes.

Le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell reçoit des contributions annuelles de près de 10,5 M\$ de Bell ExpressVu à titre de contributions des entreprises de radiodiffusion (EDR) à l'industrie canadienne. En plus, le Programme d'aide au développement est possible grâce à un don de 10, M\$ provenant des bénéfices tangibles de BCE-CTV et de Aliant. Le Fonds Bell est une corporation à but non lucratif dirigée par un conseil d'administration indépendant dont les membres représentent différents secteurs de l'industrie canadienne de la télévision et des nouveaux médias. Le Fonds est administré par le Fonds indépendant de production.

- 30 -

Pour information :

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

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