



**Évaluation du programme pilote d'e-cinéma**

**Office national du film du Canada**

**Décembre 2011**

## Table des matières

<b>Profil du programme .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Un mot sur l'ONF .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Description du programme.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Modèle logique .....</b>	<b>8</b>
<b>Cadre d'évaluation .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Contexte de l'évaluation.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Méthodologie .....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Limites .....</b>	<b>11</b>
<b>Environnement du programme .....</b>	<b>13</b>
<b>Pertinence et justification.....</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Besoin du programme .....</b>	<b>17</b>
<b>4.2 Harmonisation avec les rôles et responsabilités du gouvernement.....</b>	<b>18</b>
<b>4.3 Concordance avec le résultat stratégique de l'ONF .....</b>	<b>22</b>
<b>Rendement .....</b>	<b>25</b>
<b>5.1 Prestation et surveillance du programme.....</b>	<b>25</b>
<b>5.2 Rendement et résultats escomptés.....</b>	<b>28</b>
<b>5.3 Efficience et économie.....</b>	<b>37</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>40</b>
<b>Recommandations et réponses de la direction.....</b>	<b>41</b>
<b>Annexe A : Ensemble des projections, des films et assistance totale .....</b>	<b>45</b>
<b>Annexe B : Sondage auprès des partenaires .....</b>	<b>55</b>
<b>Annexe C : Compilation des données sur les sondages auprès des auditoires .....</b>	<b>59</b>
<b>Annexe D : Exemple de publicité .....</b>	<b>61</b>

## Profil du programme

### 1.1 Un mot sur l'ONF

L'Office national du film (ONF) est un organisme culturel fédéral qui relève du portefeuille du Patrimoine canadien. Créé en 1939, il a le mandat de produire et distribuer des œuvres audiovisuelles originales et innovatrices qui font mieux comprendre les enjeux auxquels est confrontée la population canadienne et qui font mieux connaître les valeurs et points de vue canadiens au pays et de par le monde. Depuis sa fondation, l'ONF met en lumière la richesse et la diversité canadienne en explorant des enjeux sociaux contemporains dans des documentaires d'opinion, des films d'animation d'auteur, et maintenant, des œuvres médiatiques numériques. Dans le cadre de ses activités, il apporte son soutien à des cinéastes de la relève, des membres des diverses communautés culturelles, linguistiques et autochtones de même qu'à des personnes handicapées. Ce soutien favorise la création d'œuvres audiovisuelles par ces communautés et ces personnes, assurant ainsi que le patrimoine audiovisuel de l'ONF reflète la diversité canadienne et illustre ses réalités sociales et culturelles en mutation. Par toutes ses activités, l'ONF traduit son engagement à créer et distribuer du contenu dans les deux langues officielles.

Ces trois dernières années, l'ONF s'est transformé en chef de file mondial dans le domaine des médias numériques. Il adopte les nouvelles technologies, qui sont au cœur de ses activités de production, et développe de nouveaux modes de création, de nouveaux formats et de nouvelles méthodes de récit audiovisuel. L'ONF utilise aussi les technologies de distribution numérique pour améliorer ses activités d'accessibilité et d'interaction avec l'auditoire. Il a fait œuvre de pionnier en trouvant de nouvelles façons d'offrir sa collection patrimoniale sans pareille dans <[ONF.ca](http://ONF.ca)>, l'Espace de visionnage en ligne où les membres du public obtiennent gratuitement l'accès immédiat à ses œuvres sur la plateforme de leur choix, ce qui lui a valu une reconnaissance mondiale. L'ONF étend aussi la portée de sa collection numérique. Ainsi, il met en place un espace de visionnage éducatif en ligne pour interagir avec le milieu scolaire, il établit des partenariats de distribution en ligne avec d'importants intervenants internationaux et innove même en offrant l'achat par téléchargement sur <[ONF.ca](http://ONF.ca)>.

Le programme d'e-cinéma s'intègre aussi à la stratégie de passage au numérique de l'ONF. En effet, l'e-cinéma constitue pour l'institution un autre moyen de mettre la technologie numérique au service de la population canadienne et de rendre sa collection accessible aux personnes qui vivent en régions isolées. Il s'agit d'un outil particulièrement important en Acadie, où le public n'a guère accès à du cinéma de qualité en langue française.

## 1.2 Description du programme

La présente sous-section décrit le programme pilote d'e-cinéma, ses objectifs, ses partenaires et ses intervenants, le contexte de sa mise en œuvre et ses ressources.

### *Aperçu*

L'e-cinéma est une forme de cinéma électronique. Par cette technologie numérique, on convertit des films de qualité cinéma en fichiers numériques qui sont distribuables sur les lieux de projection par des réseaux à large bande et qu'on montre aux auditoires au moyen de systèmes de projection numérique. L'un des principaux avantages de l'e-cinéma est d'éviter la coûteuse expédition des films ou l'équipement de projection cher et complexe.

Le programme pilote d'e-cinéma de l'ONF consiste en un réseau expérimental de salles de cinéma numériques dans cinq communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) du Nouveau-Brunswick. Ce réseau permet aux francophones du Nouveau-Brunswick d'avoir accès à une vaste collection de films de l'ONF, présentés en français, dans des salles situées à proximité de chez eux. Il répond ainsi au besoin de ces communautés francophones en matière d'œuvres audiovisuelles canadiennes en langue française. Élaboré en 2006 et 2007, le programme a été lancé le 17 janvier 2008, pour une période de trois ans. Il a été renouvelé pour trois ans en juin 2010. De 2007 à 2009, le programme a profité de l'appui du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO).

Depuis son lancement en 2008, le programme pilote a pris de l'essor. En septembre 2010, des partenaires à Fredericton (Nouveau-Brunswick) et à Baie-Sainte-Marie (Nouvelle-Écosse) se sont joints au réseau de salles établi dans le cadre du programme pilote<sup>1</sup>. Voici la liste des partenaires communautaires qui ont participé au programme pilote d'e-cinéma.

#### **Partenaires communautaires du programme pilote d'e-cinéma (2008-2010)**

<b>Communauté</b>	<b>Partenaire</b>	<b>Capacité de la salle</b>
Bouctouche	Société culturelle Kent-Sud	25 places
Caraquet	Centre culturel de Caraquet	50-75 places
Edmundston	Bibliothèque publique Mgr-W.-J.-Conway	50-75 places
Fredericton	Centre communautaire Sainte-Anne	25 places
Kedgwick	Société culturelle des Hauts-Plateaux	25 places
Moncton	Université de Moncton	325 places

Hors du cadre du programme pilote, l'ONF a noué d'autres partenariats d'e-cinéma à l'échelle nationale et internationale. Ailleurs au Canada, les partenaires sont à Montréal (Université de Montréal), à Québec (Centre d'interprétation du bassin Brown et Maison de

<sup>1</sup> En juin 2010, le partenariat avec Bouctouche n'a pas été renouvelé. Un nouveau partenariat avec la bibliothèque publique de Fredericton, dans la ville du même nom, a été conclu en septembre 2010, et l'équipement de Bouctouche y a été déménagé. Baie-Sainte-Marie ne s'est pas jointe au programme pilote proprement dit, mais seulement au réseau créé dans son cadre. À ce titre, l'évaluation n'en tient donc pas compte.

la découverte des plaines d'Abraham), à l'île Fogo, à Terre-Neuve (Shorefast Foundation), de même qu'à Ottawa, en Ontario (Musée de l'aviation et de l'espace du Canada). À l'étranger, des partenariats ont aussi été établis avec le Centre culturel canadien à Paris en France et avec l'Ambassade du Canada à Washington, D.C.

#### **Nouveaux partenariats (depuis 2010) - programme d'e-cinéma**

<b>Communauté</b>	<b>Partenaire</b>
Baie-Sainte-Marie (Nouvelle-Écosse)	Université Sainte-Anne
Montréal	Université de Montréal, Faculté des arts et des sciences
Québec	Centre d'interprétation du bassin Brown
Québec	Maison de la découverte
Île Fogo (Terre-Neuve)	Shorefast Foundation
Ottawa (Ontario)	Musée de l'aviation et de l'espace du Canada
Paris	Centre culturel canadien
Washington	Ambassade du Canada

#### *Objectifs du programme*

Voici les cinq objectifs explicites du programme pilote d'e-cinéma.

1. Créer un réseau expérimental grâce auquel les partenaires communautaires de l'ONF offriront une programmation gratuite.
2. Évaluer les besoins des partenaires eu égard au catalogue des productions de l'ONF offertes dans le cadre du programme pilote.
3. Favoriser la diffusion d'œuvres en français dans les communautés de langue française en situation minoritaire.
4. Encourager la distribution de films de l'ONF en Acadie.
5. Établir des relations suivies avec les partenaires et assurer le succès continu de l'e-cinéma dans les communautés où il a été mis en œuvre.

#### *Intervenants du programme*

##### Partenaires communautaires

- Bouctouche (terminé en juin 2010) : Société culturelle Kent-Sud, Galerie des artistes\*
- Caraquet : Centre culturel de Caraquet
- Edmundston : Bibliothèque publique Mgr-W.-J.-Conway
- Fredericton (remplace Bouctouche depuis septembre 2010) : Centre communautaire Sainte-Anne, Bibliothèque Dre-Marguerite-Michaud\*
- Kedgwick : Société culturelle des Hauts-Plateaux, Bibliothèque publique de Kedgwick\*
- Moncton : Université de Moncton

## Intervenants de l'ONF

À l'ONF, l'e-cinéma est administré par les Ressources techniques, sauf pour ce qui concerne la programmation des films, laquelle relève du Développement des auditoires. Le commissaire adjoint était chargé de la création des partenariats. Les intervenants à l'ONF sont les suivants :

- Commissaire adjoint;
- Directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques;
- Directrice, Ressources techniques;
- Directrice générale, Finances, opérations et technologie;
- Chef, Développement des auditoires;
- Programme français – adjointe, production et communications régionales, Studio Acadie (à Moncton).

### *Mise en œuvre*

Le programme pilote d'e-cinéma se compose de deux éléments : le réseau de salles au Nouveau-Brunswick et l'infrastructure d'exploitation au bureau central de l'ONF, à Montréal. L'administration du programme relève de divers secteurs de l'ONF ainsi que des partenaires communautaires du Nouveau-Brunswick. Chacune des cinq salles est hébergée par un partenaire, qui l'exploite comme une salle de cinéma communautaire. Les salles sont équipées pour la projection numérique de films conformément aux exigences techniques établies par l'ONF. La programmation est établie à Montréal et transmise aux salles avant les projections.

Les cinq salles offrent une programmation saisonnière, à l'automne et à l'hiver, chacune couvrant 12 semaines. La programmation hivernale dure de janvier à mars; la programmation automnale, de septembre à novembre<sup>2</sup>. Chaque séance comporte deux ou trois films de l'ONF — un long métrage et un ou deux courts métrages — et les projections sont gratuites. Ce sont les Ressources techniques qui préparent les projections numériques, encodent les films selon le format numérique requis par l'e-cinéma et les téléversent dans une bibliothèque numérique qui sert d'espace virtuel de stockage des films. Avant la projection, les partenaires utilisent une connexion à large bande pour télécharger les films et les stockent ensuite sur leur serveur numérique. Ce serveur fonctionne aussi comme un lecteur qui transmet les films à un projecteur numérique ou à un écran TVHD aux fins du visionnage. La section 3.1 traite de ce processus.

L'équipement et les salles d'e-cinéma peuvent servir à présenter d'autres films que ceux de l'ONF mais, conformément à l'entente conclue entre l'ONF et les partenaires, ces derniers doivent alors en obtenir les droits de projection publique et offrir gratuitement la séance à la communauté.

---

<sup>2</sup> L'année 2008 a fait exception, car la programmation hivernale s'est prolongée jusqu'au printemps, pour une programmation de janvier à juin, soit 23 semaines.

## Ressources du programme

De 2006 à 2010, le budget total du programme pilote d'e-cinéma a été de 423 864 \$. De 2007 à 2009, la mise en œuvre du programme a profité du financement du PICLO; l'ONF a assumé les coûts supplémentaires. Les tableaux ci-après présentent les données historiques sur le financement et d'autres détails.

### Ressources totales – Programme pilote d'e-cinéma (2006-2010)

E-cinéma – réseau d'e-cinéma du Nouveau-Brunswick	326 494 \$
E-cinéma – infrastructure d'exploitation de l'ONF	94 064 \$
E-cinéma – ajout de Fredericton	3 306 \$
<b>E-cinéma – coût total</b>	<b>423 864 \$</b>
<b>E-cinéma – apports du PICLO</b>	140 385 \$
<b>E-cinéma – dépenses de l'ONF</b>	285 146 \$

### Dépenses annuelles – réseau d'e-cinéma du Nouveau-Brunswick

Exercice financier	Exploitation	Salaires	Total	ETP
2006–2007	94 122 \$	0 \$	94 122 \$	1,57
2007–2008	180 925 \$	41 290 \$ *	222 215 \$	2,90
2008–2009	3 790 \$	0 \$	3 790 \$	1,55
2009–2010	9 673 \$	0 \$	9 673 \$	0,55

\*Pour l'installation des salles uniquement

### Coûts annuels – infrastructure d'exploitation de l'ONF

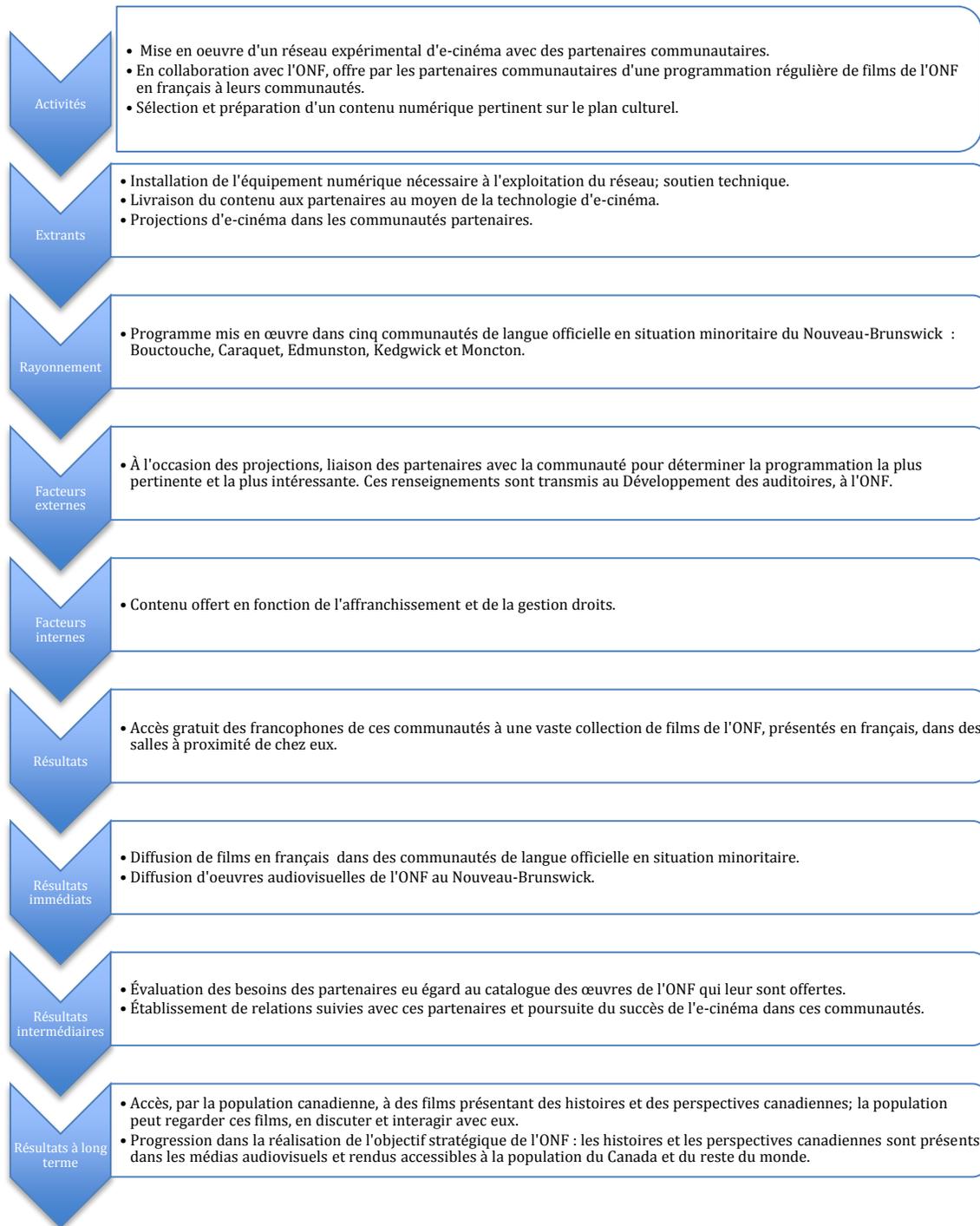
2007	2008	2009	2010	Total
69 689 \$	6 196 \$	14 450 \$	3 728 \$	94 064 \$

### Coût d'installation et d'aménagement de chaque salle – Programme pilote d'e-cinéma (2006-2010)

	Bouctouche (25 places)	Kedgwick (25 places)	Edmundston (50-75 places)	Caraquet (50-75 places)	Moncton (325 places)	Fredericton (25 places)
Matériel et équipement	22 794 \$	24 088 \$	32 221 \$	32 221 \$	56 523 \$	0 \$
Installation et aménagement	14 361 \$	16 487 \$	22 784 \$	27 032 \$	-3 128 \$*	3 306 \$
<b>Coût total</b>	<b>37 156 \$</b>	<b>40 574 \$</b>	<b>55 004 \$</b>	<b>59 252 \$</b>	<b>53 395 \$</b>	<b>3 306 \$</b>

\*Coût d'installation assumé par le partenaire

## 1.3 Modèle logique



## Cadre d'évaluation

La présente section décrit le contexte dans lequel l'évaluation du programme d'e-cinéma a été faite, le mode d'utilisation des résultats, les questions prises en compte ainsi que la méthodologie utilisée et ses limites.

### 2.1 Contexte de l'évaluation

Patrick Faubert, consultant externe, a effectué la présente évaluation. Réalisée à temps partiel de mai 2010 à mars 2011, elle couvre les trois premières années du programme pilote, de janvier 2008 à décembre 2010 et vise à déterminer : si le programme a été exécuté tel que planifié; s'il a atteint ses objectifs; s'il s'harmonise avec les rôles et responsabilités du gouvernement fédéral et avec le résultat stratégique de l'ONF. Il s'agit d'une évaluation sommative que la direction de l'ONF utilisera pour évaluer la faisabilité de la mise en place d'autres réseaux et salles d'e-cinéma. À cette fin, l'évaluation traite aussi des questions fondamentales énumérées à l'Annexe A de la *Directive sur la fonction d'évaluation* (rattachée à la *Politique sur l'évaluation*) établie par le Secrétariat du Conseil du Trésor et, plus particulièrement, des éléments suivants :

- Pertinence et justification du programme : répond-il à un besoin démontrable de la population canadienne? concorde-t-il avec le résultat stratégique visé par l'ONF et avec les priorités du gouvernement fédéral? le gouvernement fédéral a-t-il des rôles et responsabilités à assumer dans l'exécution du programme?
- Rendement du programme : a-t-il donné lieu à la réalisation des résultats escomptés? utilise-t-on les ressources de manière efficiente et efficace?

### 2.2 Méthodologie

L'évaluation se divise en deux parties. Il s'agit d'abord d'examiner la pertinence et la nécessité du programme dans son contexte. Pour ce faire, il faut étudier la pertinence du programme à la lumière de certains autres contextes de cinéma numérique plus vastes au Canada, puis voir si le programme est nécessaire dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire où le réseau expérimental d'e-cinéma a été mis en place. Il s'agit ensuite d'évaluer si le programme donne les résultats escomptés. À cette fin, il faut se reporter aux objectifs du programme énumérés à la section 1.2.

#### *Examen de documents et analyse documentaire*

L'évaluation comprend l'analyse de : 1) documents gouvernementaux; 2) publications de l'industrie; 3) recherche sur l'e-cinéma effectuée par l'ONF avant la mise en œuvre du programme; 4) documentation de mise en œuvre du programme. Parmi ces documents figurent les suivants :

- *Documents de référence sur le programme pilote d'e-cinéma de l'ONF*

- *Budget 2010*
- *Discours du Trône de 2010*
- *Le rendement du Canada 2009-2010*
- *Loi sur les langues officielles*
- *Politique canadienne du long métrage*
- *Profil 2010 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur grand écran au Canada*
- *Accroître l'avantage numérique du Canada : Stratégies pour une prospérité durable*
- *Toute la vérité – Profil économique de l'industrie canadienne de la production documentaire*

Il est nécessaire d'examiner certains documents gouvernementaux pour vérifier dans quelle mesure le programme d'e-cinéma s'harmonise avec les rôles, responsabilités et priorités du gouvernement fédéral. Les documents de référence sur le programme sont analysés pour déterminer comment le programme a été mis en œuvre, pour vérifier les résultats visés et pour mettre en lumière les ressources qui lui sont affectées.

L'évaluation repose aussi sur les recherches tirées : 5) de l'examen de publications spécialisées sur l'industrie audiovisuelle canadienne et sur les communautés linguistiques minoritaires; 6) d'un recensement de programmes analogues entrepris à l'étranger. L'examen de recherches spécialisées contribue à évaluer comment le programme répond aux besoins de la population canadienne. Le recensement de programmes analogues à l'étranger sert tant à comparer l'efficacité de la prestation du programme qu'à situer le programme dans son contexte international.

#### *Sondages sur la satisfaction de la clientèle et rapports sur les auditoires*

Dans l'évaluation, il faut également analyser : 7) les sondages auprès des partenaires au cours du processus d'évaluation; 8) les sondages auprès des auditoires aux projections d'e-cinéma; 9) les rapports sur les projections produits par les partenaires. Les sondages auprès des auditoires servent à évaluer le succès remporté par les projections au chapitre de l'interaction avec la communauté locale. Les sondages auprès des partenaires mêmes sont complémentaires de l'analyse susmentionnée et permettent de déterminer leur satisfaction globale.

#### *Entrevues avec des intervenants clés de l'ONF*

Six entrevues ont été menées pour évaluer la prestation du programme et les processus d'établissement de rapports ainsi que pour fournir un complément d'information et de remise en contexte qui ne figure pas dans les documents de référence sur le programme. Voici le nom des membres du personnel de l'ONF qui se sont prêtés à une entrevue.

- Colette Allain : Adjointe, production et communications régionales,  
Programme français,  
Studio Acadie

- Joanne Carrière : Directrice, Ressources techniques, Directrice générale adjointe, Finances, opérations et technologie
- Mia Desroches : Chef, Développement des auditorios;
- Claude Joli-Cœur : Commissaire adjoint
- Lily Robert : Chef, Communications institutionnelles
- Christian Ruel : Directeur général adjoint, Finances, opérations et technologie

## 2.3 Limites

### *Limites conceptuelles*

L'évaluation examine le potentiel que présente le programme d'e-cinéma à ménager une plus grande place aux films canadiens sur les écrans canadiens. La recherche se concentre ici sur les écrans servant à la projection de films canadiens, sans tenir compte de la situation différente au Québec, où les films canadiens en français occupent une place plus importante. La décision de mettre l'accent sur la structure nationale s'inspire de la nature des options qui représentent mieux la moyenne nationale en matière de salles de cinéma offertes aux communautés bénéficiant de la mise en œuvre du programme. De plus, pour mesurer le succès remporté par le programme d'e-cinéma au chapitre de la sensibilisation aux œuvres de l'ONF en Acadie, l'évaluation tient compte des statistiques provinciales sur le visionnage en ligne des œuvres audiovisuelles de l'ONF dans <[ONF.ca](http://ONF.ca)>. Puisque les utilisateurs d'<[ONF.ca](http://ONF.ca)> n'indiquent pas où ils ont appris l'existence du site Web ni les œuvres qu'ils y ont regardées, les conclusions tirées de ces données sont établies par déduction et sont donc moins exactes que les autres présentées dans le rapport.

### *Limites pratiques*

Les présentations publiques de cinéma numérique se divisent en deux catégories : le *d-cinéma*, format commercial normalisé qui se caractérise par une haute résolution et qu'utilisent les grands studios et distributeurs américains; l'*e-cinéma*, qui désigne le format à faible résolution. La distribution et l'exploitation de films par e-cinéma sont moins chères que par d-cinéma. Nombre de réseaux de cinéma numérique sont toutefois compatibles avec les deux types d'installations. Aux fins de rapprochement avec le programme pilote, deux réseaux de ce type sont pris en compte dans la présente évaluation. Par conséquent, l'efficacité du programme pilote de l'ONF est déterminée par comparaison avec des programmes qui ne sont pas complètement identiques.

Trois partenaires sur six — à Edmundston, Fredericton et Kedgwick — ont dûment rempli le sondage qui leur a été transmis dans le cadre de l'évaluation; seulement deux d'entre eux — ceux d'Edmundston et de Kedgwick — participent au programme depuis le début. L'analyse des résultats du sondage rempli par ces trois partenaires offre une évaluation partielle de la satisfaction de la clientèle et ajoute aux conclusions tirées des entrevues menées auprès du personnel de l'ONF.

Après la saison hivernale 2009, on a arrêté d'effectuer des sondages auprès des auditoires aux projections d'e-cinéma et ce sont les partenaires eux-mêmes qui ont commencé à collecter les données. Recueillant les commentaires des auditoires après les projections, les partenaires ont généralisé les réactions qu'ils ont incluses dans leurs rapports. Il s'agit d'une limite puisque l'évaluation présente des conclusions sur les réactions des auditoires pour les trois ans d'existence du programme d'e-cinéma. L'absence de données recueillies directement auprès des auditoires après l'hiver 2009 entraîne ici encore une évaluation partielle de la satisfaction de la clientèle.

## Environnement du programme

Dans cette section, nous décrivons les processus et caractéristiques techniques du programme pilote d'e-cinéma et expliquons les technologies numériques précises sur lesquelles il repose. Nous situons également le programme dans le contexte global des activités numériques de l'ONF et dans l'environnement de présentation de documentaires en salles au Canada.

### *3.1 E-cinéma et passage au numérique*

À l'ONF, l'e-cinéma fait figure d'innovation dans le domaine du cinéma numérique. Ces dernières années, le cinéma numérique est devenu la plateforme de l'avenir en ce qui a trait à la production, à la distribution et à la consommation de films. Dans un discours prononcé récemment devant l'Association canadienne de la production médiatique (CMPA), Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'ONF, soulignait les répercussions des technologies numériques sur l'industrie du cinéma, mettant en évidence qu'elles transforment la réalisation et la distribution des œuvres, et qu'elles offrent aux auditoires un éventail toujours plus vaste de nouvelles plateformes sur lesquelles y accéder. En bref, les technologies numériques ont refaçonné l'industrie, et tant les cinéastes indépendants que les professionnels du cinéma cherchent maintenant de nouveaux modes de production, de distribution et d'exploitation adaptés au nouvel environnement numérique.

Dans ce nouvel environnement, l'e-cinéma représente un développement en matière de distribution et d'exploitation, étapes par lesquelles passent les films pour rejoindre les auditoires. Tout comme ce fut le cas pour le cinéma analogique ou le film sur support celluloïd, la distribution et l'exploitation numériques ont leurs propres exigences. Elles ont besoin d'une œuvre source – en format numérique ou analogique – qui peut être préparée en fichier numérique livrable aux exploitants et compatible avec leur moyen d'exploitation. L'exploitation numérique exige un serveur capable de recevoir le fichier numérique, de le stocker et de l'acheminer au lecteur numérique. Globalement, ces éléments forment le processus par lequel la technologie numérique fait passer, du producteur au consommateur, les films terminés.

Le programme d'e-cinéma de l'ONF utilise un cadre normalisé pour mener à bien le processus. Les films sont sélectionnés à Montréal, où les Ressources techniques les préparent pour la distribution et l'exploitation. Ces films sont encodés au format MPEG-2, un format adopté par la SMPTE<sup>3</sup> utilisé pour la diffusion des vidéos numériques et pour les disques numériques polyvalents (DVD). Ces fichiers reposent sur le format d'image HD (haute définition) – aussi une norme de la SMPTE – qui, tout en offrant une qualité visuelle impressionnante, peuvent être stockés sous forme plus petite que les gros fichiers d'images de résolution 2 k et 4 k utilisés par les grands cinémas commerciaux. Puisque ces fichiers HD sont plus petits, ils peuvent être transmis aux exploitants par un réseau à large bande

---

<sup>3</sup> Society of Motion Picture and Television Engineers, l'organisme international de normalisation dans le domaine de la production, de la distribution et de l'exploitation des films et des émissions de télévision.

sans devoir passer par l'enregistrement sur disque, qu'il faudrait alors expédier. Par conséquent, une fois encodés, ces fichiers peuvent être téléversés dans une bibliothèque numérique maintenue par l'ONF. Les partenaires accèdent à cette bibliothèque par une connexion à large bande. Chaque partenaire est équipé d'un serveur numérique de Qube Cinema, dans lequel il télécharge les fichiers avant la projection. Le serveur stocke les fichiers et les transmet au lecteur numérique. Les petites salles sont équipées d'une TVHD et les grandes salles, d'un projecteur numérique HD et d'un écran de projection. Pour prévenir le piratage, les fichiers numériques sont chiffrés à l'étape de l'encodage, et les partenaires obtiennent un code de sécurité qui leur permet d'y accéder au moment de la projection.

L'innovation du programme d'e-cinéma tient à l'utilisation de la bibliothèque numérique, une technologie de distribution développée par l'ONF. Les réseaux de distribution numérique qui utilisent actuellement les résolutions 2 k/4 k exigent des fichiers encodés si volumineux qu'il faut les expédier à l'exploitant sur disques durs. Par conséquent, les films numériques transitent dans les circuits de cinéma comme le faisaient les films sur pellicule. En raison de leur résolution HD plus réduite, les films d'e-cinéma sont stockés dans la bibliothèque numérique et téléversés dans le serveur de l'exploitant. Ce processus permet d'éviter la distribution sur disques et devient alors une distribution « sur demande », si bien que les films sont disponibles au moment précis où l'exploitant en a besoin.

**Fig. 1 - Distribution et projection dans un e-cinéma**

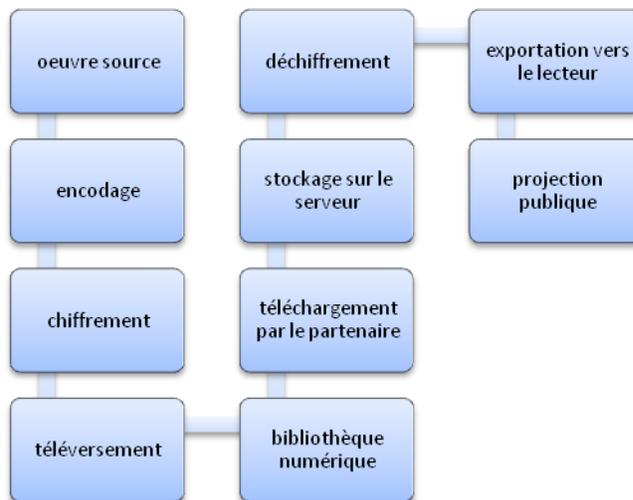
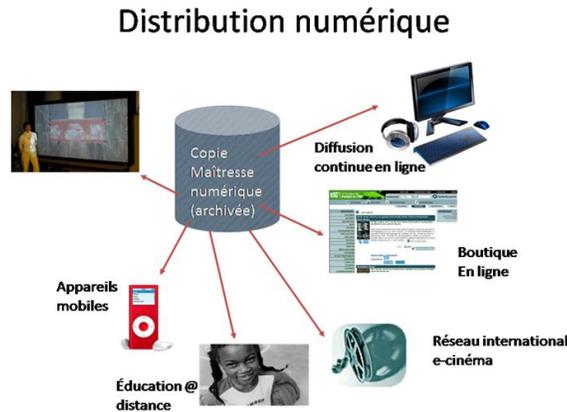


Fig. 2 - Distribution numérique à l'ONF



Le réseau d'e-cinéma de l'ONF est le seul dans son genre au Canada. Mais il n'est pas l'unique moyen d'exploitation numérique. Les grandes chaînes de cinéma commerciales, comme Cineplex Divertissement, la chaîne Empire et American Multi-Cinemas (AMC), déploient les infrastructures numériques visant l'utilisation de systèmes de d-cinéma à 2 k/4 k sur plus de 1600 écrans au Canada<sup>4</sup>. En 2009, 319 de ces écrans étaient déjà implantés<sup>5</sup>. De plus, quand l'ONF a lancé son programme pilote d'e-cinéma, quelques salles canadiennes recouraient au service de la désormais défunte Digiscreen, active à l'échelle internationale dans la diffusion numérique HD d'événements en direct à des salles dotées d'installations de cinéma numérique. En janvier 2010, Digiscreen mettait fin à ses activités.

L'exploitation numérique a pris de l'essor aux quatre coins de la planète. La Chine, l'Inde, les États-Unis, le Brésil et le Royaume-Uni possèdent de grands réseaux à 2 k/4 k, et la technologie du d-cinéma existe à l'échelle internationale. Une grande variété d'autres entreprises d'exploitation numérique existe un peu partout dans le monde. À la fin de 2009, il y avait 16 562 écrans numériques à 2 k/4 k et à 3D à l'échelle mondiale<sup>6</sup>, dont plus de 7000 aux États-Unis. En Europe, le nombre d'écrans numériques a presque triplé de 2008 à 2009; aux Pays-Bas et en Norvège, la conversion totale du marché au numérique est entamée grâce à des initiatives privées<sup>7</sup>.

### 3.2 Programmes publics d'e-cinéma à l'étranger

Des programmes d'exploitation numérique semblables au programme pilote d'e-cinéma de l'ONF existent à l'étranger. De 2007 à 2009, Screen Australia, autrefois l'Australian Film Commission, a créé le Regional Digital Screen Network (RDSN), un réseau de salles dans des communautés rurales de l'Australie. Mis en œuvre dans des cinémas existants, le

<sup>4</sup> « Cineplex, Empire Form Digital Theatre Conversion Partnership », *Wall Street Journal*, 14 avril 2011. Consulté le 6 mai 2011 (<<http://online.wsj.com/article/BT-CO-20110414-706027.html>>).

<sup>5</sup> Observatoire européen de l'audiovisuel, *Focus 2010, Tendances du marché mondial du film*, Conseil de l'Europe, 2010, p. 42.

<sup>6</sup> Ibid. p. 12.

<sup>7</sup> « Number of d-cinema screens », *Screen Digest*, décembre 2009, p. 362.

réseau utilise la résolution HD et les transmissions par satellite pour acheminer des films australiens à des communautés qui n'y ont pas régulièrement accès<sup>8</sup>. En mars 2007, le UK Film Council a créé le Digital Screen Network (DSN), un réseau de 240 salles compatibles avec le d-cinéma et l'e-cinéma dans 210 cinémas existants de la Grande-Bretagne<sup>9</sup>. Semblable à l'e-cinéma et au RDSN de l'Australie, le DSN offrait la diffusion d'un plus vaste éventail de films britanniques et étrangers qui étaient évincés du circuit des salles par les grands succès commerciaux. Et même si le Council a récemment fermé ses portes et ne finance plus les cinémas de ce réseau, les salles mêmes demeurent. Après la mise en œuvre du DSN au Royaume-Uni, le Cultural Cinema Consortium d'Irlande (en collaboration avec l'Arts Council d'Irlande et l'Irish Film Board), a publié une proposition afin que les institutions cinématographiques nationales et les grands centres culturels adoptent la technologie numérique pour offrir du contenu cinématographique spécialisé à la population irlandaise. Cette proposition est toujours dans le site Web de l'Irish Film Board, mais le réseau n'a pas encore vu le jour. Dans une autre optique, en Chine, le centre de développement du cinéma numérique a établi un circuit de diffusion mobile en région rurale, lequel a recours à des projectionnistes itinérants et est subventionné par le gouvernement chinois. Les présentations de films chinois et asiatiques reposent sur une technologie numérique à faible résolution<sup>10</sup>.

Le recensement de tels réseaux et programmes d'e-cinéma montre qu'ils sont en croissance à l'échelle internationale, et que l'initiative de l'ONF s'inscrit non seulement dans un mouvement de passage au numérique à l'ONF même et au Canada, mais aussi dans une tendance mondiale. Cette croissance suggère aussi que les installations d'e-cinéma de l'ONF ont le potentiel de se comparer et d'interagir avec les réseaux de salles internationaux et interorganisationnels qui prennent forme actuellement.

### 3.3 E-cinéma et exploitation de documentaires en salles

La majorité des longs métrages présentés dans le cadre du programme d'e-cinéma sont des documentaires de l'ONF, ce qui reflète une des principales activités de l'organisme, soit produire et coproduire des documentaires faisant connaître et comprendre des enjeux pertinents pour la population canadienne. Le documentaire figure au plan stratégique de l'ONF comme l'un des éléments fondamentaux du volet *Programmation innovatrice* inscrits à l'objectif *Leadership créatif et excellence de la programmation*. Le documentaire fait partie intégrale d'un autre objectif stratégique, *Accessibilité étendue et engagement citoyen* : utiliser les projections d'œuvres de l'ONF comme point de départ de l'interaction et du changement social.

Même si le documentaire est de plus en plus présent sur les écrans canadiens, les documentaires canadiens n'occupent qu'une faible portion du marché national des salles.

---

<sup>8</sup> Australian Film Commission, *Annual Report 2007–2008*, 2008, p. 47.

<sup>9</sup> Avant sa dissolution, le UK Film Council envisageait de créer un autre réseau de salles numériques destiné aux communautés rurales mal desservies.

<sup>10</sup> « National Projectionist Threads Final Reel », *China Daily*, 14 avril 2011. Consulté le 10 mai 2011 (<<http://english.peopledaily.com.cn/90001/90776/90882/7364656.html>>).

En 2009–2010, on comptait 12 documentaires canadiens destinés aux salles, ce qui constitue une forte proportion des 76 films produits au pays pour ce marché cette année-là<sup>11</sup>. Néanmoins, à la lumière des recettes-guichet, les exploitants n’ont guère tiré parti de cette présence accrue. En 2009, aucun des dix documentaires ayant obtenu les plus grosses recettes brutes n’était entièrement canadien<sup>12</sup>, et les documentaires produits au pays n’ont pas dépassé le cap du 1 000 000 \$ en recettes-guichet depuis 2007<sup>13</sup>. C’est simplement que les documentaires canadiens destinés au marché des salles sont présentés sur moins d’écrans et rejoignent des auditoires moindres que les documentaires américains.

Dans son plan stratégique, l’ONF signale que la sortie en salles des documentaires est difficile et qu’il faut souvent rejoindre les auditoires, principalement par les festivals, avant que les distributeurs s’y intéressent. Sur ce plan, en présentant un fort volume<sup>14</sup> de documentaires produits ou coproduits par l’ONF, le programme d’e-cinéma tient lieu de plateforme d’exploitation complémentaire et constitue un moyen par lequel attirer les auditoires, plus nombreux, vers le documentaire.

## Pertinence et justification

### 4.1 Besoin du programme

Le programme d’e-cinéma vise à combler le manque de films en français dans chacune des cinq communautés partenaires de langue officielle en situation minoritaire du Nouveau-Brunswick et à donner accès à des œuvres audiovisuelles qui se situent à la croisée du patrimoine culturel et des intérêts de la région. Le tableau ci-après précise le pourcentage de francophones dans ces communautés.

**Communautés partenaires du programme d’e-cinéma – Données démographiques<sup>15</sup>**

	Population	Pourcentage de francophones
Moncton	191 860	33,4 %
Kedgwick	1 146	95,5 %
Caraquet	4 156	98,5 %
Bouctouche	2 383	88,3 %
Edmundston	16 643	93,5 %
Fredericton	85 699	6,7 %

Toutes ces communautés ont un accès limité à des films commerciaux. Quatre d’entre elles sont dotées de cinémas, qui présentent toutefois principalement des films américains de type commercial et qui ne sont pas tous projetés en version française. Voici la liste de ces cinémas.

<sup>11</sup> Association canadienne de la production médiatique (CMPA), *Profil 2010 – Rapport économique sur l’industrie de la production de contenu sur grand écran au Canada*, 2010, p. 63-64.

<sup>12</sup> *Under the Sea 3D (Merveilles des mers 3D)*, production canado-américaine, s’est classée au 4<sup>e</sup> rang.

<sup>13</sup> Documentaristes du Canada (DOC), *Toute la vérité : Profil économique de l’industrie canadienne de la production documentaire, Volume 4*, 2011, p. 74.

<sup>14</sup> Plus de 20 documentaires par année, ce qui dépasse la production annuelle au Canada.

<sup>15</sup> Statistique Canada, *Recensement de 2006*.

### Communautés partenaires du programme d'e-cinéma – Salles de cinéma

Communauté	Cinémas
Moncton	Far Out East Cinema <sup>16</sup> : Films étrangers, films sur l'art, sélections de festivals. Cinéma Empire Palais Crystal : Films hollywoodiens, certains présentés en français. < <a href="http://www.empiretheatres.com/theatres/dieppe-crystal-palace-8-cinemas">www.empiretheatres.com/theatres/dieppe-crystal-palace-8-cinemas</a> > Empire 8 : Films de Hollywood. < <a href="http://www.empiretheatres.com/theatres/moncton-empire-8-trinity-drive">www.empiretheatres.com/theatres/moncton-empire-8-trinity-drive</a> >
Kedgwick	Aucun cinéma commercial ni indépendant à Kedgwick.
Caraquet	Ciné-Centre Caraquet : Cinéma indépendant, présentant principalement des films hollywoodiens, projections en français. < <a href="http://www.tribute.ca/showtimes/theatres/cin-centre-caraquet/cccar/">http://www.tribute.ca/showtimes/theatres/cin-centre-caraquet/cccar/</a> >
Bouctouche	Aucun cinéma commercial ni indépendant à Bouctouche.
Edmundston	Cinema V : Cinéma indépendant, présentant principalement des films hollywoodiens. < <a href="http://cinemav.ca">cinemav.ca</a> >
Fredericton	Empire 10 Cinemas Regent Mall : Films hollywoodiens, présentés en anglais. < <a href="http://tribute.ca/showtimes/theatre/empire-10-cinemas-regent-mall-fredericton/regen/">tribute.ca/showtimes/theatre/empire-10-cinemas-regent-mall-fredericton/regen/</a> >

Les communautés partenaires de l'e-cinéma n'ont pas accès à une grande variété de films ou à des films traitant de leur culture régionale et communautaire. L'ONF l'a bien noté au cours de l'élaboration du programme pilote et de l'établissement des partenariats communautaires. Par conséquent, les partenaires mêmes confirment que l'e-cinéma donne accès à un produit dont ils ont besoin. Interrogés sur l'apport du programme à leur communauté, voici ce qu'ils ont répondu :

*... le besoin du cinéma documentaire canadien en français a été comblé<sup>17</sup>.*

*Nous croyions que la population francophone de Fredericton apprécierait les productions de l'ONF. Le cinéma francophone étant limité dans la région de la capitale, c'était un plus<sup>18</sup>.*

*L'e-cinéma a permis à la population d'en apprendre davantage sur de multiples sujets au Canada et dans le monde. Parfois après la projection des films, les gens discutaient entre eux des sujets<sup>19</sup>.*

## 4.2 Harmonisation avec les rôles et responsabilités du gouvernement

L'examen des documents révèle que le programme d'e-cinéma s'harmonise directement avec les rôles, responsabilités et priorités du gouvernement fédéral. Plus particulièrement, il montre que l'e-cinéma est lié aux priorités comme : le besoin d'augmenter les auditoires de films canadiens; le développement de la culture des communautés de langue officielle en situation minoritaire; la Stratégie sur l'économie numérique du Canada.

<sup>16</sup> Far Out East Cinema est situé dans la salle d'e-cinéma de l'Université de Moncton et utilise l'équipement d'e-cinéma qui s'y trouve.

<sup>17</sup> Sondage des partenaires du programme d'e-cinéma : Edmundston.

<sup>18</sup> Sondage des partenaires du programme d'e-cinéma : Fredericton.

<sup>19</sup> Sondage des partenaires du programme d'e-cinéma : Kedgwick.

## *Politique canadienne du long métrage : des films canadiens sur les écrans canadiens*

Le soutien constant que les gouvernements fédéral et provinciaux apportent au cinéma canadien témoigne de l'importance des films canadiens en tant que produits culturels. Le gouvernement canadien assume une partie de la responsabilité dans la création d'une culture et d'un patrimoine canadiens dynamiques. Pour atteindre ce résultat, le gouvernement a le rôle global de soutenir les activités de programme qui permettent de « développer un sentiment d'appartenance à la culture canadienne unique et de fierté à l'égard de nos différences régionales<sup>20</sup>. » Dans son budget de 2010, il a réitéré le rôle des institutions culturelles du Canada qui continuent de soutenir la promotion de la culture et du patrimoine canadiens, notamment en apportant une contribution accrue à la création de l'infrastructure utilisée pour la production et la diffusion artistiques<sup>21</sup>. Plus précisément, le programme d'e-cinéma de l'ONF appuie les deux principaux objectifs de la politique du long métrage du gouvernement du Canada<sup>22</sup>, c.-à-d., bâtir un vaste public au pays pour les films canadiens et préserver notre collection de longs métrages canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain.

En tant que produits culturels, les films canadiens n'occupent qu'une petite part du marché des salles au Canada. Depuis des dizaines d'années, les cinémas canadiens offrent la part du lion aux produits des grands studios américains. Ainsi, en 2009, par rapport aux films américains, moins de la moitié des films présentés sur les écrans canadiens étaient canadiens, et ils ont récolté seulement 3,4 % des recettes-guichet<sup>23</sup>. Pareils déséquilibres font déjà l'objet d'un certain nombre d'enquêtes critiques, dont les auteurs soutiennent que les cinémas canadiens sont devenus des zones de culture américaine<sup>24</sup>. Préoccupés, ces auteurs demandent pourquoi il y a si peu de contenu canadien; aussi divers ministères et organismes fédéraux et provinciaux ont adopté un certain nombre de solutions, depuis les crédits d'impôt jusqu'aux quotas de contenu. Les grands studios américains continuent néanmoins d'occuper la majeure partie des salles la plupart du temps<sup>25</sup>.

Au Canada, la structure de l'exploitation commerciale contribue au problème. La plupart des cinémas canadiens sont des marchés accessoires pour les sociétés américaines qui leur distribuent les films. En fait, 21 entreprises détiennent 95 % des écrans au Canada et la plupart d'entre elles les exploitent comme une grande chaîne commerciale. Certaines de ces chaînes sont petites et leur programmation comporte des films indépendants,

---

<sup>20</sup> Secrétariat du Conseil du Trésor, *Le rendement du Canada 2009-2010*, gouvernement du Canada, 2010, p. 71.

<sup>21</sup> Budget 2010, p. 288.

<sup>22</sup> Patrimoine canadien, *Du scénario à l'écran : Une nouvelle orientation de politique en matière de longs métrages au Canada*, 2000.

<sup>23</sup> *Profil 2010*, p. 72.

<sup>24</sup> Charles Acland, *Screen Traffic: Movies, Multiplexes and Global Culture*, Durham : Duke University Press, 2003, p. 188.

<sup>25</sup> Évidemment, les recettes-guichet changent au fil des ans. Il n'en reste pas moins que, selon *Profil 2010*, les recettes-guichet des films canadiens sont passées de 5,5 % à 2,8 % entre 2005 et 2008. L'analyse des statistiques actuelles, comme les recettes-guichets annuelles présentées dans <http://www.tribute.ca/movies/boxoffice/>, leur donne continuellement raison.

canadiens et étrangers, mais la majorité, soit 15 des 20 les plus importantes, présentent principalement des films américains<sup>26</sup>. Les deux plus grandes chaînes, Cineplex Odeon et les cinémas Empire, détiennent à elles seules plus de 70 % des écrans au pays<sup>27</sup>. Ces deux chaînes sont aussi directement liées aux réseaux de distribution des sociétés américaines. Par conséquent, les cinémas qu'elles possèdent programment presque exclusivement des films américains et ont tendance à n'offrir de films canadiens que s'ils sont pris en charge par de grands distributeurs canadiens qui partagent les intérêts d'entreprises américaines (p. ex., *Gunless* [2010, Alliance Films]). Compte tenu des conditions qui prévalent dans le secteur de la distribution et de l'exploitation au Canada, les films et les cinéastes canadiens sont relégués à un rang marginal sur les grands écrans canadiens.

Par la création d'autres genres de salles et par le recours à un nouveau processus de distribution, le programme d'e-cinéma contourne le réseau de distribution et d'exploitation décrit ci-dessus et donne à la population canadienne de nouvelles occasions de voir des films canadiens en salles. Le programme offre aux Canadiens une possibilité d'interagir avec leur propre culture, une possibilité absente de l'actuelle structure d'exploitation des films canadiens. D'autres pays ayant établi leurs propres réseaux d'e-cinéma ont reconnu ce potentiel d'interaction nationale avec la culture nationale. Ainsi, dans une étude menée en 2002 sur le potentiel de l'e-cinéma, le UK Film Council soulignait qu'un tel projet offre l'occasion de rendre accessible au public le contenu cinématographique national et de diversifier l'offre actuellement proposée au public britannique, qui se compose principalement de films commerciaux américains<sup>28</sup>. Screen Australia en arrive à la même conclusion et désigne son Regional Digital Screen Network comme le moyen d'apporter du contenu australien aux communautés qui n'ont pas facilement ou régulièrement accès au cinéma<sup>29</sup>. Il convient de mentionner aussi que les partenaires du programme d'e-cinéma de l'ONF ont l'autorisation d'utiliser l'équipement d'e-cinéma pour des films qui ne sont pas de l'ONF, pourvu qu'ils obtiennent les droits de projection publique nécessaires. Par conséquent, les partenaires ont l'occasion de présenter d'autres œuvres canadiennes pertinentes sur le plan culturel.

### *Soutien aux communautés de langue officielle en situation minoritaire*

Soutenir la dualité linguistique et les communautés de langue officielle en situation minoritaire est une priorité de longue date pour le gouvernement fédéral. En vertu de la Partie VII de la *Loi sur les langues officielles*, le gouvernement doit jouer un rôle dynamique visant à *favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada et à appuyer leur développement ainsi qu'à promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne*<sup>30</sup>. Le programme pilote d'e-cinéma concorde avec les objectifs du gouvernement fédéral consistant à appuyer le

---

<sup>26</sup> Ibid., Acland, p. 173.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Neil Watson et Richard Morris, *Specialised Distribution and Exhibition: E-Cinema. A Study for the Film Council*, UK Film Council, Londres, 2008, p. 4.

<sup>29</sup> « Regional Digital Screen Network », Screen Australia. Site Web consulté le 2 mai 2011 (<<http://afscarchive.screenaustralia.gov.au/funding/rdsn/default.aspx>>).

<sup>30</sup> Gouvernement du Canada, *Loi sur les langues officielles*, Partie VII, paragraphe 41 (1), 1988.

développement des langues officielles puisqu'il cherche à répondre au besoin des communautés francophones du Nouveau-Brunswick en matière de cinéma en français.

À l'extérieur du Québec, le cinéma canadien de langue française occupe une place marginale. En 2009, parmi les dix films les plus populaires en français, un seul était canadien<sup>31</sup>. De plus, les 10 000 000 \$ de recettes-guichet brutes qu'ils ont récoltées sont inférieures aux recettes des dix films de langue anglaise les plus populaires (dont aucun, en passant, n'est canadien)<sup>32</sup>. Le manque de cinémas dans les cinq communautés servies par un e-cinéma témoigne de la différence de l'offre entre le contenu français et le contenu anglais.

En présentant des films en français qui traitent de la culture acadienne et canadienne, le programme pilote d'e-cinéma de l'ONF favorise la promotion du français et de la culture française dans les communautés acadiennes. De plus, l'e-cinéma a le potentiel de promouvoir l'usage du français parmi les anglophones du Nouveau-Brunswick en les exposant à une programmation accrue dans cette langue. Comme le note le partenaire de Fredericton, un certain nombre d'anglophones ont commencé à fréquenter l'e-cinéma pour apprendre le français.

### *Stratégie sur l'économie numérique du Canada*

L'innovation apportée par l'ONF avec son e-cinéma, à savoir la bibliothèque numérique, est un exemple de son leadership technologique. Les technologies de cinéma numérique, et particulièrement celle de l'e-cinéma, devraient constituer un atout qui contribue à positionner le Canada dans le secteur numérique mondial à mesure que ces technologies prennent de l'essor sur la planète.

Dans *Accroître l'avantage numérique du Canada : Stratégies pour une prospérité durable*, document de consultation commandé par le gouvernement fédéral et paru en 2010, on détermine que le succès dans ce domaine passe nécessairement par cinq grandes étapes; l'une d'entre elles est l'*acquisition des compétences numériques*, définies comme « la capacité de repérer, d'organiser, de comprendre, d'évaluer, de créer et de diffuser de l'information par l'intermédiaire de la technologie numérique<sup>33</sup>. » En bref, ce document établit que le succès de l'économie numérique au Canada exige que les industries et les particuliers maîtrisent l'utilisation des médias numériques. Mais la maîtrise de ces médias dépend de la disponibilité de contenu numérique et, même si les Canadiens et les Canadiennes utilisent de plus en plus les médias numériques, l'accès au cinéma numérique public n'est pas encore monnaie courante au pays.

Pour les cinéastes, les distributeurs et les exploitants canadiens, l'e-cinéma est un modèle organisationnel de distribution et d'exploitation de films qui montre comment on peut utiliser les technologies numériques pour rejoindre de nouveaux auditoires et s'adapter aux changements qui se produisent dans les structures de l'industrie.

---

<sup>31</sup> *Profil 2010*, p. 74.

<sup>32</sup> *Profil 2010*, p. 74.

<sup>33</sup> Industrie Canada, *Accroître l'avantage numérique du Canada : Stratégies pour une prospérité durable*, 2010.

Les Canadiens eux-mêmes sont de fervents utilisateurs de technologies numériques. Selon le rapport 2010 de comScore, l'utilisation de médias numériques continue de croître, et elle était plus forte en 2010 (de 2 %) qu'en 2009<sup>34</sup>. Le Canada est aussi, de tous les pays, celui où la population est la plus active en ligne, affichant la moyenne la plus élevée quant au nombre d'heures en ligne par visiteur et au nombre de visites par visiteur<sup>35</sup>. De même, les cinémas commerciaux du Canada passent à la technologie numérique dans le cadre de leur exploitation quotidienne. La grande offensive lancée par les sociétés américaines transnationales en vue de livrer des fichiers numériques aux quatre coins du monde a incité les principales chaînes de cinéma du Canada à offrir des films hollywoodiens en format numérique. Mais pour l'instant, il n'existe au pays aucun autre programme que celui de l'ONF qui permette à un réseau d'organisations locales d'utiliser une infrastructure numérique pour programmer et présenter des films canadiens en HD. Si bien que, pour les Canadiens, regarder des films en numérique équivaut encore à regarder des produits américains, ou bien des produits canadiens en privé. L'e-cinéma offre donc à la population canadienne l'occasion de positionner les nouvelles technologies numériques comme voie d'accès à des séances de cinéma publiques — un moyen de réunir des auditoires communautaires à une projection publique.

#### **4.3 Concordance avec le résultat stratégique de l'ONF**

Cette section explique en quoi le programme pilote d'e-cinéma contribue au résultat stratégique de l'ONF exprimé en ces mots : « Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde. »

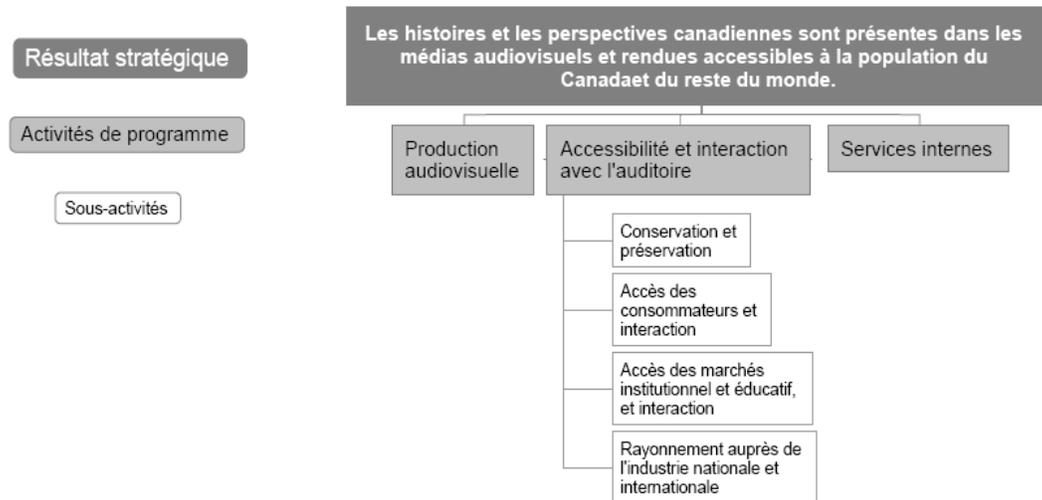
L'ONF s'efforce d'atteindre ce résultat stratégique par trois activités de programme : *Production audiovisuelle, Accessibilité et interaction avec l'auditoire, Services internes*. Le programme pilote d'e-cinéma relève d'*Accessibilité et interaction avec l'auditoire* et, plus précisément, de deux sous-activités, *conservation et préservation* et *accès des consommateurs et interaction*.

---

<sup>34</sup> comScore Inc., *2010 Canada Digital Year in Review*, 2011, p. 8.

<sup>35</sup> Ibid. p. 6.

**Fig. 3 – Architecture des activités de programme de l’ONF**



### *Accessibilité et interaction avec l’auditoire*

Par l’activité de programme *Accessibilité et interaction avec l’auditoire*, l’ONF s’assure que les auditoires canadiens et mondiaux peuvent accéder à du contenu canadien qui reflète les histoires et les perspectives canadiennes, que ces auditoires peuvent regarder ce contenu, en discuter et interagir. Le contenu de l’ONF est offert sur toutes les plateformes pertinentes, notamment les plateformes numériques et mobiles. L’e-cinéma contribue à cette activité en proposant, sur grand écran, la présentation publique de films de l’ONF distribués par voie numérique, programmés à l’échelle locale, auxquels le public n’aurait pas accès autrement et ce, par la création et le raffinement d’une technologie innovatrice à l’échelle mondiale.

Dans son plan stratégique quinquennal, l’ONF fait de l’accessibilité de ses œuvres audiovisuelles une priorité. Dans ce plan, le réseau d’e-cinéma est décrit comme une composante de la stratégie d’accessibilité :

*En janvier 2008, l’ONF a inauguré l’un des premiers réseaux canadiens d’e-cinéma dans le cadre d’un projet pilote reliant cinq communautés francophones de l’Acadie. À cette fin, il a fourni des projecteurs et des serveurs HD haut de gamme. Sa programmation hebdomadaire est transmise du jour au lendemain par liaison Internet haute vitesse. Ainsi, pour la première fois, des communautés mal desservies profitent d’une riche expérience culturelle cinématographique dans leur propre langue. Les premiers résultats sont fort probants, le public se présentant nombreux et satisfait. L’ONF se propose d’établir un plan de financement et de déploiement d’un réseau national d’e-cinéma grâce auquel ses*

*films et d'autres productions culturelles seront présentés dans les communautés mal desservies du pays*<sup>36</sup>.

### *Conservation et préservation*

Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il incombe à l'ONF de mettre en place un programme concerté de conservation et de préservation afin d'offrir à la population du contenu canadien de haute qualité. L'affranchissement des droits et la numérisation/conversion des films dans un format compatible avec l'e-cinéma sont un moyen d'assurer aux Canadiens et Canadiennes l'accessibilité de ces films.

### *Accès des consommateurs et interaction*

La diffusion d'œuvres audiovisuelles canadiennes permet aux consommateurs individuels d'accéder à des produits culturels qui reflètent l'histoire et les valeurs canadiennes, qui font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. Elle leur permet aussi d'interagir avec ces produits. Les mécanismes de diffusion comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié, le développement de marchés diversifiés et les circuits englobant les projections publiques et communautaires.

Le programme pilote d'e-cinéma élargit l'accessibilité et le rayonnement offert par l'Espace de visionnage en ligne <[ONF.ca](http://ONF.ca)>. Il rend les films de l'ONF accessibles grâce à une formule qui favorise la discussion publique et la participation de l'auditoire. Pour leur part, les partenaires communautaires contribuent aussi à l'établissement d'une programmation sur mesure pour répondre aux besoins particuliers des communautés visées. Enfin, en faisant en sorte que les projections se déroulent, autant que possible, en présence des cinéastes, le programme propose une forme d'accès et d'interaction improbable autrement.

---

<sup>36</sup> Office national du film du Canada, *Plan stratégique 2008-2009 à 2012-2013*, 2008, p. 17.

## Rendement

La présente section explique comment l'ONF exécute et surveille le programme pilote d'e-cinéma. Elle décrit plus précisément le fonctionnement des partenariats, la sélection des films, le rayonnement communautaire ainsi que l'établissement de rapports techniques et le soutien offert par l'ONF. On y trouve aussi un diagramme des rôles assumés par les services de l'ONF.

### 5.1 Prestation et surveillance du programme

#### *Partenariats*

L'ONF exploite le programme d'e-cinéma en association avec les partenaires communautaires. Ces partenariats ont vu le jour en 2007. En mai 2007, à Caraquet, au Nouveau-Brunswick, les délégués de l'ONF au Grand rassemblement concluant les États généraux des arts et de la culture dans la société acadienne au Nouveau-Brunswick y ont présenté la technologie de l'e-cinéma et son potentiel comme réseau expérimental de diffusion cinématographique. Les délégués se sont engagés fermement, pour le compte de l'ONF, à établir un réseau d'e-cinéma et des partenariats en Acadie. À la suite de la conférence, les représentants d'un certain nombre de communautés intéressées ont approché l'ONF, qui a choisi cinq partenaires.

Les critères de sélection s'appuyaient sur deux facteurs : 1) les partenaires devaient être motivés et avoir à cœur la présentation de films en français dans leurs communautés respectives; 2) les communautés devaient être de tailles variées, chacune ayant besoin d'une salle d'une capacité correspondante pour que le programme pilote fonctionne bien. La mise au point définitive des partenariats a été faite par le commissaire intérimaire de l'ONF, qui a visité chaque communauté envisagée pour s'assurer qu'elle répondait aux deux critères de sélection et qu'elle n'avait pas facilement accès à des films canadiens en français. En décembre 2007, les partenariats officiels avaient été conclus avec les cinq communautés choisies.

Chaque partenariat fonctionne selon les mêmes modalités.

1. Le partenaire doit s'équiper selon les recommandations de l'ONF pour avoir accès aux films gratuitement.
2. Le partenaire rend accessibles gratuitement les contenus auprès de sa communauté et fournit des rapports d'assistance.
3. L'équipement audiovisuel est acheté, installé et prêté par l'ONF pour une durée de 3 ans (sauf une partie de l'équipement acheté par l'Université de Moncton).
4. Le partenaire doit utiliser l'équipement selon les directives du manufacturier et de l'ONF. Il doit signaler toute défectuosité au chargé de projet de l'ONF.
5. Le partenaire doit contracter une police d'assurance pour l'équipement.
6. Le partenaire et l'ONF collaboreront pour le choix de la programmation.

7. L'ONF fournit un soutien technique de base, les mises à jour, les contenus numérisés et encodés.

### *Sélection des films et rayonnement communautaire*

Les films de l'e-cinéma sont sélectionnés par le Secteur développement des auditoires de l'ONF en consultation avec les partenaires. Après chaque saison de programmation, le Secteur assure la liaison avec les partenaires pour déterminer leurs besoins et leurs intérêts en la matière. On met l'accent sur les œuvres de l'ONF en français qui témoignent des préoccupations particulières de ces communautés et de la culture française au Canada en général. Les partenaires ont néanmoins indiqué que leurs communautés se montraient intéressées par les films traitant de questions d'actualité internationale, si bien que la programmation comprend maintenant des films en français et en anglais.

Une fois que le Secteur a déterminé la sélection finale des films pour la saison, il confirme que l'ONF détient les droits de projection publique y afférents. Le personnel des Ressources techniques prépare ensuite les œuvres pour distribution numérique, encode les films et les téléverse dans la bibliothèque numérique. Tous les partenaires présentent le même contenu la même semaine.

Ce sont les Communications institutionnelles, au bureau de Montréal, qui se chargent de faire la promotion de ces projections selon une stratégie donnée de rayonnement communautaire. Après que cette stratégie a été mise au point, les Communications institutionnelles embauchent un publicitaire qui, depuis Moncton, assure la promotion du programme à la radio et dans les journaux locaux. Selon la disponibilité des cinéastes, le Marketing les dépêche dans les salles d'e-cinéma, où ils interagissent avec l'auditoire. Cette démarche est la plus fréquente quand les films traitent d'enjeux locaux ou sont très en vue, comme *Les possibles sont infinis* (2009), documentaire sur l'auteure acadienne Antonine Maillet pour lequel tant la cinéaste que Madame Maillet assistaient à la projection.

### *Établissement de rapports et soutien technique*

La surveillance du programme exige : 1) une infrastructure par laquelle les partenaires ont accès à du soutien administratif et technique au besoin; 2) des partenaires qui assurent la liaison avec leur communauté, déterminent les intérêts en matière de programmation et en font part à l'ONF; 3) des films à présenter, la présence de l'auditoire et quelqu'un pour communiquer à l'ONF la réaction de l'auditoire; 4) la consignation du fonctionnement de l'infrastructure d'e-cinéma, notamment les incidents techniques; 5) la consignation des stratégies de rayonnement communautaire et leur degré de réussite; 6) la consignation du développement global des ressources de l'e-cinéma à l'ONF, p. ex., les films et les bandes-annonces disponibles aux fins de distribution par e-cinéma; 7) la liste des dépenses courantes associées au programme.

À Moncton, le Studio Acadie est chargé de gérer les besoins des partenaires, de leur offrir du soutien administratif et de communiquer avec les Ressources techniques ou le

Développement des auditoires à Montréal, au besoin. En cas d'urgence, un technicien peut être joint en tout temps par téléphone à Montréal.

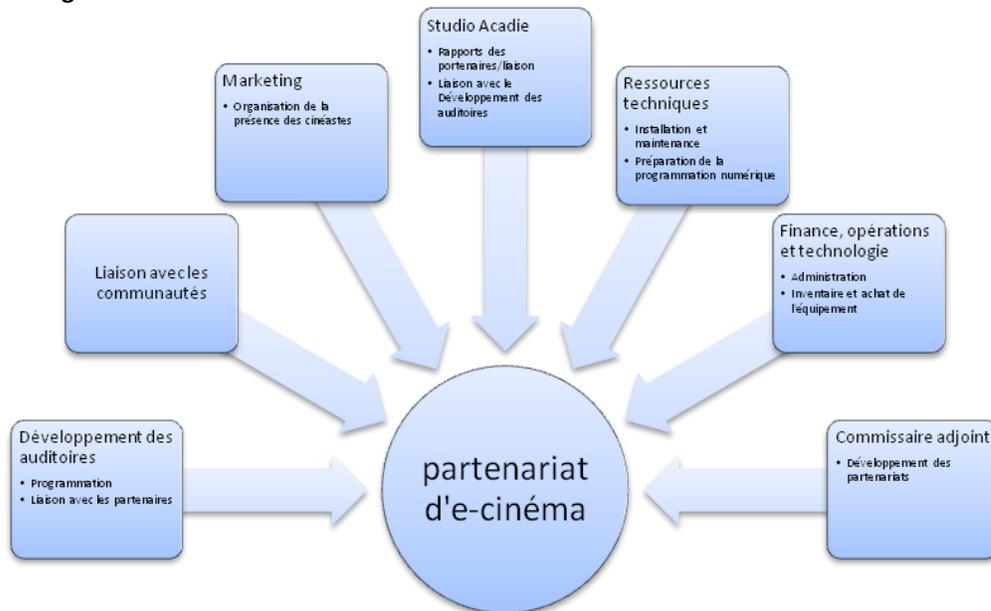
La majeure partie de la surveillance du programme est effectuée au moyen des rapports des partenaires. Depuis mars 2008, chaque partenaire fournit des rapports trimestriels sur le déroulement de l'activité dans sa salle. Ces rapports font état des dates de projection, des films présentés, de l'assistance et de sa réaction ainsi que de tout problème technique. Les rapports sont déposés auprès de la personne qui assure la liaison avec le partenaire au bureau de Moncton, qui résume les données et les met à la disposition des autres secteurs.

En 2008 et à l'hiver 2009, ces rapports s'accompagnaient de sondages de l'auditoire effectués après chaque séance. Ces sondages, compilés à l'Annexe C, font état de la réaction de l'auditoire et indiquent comment ses membres ont appris l'existence du programme d'e-cinéma. Puisque les auditoires de l'e-cinéma étaient en bonne partie composés d'habités, les sondages ont été abandonnés après l'hiver 2009 et remplacés par un abrégé des réactions rédigé par les partenaires mêmes, qui assistent aux projections et résument comment y a réagi l'auditoire.

Le rendement global de la programmation est surveillé par le Développement des auditoires au bureau central de l'ONF, qui assure la liaison avec les partenaires avant la programmation de la saison et élabore la nouvelle programmation en tenant compte des succès et des faiblesses antérieurs. Cette liaison est sans formalité et, pour l'instant, ne donne lieu à aucun rapport ou bilan officiel.

Un publicitaire externe, embauché par l'ONF à Moncton, dépose ses rapports auprès des Communications institutionnelles à Montréal à la fin de chaque saison; il est chargé de mettre en place et de surveiller le rayonnement communautaire. L'information de presse a été compilée après le lancement du programme d'e-cinéma (incluse à l'Annexe D); de plus, les Communications institutionnelles, qui archivent tous les articles hebdomadaires, revoient la couverture de presse à la fin de chaque saison. Le Développement des auditoires et le Marketing produisent aussi une brochure faisant la promotion du programme, laquelle est distribuée dans les communautés visées.

Fig. 4 – Rôles des secteurs de l'ONF



## 5.2 Rendement et résultats escomptés

Cette section présente les principales constatations sur le rendement du programme d'e-cinéma eu égard aux cinq grands objectifs énoncés à la section 1.2.

### 1. Le programme a-t-il créé un réseau expérimental grâce auquel les partenaires communautaires de l'ONF offrent une programmation gratuite?

En décembre 2007, le réseau d'e-cinéma avait été créé dans les cinq communautés du Nouveau-Brunswick. Les salles étaient aménagées, l'infrastructure technique et le système de livraison du contenu étaient en place dans les bureaux de l'ONF à Montréal et la bibliothèque numérique était en ligne et accessible aux partenaires. Les projections ont commencé en janvier 2008. Durant les saisons d'exploitation, les partenaires ont diffusé de un à trois films de l'ONF chaque semaine. À titre d'exemple, le tableau ci-après présente la programmation de l'hiver 2009 et l'assistance dans les cinq communautés. L'Annexe A fait état de la prestation du programme en entier (dates de projection, films et assistance).

#### Aperçu de la programmation et assistance – hiver 2009

Semaine	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Monc.	Total
20 janv.	<i>Les seigneurs de l'Arctique</i> et <i>Nathaël et la chasse aux phoques</i>	10	34	60	3	35	142
27 janv.	<i>J'me voyais déjà</i> et <i>Faut se grouiller</i>	3	9	18	0	11	41
<b>Janvier</b>	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>43</b>	<b>78</b>	<b>3</b>	<b>46</b>	<b>183</b>
3 févr.	<i>7 km2 d'infini</i> et <i>Le village des idiots</i>	10	47	56	5	22	140
10 févr.	<i>Médecine sous influence</i> et <i>Ma grand-mère repassait les chemises du roi</i>	3	17	26	5	18	69
17 févr.	<i>Au cœur des Rocheuses</i> et <i>Une terre de richesse</i>	Annulation – tempête de neige	17	56	5	Annulation – tempête de neige	78

Semaine	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Monc.	Total
24 févr.	<i>Le voyage de Nadia et L'homme sans ombre</i>	6	20	50	6	35	117
<b>Février</b>	<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>54</b>	<b>132</b>	<b>16</b>	<b>53</b>	<b>284</b>
3 mars	<i>Évangéline en quête et Reviens au printemps</i>	8	28	33	8	45	122
10 mars	<i>Ce qu'il reste de nous et Entre deux sœurs</i>	11	39	110	11	120	291
17 mars	<i>Comme une odeur de menthe et La trappe</i>	12	19	22	4	27	84
24 mars	<i>Sous la cagoule, Voyage au bout de la torture et Les Iris</i>	3	22	28	7	17	77
31 mars	Projection spéciale <i>Belle-Baie</i>	8	16	90	13	150	277
<b>Mars</b>	<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>124</b>	<b>283</b>	<b>43</b>	<b>359</b>	<b>851</b>
<b>TOTAL</b>	<b>12 semaines, 22 films</b>					<b>1318 personnes</b>	

Par sondage, les partenaires ont indiqué que le réseau d'e-cinéma était mis en œuvre à leur satisfaction, que les relations de travail avec l'ONF se déroulaient comme ils l'avaient prévu et, à l'exception de quelques difficultés techniques, ils avaient reçu la programmation comme prévu. Quand on leur a demandé si l'ONF était un partenaire compétent et efficace dans le cadre de ce programme, les trois partenaires ont répondu favorablement, précisant que l'ONF était accessible, que les films étaient livrés dans les délais fixés et qu'ils recevaient un soutien adéquat, compte tenu de leurs propres responsabilités. À cet égard, le seul commentaire pertinent est venu du partenaire de Fredericton, qui a dit regretter que les films n'aient pas été visionnés avant la projection afin de vérifier les problèmes techniques éventuels. Même s'il ne parle pas d'un manque de rigueur, il mentionne toutefois que la programmation en a été perturbée.

*Oui nous avons été très bien appuyés. Le transfert de l'équipement, par exemple, s'est fait rapidement et tout était prêt pour la rentrée. Les films sont prêts pour le visionnement. Nous avons dû changer la programmation d'une semaine à cause de problèmes techniques, quelques personnes ont été frustrées par ce changement. Toutefois, nous avons ainsi appris l'importance de visionner les films à l'avance pour donner le temps au personnel de régler ces problèmes.*

Globalement, l'infrastructure de l'e-cinéma était parfaitement opérationnelle en décembre 2007. Depuis, l'ONF a livré régulièrement les films de sa programmation d'e-cinéma à ses partenaires, qui les ont présentés aux auditoires communautaires au fil des semaines de la saison. À ce titre, l'ONF s'est acquitté de son rôle et de ses responsabilités en créant l'infrastructure nécessaire, les partenariats et l'innovation technique requise pour que le réseau du programme pilote livre la programmation aux partenaires communautaires.

Il est possible de maintenir l'infrastructure de distribution et d'exploitation de l'e-cinéma de manière à poursuivre le programme au moins jusqu'à la fin de la période suivante. Puisque la responsabilité de l'ONF se limite à la maintenance de son équipement, une fois que les partenaires auront acheté le leur, les coûts seront mineurs, par exemple, 875 \$ pour

la mise à jour de chacun des cinq serveurs numériques Qube sur lesquels repose le programme. Toutefois, la décision de poursuivre le programme doit tenir compte : des coûts de préparation des films pour l'e-cinéma, c.-à-d., leur conversion en format numérique qui exige, d'après le rapport de 2008 établi par les Ressources techniques, environ neuf heures de main-d'œuvre par heure de film; de la main-d'œuvre requise par différents secteurs de l'ONF, par exemple, le coût du publicitaire embauché par les Communications institutionnelles ou les coûts assumés par le Marketing et le Développement des auditoires pour que les cinéastes assistent aux projections.

2. *Les besoins des communautés partenaires ont-ils été satisfaits par le programme d'e-cinéma et par la programmation cinématographique offerte?*

En assurant la liaison avec l'auditoire aux projections hebdomadaires, les partenaires déterminent le type de programmation — sujet, durée et langue — qui intéressent leur communauté. Ils font part de leurs commentaires au Développement des auditoires, qui en tient compte au moment de choisir les films pour la saison suivante. Chaque partenaire a indiqué que sa communauté manifeste un intérêt pour deux types de films : 1) les productions récentes portant sur des enjeux internationaux; 2) les films traitant d'enjeux pertinents pour l'Acadie. Les partenaires ont aussi déclaré que leur communauté prisait moins les films sous-titrés en français.

Ces commentaires ont éclairé la programmation ultérieure. Ainsi, en 2008, les films sur la vie en Acadie, comme *Le temps des Madelinots* (2004), ou des films traitant d'enjeux internationaux, comme *Sur le Yangzi* (2007), qui porte sur le barrage des Trois-Gorges, en Chine, ont attiré les plus gros auditoires. Par conséquent, la programmation des saisons ultérieures a inclus des films de même nature : à l'hiver 2010, on a présenté *L'affaire Coca-Cola* (2009), sur les pratiques commerciales de Coca-Cola, et *Éloge du chiac* (1969), sur l'utilisation de cette langue en Acadie. De plus, depuis 2008, le Développement des auditoires a réduit le nombre total de films sous-titrés chaque saison.

Les sondages auprès des partenaires et les entrevues auprès de représentants de l'ONF indiquent clairement que les partenaires sont satisfaits de la programmation et de leur participation à la mise en œuvre du programme. Ainsi, le partenaire de Kedgwick déclare que l'e-cinéma a offert une belle variété de films à sa communauté et que les documentaires de l'ONF inscrits à la programmation ont réussi à faire en sorte que l'auditoire interagisse sur divers types d'enjeux. Les partenaires expriment toutefois le désir de participer davantage à la sélection des films. Le partenaire d'Edmundston affirme qu'il a senti avoir davantage son mot à dire dans le choix des films de la programmation de 2008. En fait, en 2008, les partenaires ont demandé et présenté un certain nombre de projections individuelles (les productions désignées « présentations spéciales » à l'Annexe A).

En entrevue, le Développement des auditoires a précisé des domaines dans lesquels le programme d'e-cinéma pourrait mieux répondre aux besoins de ses partenaires. D'abord, tous les partenaires reçoivent les mêmes films, et le Secteur note que les partenaires ont demandé une programmation propre à leur communauté. Ensuite, l'ONF ne détient plus les droits de diffusion publique afférents à certains films dont il est producteur ou

coproducteur. Or, il n'est pas autorisé à distribuer de tels films par e-cinéma. Même si cela n'a pas encore touché les décisions en matière de programmation, l'absence de droits de diffusion publique afférents à un film risque d'avoir des conséquences sur les décisions ultérieures, particulièrement si l'on passe à la méthode de programmation propre au partenaire. Enfin, pour sélectionner des films qui correspondent aux intérêts des partenaires, les programmeurs doivent connaître à fond le sujet et l'accessibilité des œuvres de l'ONF. Le Développement des auditoires en tient compte en entretenant les communications entre les partenaires et des programmeurs bien renseignés. Néanmoins, plus il y a de ressources de programmation à la disposition des partenaires, plus ils sont à même d'être mis à contribution dans les décisions de programmation.

En conclusion, l'ONF s'est acquitté de ses responsabilités en répondant aux besoins des communautés partenaires et en leur offrant une programmation pertinente. L'ONF reçoit les commentaires des partenaires au moyen du processus établi au chapitre de la production de rapports et utilise ces commentaires pour accroître la pertinence de la programmation ultérieure qui leur est offerte. Les partenaires eux-mêmes sont satisfaits de la programmation et ont le sentiment qu'ils participent adéquatement aux décisions en la matière.

Toutefois, la poursuite de la distribution des films de l'ONF par le programme d'e-cinéma repose sur la gestion adéquate des droits. À mesure que le programme exigera de plus en plus de films, l'ONF devra obtenir et maintenir les droits de diffusion publique pour s'assurer qu'une vaste collection est accessible à l'e-cinéma. C'est pourquoi il faudrait mettre en œuvre une stratégie globale de gestion des droits axée sur les films destinés au programme.

### *3. Le programme pilote a-t-il favorisé la diffusion d'œuvres en français dans les communautés de langue française en situation minoritaire?*

Un objectif clé du programme pilote, initialement soutenu par le PICLO et organisé autour de cinq communautés de langue officielle en situation minoritaire, est de diffuser des œuvres audiovisuelles en français. Il convient toutefois de signaler que, pour répondre aux demandes des partenaires en ce qui a trait aux films portant sur des enjeux d'actualité, le Développement des auditoires a inclus à la programmation un certain nombre de films en anglais sous-titrés en français. Parmi les 187 films qui ont été présentés, 153 étaient en français. Cette programmation a rejoint les communautés en 92 séances, attirant au total 10 061 personnes en trois ans.

#### **Programmation de l'e-cinéma – Films sous-titrés par année**

	<b>Nombre total de films</b>	<b>Nombre de films sous-titrés</b>
2008	80	18
2009	51	7
2010	56	9

Les rapports des partenaires suggèrent que les auditoires réagissent bien aux œuvres en français, particulièrement celles qui traitent de la vie en Acadie. Ainsi, le 4 février 2009, Caraquet a présenté *7km2 d'infini* (2003), sur la vie à l'île d'Entrée, dans la voie maritime du Saint-Laurent. Le partenaire l'a dit : « Je pense que les gens de la région aiment bien les images des îles de la Madeleine. . . ça fait toujours salle comble. » De même, la semaine du 22 septembre 2009, les partenaires ont présenté *Hubert Reeves : conteur d'étoiles* (2002), sur l'écologiste québécois Hubert Reeves, et les spectateurs de Caraquet sont restés longtemps après la projection pour discuter du film.

La programmation en français attire des auditoires plus nombreux quand les cinéastes sont présents. En entrevue, les Communications institutionnelles ont laissé entendre que c'est parce que les médias locaux sont plus soucieux d'assurer une bonne couverture de presse aux activités qui se déroulent en présence des cinéastes, mais ces projections semblent aussi susciter davantage de discussion et d'interaction dans l'assistance. La projection qui a attiré le plus de gens, *Les possibles sont infinis*, sur l'auteure acadienne Antonine Maillet, s'est déroulée en présence de la réalisatrice et de Madame Maillet et a attiré 472 personnes des cinq communautés.

Que les projections se déroulent en présence des cinéastes ou non, les Communications organisationnelles recourent au rayonnement communautaire pour rejoindre les auditoires et faire connaître la programmation de l'e-cinéma. Les rapports sur la couverture de presse indiquent que cette stratégie fait une percée auprès des médias. L'information de presse sur le lancement du programme montre que 53 organisations médiatiques ont traité du sujet, tant à l'échelle locale que nationale. De plus, les Communications institutionnelles déclarent avoir entretenu des relations suivies avec les médias tout au long du programme et que les activités continuent de faire couler de l'encre. Cette stratégie de rayonnement s'est avérée utile pour constituer les auditoires de la programmation. Les sondages menés auprès d'eux en 2008 et 2009 indiquent que c'est la presse qui a permis à 15 % des 1274 personnes sondées d'en apprendre davantage sur les projections. Une autre tranche de 25 % en a été informée par les brochures que les Communications institutionnelles ont produites chaque saison.

Au fil du programme, l'assistance a toutefois diminué. La situation s'explique partiellement par le nombre réduit de projections en 2009 et 2010 —26 et 24 respectivement par rapport à 42 en 2008. Il n'en reste pas moins que, proportionnellement, les auditoires ont diminué en 2009 et en 2010. La comparaison de l'assistance en janvier, février et mars de chaque année montre une réduction de 35 % de 2008 à 2010. En entrevue, le Développement des auditoires, le commissaire adjoint et le partenaire de liaison au bureau de Moncton suggèrent que cette diminution représente le développement d'un auditoire fidèle après la pointe d'intérêt généralisé qui a suivi le lancement du programme.

**Programmation de l'e-cinéma – Nombre total de films par année (de 2008 à 2010)**

	Semaines de programmation*	Nombre total de titres présentés	Nombre total de personnes
2008	37	80	4382
2009	25	49	3054
2010	25	56	2258

\*À l'exclusion des projections spéciales organisées pour répondre aux souhaits particuliers d'une communauté.

**Programmation de l'e-cinéma – Nombre moyen de personnes par semaine (saisons hivernales de 2008 à 2010)**

	Janvier	Février	Mars	Total	Moyenne hebdomadaire
2008	715 (3)	258 (1)	358 (5)	1331 (9)	148
2009	183 (2)	404 (4)	851 (5)	1438 (11)	130
2010	370 (3)	354 (4)	439 (5)	1163 (12)	97

\*Les chiffres entre parenthèses indiquent le nombre de projections par mois dans les cinq communautés.

Malgré cette diminution, le programme a constamment attiré plus de 1000 personnes par mois. De plus, des éléments probants suggèrent que les auditoires réagissent bien aux œuvres et que, de ce fait, elles pourraient attirer plus de gens. Ainsi, dans les sondages effectués en 2008, un énoncé était formulé en ces termes « *J'ai trouvé le film/programme intéressant* ». Il fallait répondre selon une échelle de 1 à 5 (1 équivalant à « fortement d'accord » et 5, à « fortement en désaccord »). Or, parmi les 1204 répondants, 1007 ont choisi 1 et 146 ont choisi 2. Dans la même veine, en réponse à l'énoncé « *Beaucoup de gens devraient voir ce film/programme* », 683 personnes sur 913 ont répondu 1, et 154 ont choisi 2.

Selon les réponses des communautés à ces sondages, l'e-cinéma fait face à deux types de défis dans la diffusion des œuvres en français. Tant le Développement des auditoires que le bureau de Moncton confirment qu'un fort pourcentage de l'assistance se compose d'habitues. Ce phénomène laisse à entendre que l'e-cinéma pourrait ne pas continuer à attirer de nouveaux auditoires. De plus, comme le montrent les sondages, le plus fort pourcentage de l'assistance se compose régulièrement de personnes de 50 à 65 ans, alors que les 18 à 24 ans affichent un pourcentage inférieur. On peut en conclure que le succès du programme repose largement sur un segment démographique donné. Ainsi, en 2008, 400 répondants appartenaient à la tranche d'âge 50 à 65 ans alors que seulement 62 étaient âgés de 18 et 24 ans.

Dans l'ensemble, le programme d'e-cinéma a favorisé la diffusion d'œuvres en français dans les communautés de langue française en situation minoritaire. Chaque année, la plupart des films présentés sont en français et, chaque année, ils rejoignent plusieurs milliers de personnes. Et même si les données montrent une faible diminution de l'auditoire et la prédominance d'une tranche d'âge, les réactions aux projections indiquent que l'assistance estime que ces films sont importants, pertinents et qu'ils devraient être vus par d'autres personnes, ce qui témoigne de leur potentiel à être plus largement diffusés.

#### 4. Le programme a-t-il encouragé la distribution de films de l'ONF en Acadie?

Toute la programmation de l'e-cinéma, en français ou autre, se compose d'œuvres audiovisuelles de l'ONF. Par conséquent, les résultats de la diffusion d'œuvres en français impliquent la distribution fructueuse des films de l'ONF en Acadie. D'autres données fiables indiquent que, compte tenu des 92 projections du programme d'e-cinéma, les auditoires sont intéressés à un éventail de films de l'ONF, pas uniquement ceux en français. Les chiffres sur l'assistance montrent en effet que les auditoires regardent à la même fréquence les films en français et les films sous-titrés. En mai 2010, le Développement des auditoires a compilé les statistiques sur les 18 projections ayant attiré le plus grand nombre de personnes à ce jour et seulement 9 de ces films étaient en français sans sous-titres.

##### Programmation de l'e-cinéma – projections les plus populaires

Titre	Nombre de personnes
<i>Les possibles sont infinis et Edith Butler – Fille du vent et d'Acadie</i>	472
<i>Le temps des Madelinots et Isabelle au bois dormant</i>	330
<i>Ce qu'il reste de nous et Entre deux sœurs</i>	291
Projection spéciale <i>Belle Baie</i>	277
<i>La grande traversée et Îlot</i>	259
<i>Le peuple invisible et Conte de quartier</i>	258
<i>La planète blanche et À l'ombre</i>	258
<i>Mission baleines – Les dernières géantes et Les gardiens de la mémoire</i>	254
<i>Hubert Reeves, conteur d'étoiles</i>	211
<i>Mémoires à la dérive et Le poète danois</i>	206
<i>Martha qui vient du froid et Îlot</i>	200
<i>Hubert Reeves, conteur d'étoiles et Les miroirs du temps</i>	190
<i>Au cœur des Rocheuses – Les anciens et Ils eurent treize enfants</i>	186
<i>Sexy Inc., Les épouses de l'armée et Jeu</i>	179
<i>Sur le Yangzi et Histoire tragique avec fin heureuse</i>	179
<i>Le monde selon Monsanto et Tower Bawher</i>	171
<i>MH Allain, La Trappe et Tic Tac</i>	170
<i>Le dernier trappeur et Georges et Rosemarie</i>	160

Note : Les titres surlignés en bleu désignent des projections en français.

De plus, en évaluant l'incidence du programme sur leur communauté, les partenaires ont indiqué que l'e-cinéma contribue à la réalisation du résultat stratégique de l'ONF par la distribution de ses films. Les partenaires de Kedgwick et d'Edmundston ont respectivement déclaré :

*L'e-cinéma a permis à la population d'en apprendre davantage sur de multiples sujets au Canada et dans le monde.*

*À mon avis, les documentaires présentés dans le cadre des soirées e-cinéma ont permis à la population de s'enrichir sur le plan culturel, éducatif et récréatif.*

Bien qu'il soit difficile d'évaluer s'il s'agit ou non d'un résultat du programme d'e-cinéma, les auditoires du Nouveau-Brunswick accèdent à la collection de l'ONF dans <[ONF.ca](http://ONF.ca)>. Les

statistiques sur les visionnages en ligne <sup>37</sup> montrent que la population du Nouveau-Brunswick regarde ces films dans une plus forte proportion que les provinces voisines. Par exemple, Terre-Neuve compte environ les deux tiers de la population du Nouveau-Brunswick, mais son utilisation du site Web est environ le tiers de celle de cette province. De plus, le Nouveau-Brunswick compte environ 200 000 habitants de moins que la Nouvelle-Écosse, mais l'utilisation du site Web dans ces deux provinces est sensiblement identique. En fait, la population du Nouveau-Brunswick est de 729 997 habitants, dont 463 190 (63 %) se déclarent anglophones et 232 975, francophones (32 %) <sup>38</sup>. Pourtant, même si les francophones sont près de la moitié moins nombreux que les anglophones, les visionnages en français et en anglais dans <[ONF.ca](http://ONF.ca)> dépassent tous deux 30 000. On pourrait en déduire que le Nouveau-Brunswick surpasse ses voisins de l'Atlantique à ce chapitre.

<ONF.ca>/<NFB.ca> – Visionnages en ligne, par province et par langue (mai 2010)

Province	Français	Anglais	Autres	Total	% du total
Alberta	11 360	195 609	2 960	209 929	6,3 %
Colombie-Britannique	23 818	354 365	6 383	384 566	11,6 %
Manitoba	5 948	67 394	532	73 874	2,2 %
Nouveau-Brunswick	37 616	33 907	699	72 222	2,2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	1 530	17 283	1 249	20 062	0,6 %
Territoires du Nord-Ouest	231	2 839	65	3 135	0,1 %
Nouvelle-Écosse	7 075	65 446	586	73 107	2,2 %
Nunavut	82	829	0	911	0,0 %
Ontario	124 645	864 851	9 521	999 017	30,1 %
Autres	4 101	4 809	17	8 927	0,3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 427	9 005	67	10 499	0,3 %
Québec	1 120 688	259 064	16 762	1 396 514	42,1 %
Saskatchewan	4 076	51 394	287	55 757	1,7 %
Yukon	497	5 867	71	6 435	0,2 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 343 094</b>	<b>1 932 662</b>	<b>39 199</b>	<b>3 314 958</b>	<b>100,00 %</b>

Évidemment, c'est se livrer à des conjectures que de supposer que ces résultats sont attribuables au programme d'e-cinéma parce qu'il fait mieux connaître les œuvres audiovisuelles de l'ONF. Pourtant, un commentaire du partenaire à Kedgwick semble confirmer cette idée, puisque ce dernier fait un lien entre, d'une part, la diminution des auditoires aux séances d'e-cinéma et, d'autre part, la notoriété accrue des films de l'ONF et des moyens d'y accéder autrement.

*Je dirais que pendant les deux premières années, le projet a permis à la population de connaître et d'apprécier la programmation et les œuvres offertes par l'ONF. Durant cette période, les gens se sont par ailleurs rendu compte qu'il était également possible d'apprécier ces œuvres dans le confort de leur propre*

<sup>37</sup> Au 24 mai 2010.

<sup>38</sup> Statistique Canada, *Recensement de 2006*.

*maison (soit par l'intermédiaire du site Web de l'ONF ou encore à la télévision).  
C'est à moment que l'intérêt des gens a chuté!*

Par cette analyse, on peut conclure que le programme d'e-cinéma a favorisé la distribution des œuvres de l'ONF en Acadie. De plus, le fait que les projections les plus populaires se partagent à peu près également entre les films en français et les films en anglais suggère que les auditoires interagissent avec des films parce qu'ils sont de l'ONF et non simplement parce qu'ils sont en français.

*5. Le programme a-t-il permis d'établir des relations suivies avec les partenaires et d'assurer le succès continu de l'e-cinéma dans les communautés où il a été mis en œuvre?*

Tant le bureau de Moncton que le Développement des auditoires affirment que tous les partenaires sont heureux de la prestation du programme et désireux de maintenir leur participation. En sondage, les partenaires eux-mêmes ont indiqué leur satisfaction et leur intérêt à poursuivre la collaboration. En décembre 2010, le programme a entamé une deuxième période de trois ans, et tous les partenaires initiaux, à l'exception de Bouctouche, sont restés.

Le partenaire à Bouctouche n'a pas répondu au sondage, mais ses motifs de se retirer du programme semblent liés à des questions n'ayant rien à voir avec la mise en œuvre et la prestation de l'e-cinéma. Le bureau de Moncton, le Développement des auditoires et le commissaire adjoint ont tous trois indiqué que les relations de travail avec Bouctouche étaient difficiles et déclaré que, si ce partenaire n'a pas renouvelé l'entente, c'est essentiellement parce qu'il était incapable de remplir ses engagements auprès de l'ONF. Le commissaire adjoint dit que, comme cette communauté avait déjà pris un engagement avec un fabricant local — représentant une industrie qui, à l'époque, s'adaptait à la récente récession —, elle a dû réaffecter ses ressources autrement, ce qui a entraîné une contribution inférieure à ce qui était nécessaire pour le succès du programme d'e-cinéma.

Même si les partenaires sondés sont satisfaits du programme et de leurs relations avec l'ONF, le succès continu du programme repose, en fin de compte, sur la capacité de l'ONF à répondre aux préoccupations et aux intérêts des partenaires. Le Développement des auditoires a déjà réagi à la demande des partenaires, qui souhaitent présenter des films plus récents traitant de questions d'actualité nationale et internationale, mais n'a pas abordé la question d'une programmation propre à chaque communauté, ni celle de la fréquence des séances (aux deux semaines ou tous les mois plutôt que une fois par semaine). De même, le Développement des auditoires devra déterminer comment composer avec les demandes de films récents sur des questions d'actualité d'une part, et les demandes de films en français plus nombreux d'autre part.

En conclusion, l'analyse des sondages et des entrevues indique que l'ONF s'est acquitté de ses rôles et responsabilités en maintenant des relations de travail fructueuses avec ses partenaires et en veillant à ce que le programme pilote continue d'avoir du succès dans les communautés où il a été mis en œuvre. Tous les partenaires sont satisfaits de la prestation du programme et, en 2010, tous ceux qui en étaient déjà ont renouvelé leur participation

pour trois ans. Il est possible de maintenir l'infrastructure et le réseau d'e-cinéma et, selon des données fiables, l'ONF peut facilement assurer la prestation du programme pour cette période.

### 5.3 Efficience et économie

Cette section porte sur l'efficience de la prestation du programme d'e-cinéma; pour l'évaluer, on en compare les coûts à ceux engagés dans des programmes étrangers du même genre, présentés à la section Environnement du programme. Toutefois, deux des programmes dont il est question ci-après s'articulent autour de réseaux compatibles tant avec le d-cinéma qu'avec l'e-cinéma. Ces réseaux sont nettement plus coûteux que les réseaux consacrés uniquement à l'e-cinéma comme celui de l'ONF. Les programmes ont été choisis parce qu'ils sont mis en œuvre par des organismes ou des offices du film gouvernementaux semblables qui cherchent à promouvoir la distribution et l'exploitation de leurs films nationaux et de films moins largement diffusés dans un environnement dominé par les films commerciaux.

#### *Comparaison internationale : programmes publics d'e-cinéma à l'étranger*

Étant donné les différentes tailles de réseaux et leurs exigences propres, ces coûts ne représentent qu'un outil de comparaison générale.

- Implanté dans huit communautés de l'Australie de 2007 à 2009, le Regional Digital Screen Network (RDSN) de Screen Australia a eu un coût de mise en œuvre de 65 000 \$ AU (75 581 \$ CA) par salle<sup>39</sup>.
- En 2007, le UK Film Council a investi 12 000 000 £ pour équiper 240 écrans du Digital Screen Network (DSN) compatibles avec l'e-cinéma et le d-cinéma, soit un budget moyen de 50 000 £ (79 000 \$ CA) par écran<sup>40</sup>.
- Dans un document de référence préparé par le Cultural Cinema Consortium d'Irlande en 2008, on estime que la conversion de 25 écrans administrés par l'État aux quatre coins du pays coûtera, en équipement seulement, de 1,7 € à 2 millions d'euros (2,1 M\$ CA à 2,48 M\$ CA), soit un coût moyen de 88 960 \$ CA par écran, pour l'équipement compatible avec le d-cinéma et l'e-cinéma, sans compter l'installation, la formation et le service<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> BKSTS : *The Moving Image Society, Training for Digital Projection: A Reference Guide to Digital Cinema*, UK Film Council, 2007, Issue 4, p. 5.

<sup>40</sup> UK Film Council, « Digital Screen Network ». Site Web consulté le 2 mai 2011 (<<http://www.ukfilmcouncil.org.uk/dsn>>).

<sup>41</sup> Ron J. Inglis, *Digital Cinema in Ireland: A Review of Current Possibilities*, Cultural Cinema Consortium, 2008, p. 39.

- En 2011, le centre de développement du cinéma numérique de la Chine a budgété 21,43 millions de yuans<sup>42</sup> (quelque 3 184 498 \$ CA) pour son circuit de cinéma numérique en région rurale, qui repose sur l'utilisation de fichiers numériques HD sur disque pour présenter 52 films sur 1772 écrans — en recourant à 77 équipes de projection — pendant l'année<sup>43</sup>.

**Efficiency et économie de l'e-cinéma – analyse comparative avec l'étranger**

Pays	Programme	Nombre de salles	Budget par salles (en \$ CA)	Réseau actif?
Australie	Regional Digital Screen Network	8	75 581 \$	Non
Royaume-Uni	Digital Screen Network	240	79 000 \$	Non
Irlande	National Digital Screen Network (proposition)	25	88 960 \$	Non
Chine	Circuit de cinéma numérique en région rurale	1772	1 797 \$	Oui

La comparaison des coûts à l'étranger révèle que, inclusion faite du coût de l'infrastructure d'exploitation, le programme pilote d'e-cinéma de l'ONF coûte en moyenne 77 943 \$ par salle; sur ce plan, il s'insère donc entre le RDSN de l'Australie et le DSN du Royaume-Uni, et revient à 10 000 \$ de moins que le réseau proposé en Irlande.

Il convient d'éclaircir le processus d'analyse comparative. En Australie, le RDSN présente des films récents qui existent déjà en format numérique. Même si la transmission se fait par satellite, nul besoin d'une infrastructure d'exploitation capable de numérisation. Dans la même veine, le DSN du Royaume-Uni était administré par Arts Alliance Media Ltd., de Londres<sup>44</sup>. Par conséquent, le UK Film Council était chargé uniquement de l'équipement en écrans numériques, et non pas de la mise en œuvre de l'infrastructure d'exploitation. La situation est semblable pour le circuit rural en Chine, qui présente des films chinois déjà encodés en format numérique et n'a pas à se préoccuper de la mise en place d'une infrastructure de conversion ou de distribution, à part les équipes de projection. Compte tenu de ces différences, le réseau du programme pilote d'e-cinéma est efficace; les œuvres sont diffusées à un coût semblable à celui de trois des quatre autres programmes susmentionnés et comprend pourtant le coût global de l'infrastructure d'exploitation.

À l'ONF, le programme pilote d'e-cinéma représente 82 % de toutes les dépenses des programmes d'e-cinéma en 2010. Même si le coût peut paraître élevé, il faut mentionner que l'infrastructure d'exploitation mise au point pour le programme pilote – qui compte pour 18 % des dépenses totales – sert à l'ensemble des autres salles et programmes d'e-cinéma. De même, il faut noter que les nouveaux partenaires — à l'exception de Baie-Sainte-Marie, pour qui l'ONF a acheté une partie de l'équipement — s'équipent eux-mêmes.

<sup>42</sup> Digital Cinema Development Centre, « Large-scale Feature Films in Rural Areas ». Site Web consulté le 10 mai 2011 (<<http://www.dmcc.gov.cn/publish/main/175/2011>>).

<sup>43</sup> Voir aussi Hui Be, « How Hollywood Gets to the Countryside », *Global Times*, 10 mai 2011. Site Web consulté le 10 mai 2011 (<<http://shanghai.globaltimes.cn/culture/2011-04/590217.html>>); « National Projectionist Threads Final Reel », *China Daily*, 14 avril 2011.

<sup>44</sup> Inglis, p. 29.

Au-delà des gros achats d'équipement nécessaires effectués en 2006 et 2007, le coût annuel de prestation du programme pilote d'e-cinéma est presque égal à celui des autres programmes (c.-à-d., programme institutionnel, île Fogo), soit 3 790 \$ en 2008 et 6 367 \$ en 2009.

**Efficienc e et économie – Dépenses totales de l'ONF pour les programmes d'e-cinéma**

<b>Projet</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TOTAL</b>
Programme pilote	94 122 \$	222 215 \$	3 790 \$	6 367 \$	0	326 494 \$
Programme institutionnel (Montréal et Toronto)	0	30 380 \$	2 687 \$	2 401 \$	0	35 468 \$
Infrastructure d'exploitation	0	69 689 \$	6 196 \$	14 450 \$	3 728 \$	94 064 \$
Dépenses à l'étranger	0	0	1 590 \$	99 \$	135 \$	2 032 \$
Baie-Sainte-Marie	0	0	47 299 \$	932 \$	0	48 232 \$
Île Fogo	0	0	0	4 237 \$	1 629 \$	5 866 \$
Fredericton	0	0	0	0	3 306 \$	3 306 \$
<b>TOTAL</b>	<b>94 122 \$</b>	<b>\$80 995 \$</b>	<b>61 562 \$</b>	<b>28 487 \$</b>	<b>8 798 \$</b>	<b>515 462 \$</b>

En bref, le coût de prestation du programme pilote d'e-cinéma est similaire à celui d'autres programmes comparables à l'étranger, mais son efficacité est réputée supérieure compte tenu du fait que l'infrastructure d'exploitation est absente des programmes auxquels il est comparé. De plus, même si le programme pilote représente le plus gros des dépenses affectées à l'e-cinéma, l'infrastructure d'exploitation créée pour sa prestation est celle utilisée pour tous les autres programmes du genre menés par l'ONF. Par conséquent, les dépenses annuelles maintenant requises pour le réseau du Nouveau-Brunswick sont comparables à celles exigées pour des salles supplémentaires.

## Conclusion

Le programme pilote d'e-cinéma utilise les technologies numériques pour présenter des films canadiens en français aux communautés de langue officielle en situation minoritaire qui y ont peu accès. Ce faisant, il soutient un certain nombre d'objectifs du gouvernement fédéral. Plus particulièrement, il favorise la promotion de la culture française en Acadie et la diffusion de films de la collection de l'ONF à des auditoires canadiens. Grâce au programme, l'ONF encourage aussi l'utilisation des technologies numériques pour l'exploitation cinématographique, notamment par la création de sa bibliothèque numérique, ce qui contribue à l'objectif consistant à soutenir l'innovation numérique au pays.

Globalement, l'évaluation montre que le programme pilote d'e-cinéma a atteint ses objectifs. Il a été exécuté comme prévu, et des outils de surveillance ont permis de s'assurer qu'il progressait vers les résultats escomptés. Il a créé un réseau expérimental de cinémas en Acadie et des partenariats communautaires grâce auxquels une programmation de l'ONF en français a été diffusée. Les films de cette programmation ont été présentés régulièrement, rejoignant ainsi des auditoires appréciables et diffusant des œuvres de l'ONF en Acadie. La mise en œuvre du programme a aussi créé les conditions favorables à sa poursuite, et la satisfaction des partenaires a assuré le maintien des relations avec eux. Le programme a été exécuté de manière efficiente : l'examen de programmes semblables à l'étranger met en lumière des coûts à peu près équivalents et une utilisation des ressources proportionnellement de même niveau.

L'évaluation révèle toutefois aussi qu'il y a place à l'amélioration dans la manière dont on tient compte des commentaires des partenaires. Puisque ces derniers ont des intérêts particuliers quant à l'évolution de leur programme d'e-cinéma, la mise en œuvre d'un mécanisme officiel pour établir le bilan permettrait de ne négliger aucune information qu'ils échangent de manière informelle avec l'ONF. Les partenaires ont aussi demandé des films et des horaires adaptés aux besoins et aux intérêts de leurs communautés respectives. En poursuivant le programme, l'ONF devra en outre déterminer s'il peut ou non satisfaire à cette demande.

## Recommandations et réponses de la direction

### 1. Mettre en œuvre un processus officiel d'établissement de bilan par les partenaires

Pour l'instant, les partenaires communiquent à l'ONF leurs commentaires sur le programme de deux manières : dans un abrégé des réactions de l'auditoire inséré dans les rapports trimestriels sur les projections et dans des communications non officielles. Pour mieux assurer le suivi des résultats obtenus avec le programme, et plus précisément avec les films présentés, l'ONF devrait mettre en œuvre un processus d'établissement de bilan officiel qui servira au choix de programmation ultérieure. De plus, l'Annexe A montre que ce processus devrait donner lieu à un document de même type pour tous.

#### **Réponse de la direction : Acceptée**

Tous les partenariats du programme d'e-cinéma ont été établis sous condition que les partenaires fournissent de la rétroaction à l'ONF. Les indicateurs de rendement mis au point au cours des années précédentes seront revus. Nous élaborerons une grille d'évaluation officielle uniformisée afin de recueillir les données sur le rendement pertinentes relativement aux divers partenariats d'e-cinéma. Cette grille inclura des indicateurs tant quantitatifs que qualitatifs et tiendra compte de la situation particulière des communautés et des partenaires régionaux.

**Date de mise en application :** le 1<sup>er</sup> septembre 2012

**Responsabilité :** directrice, Partenariats et événements institutionnels, Accessibilité et entreprises numériques.

### 2. Dresser la liste des ressources consacrées à la prestation du programme

Puisque l'e-cinéma exige l'apport de main-d'œuvre et de ressources de plusieurs secteurs de l'ONF, une telle liste simplifierait le suivi des dépenses annuelles engagées dans le programme.

#### **Réponse de la direction : Acceptée**

Nous créerons et tiendrons à jour la liste de toutes les ressources (budget de fonctionnement et ETP) consacrées au programme d'e-cinéma. Nous serons ainsi en mesure de surveiller ces données de manière constante et d'assurer qu'elles reflètent vraiment les coûts du programme. Il convient toutefois de souligner qu'aucun ETP n'est consacré à temps plein au programme.

**Date de mise en application :** juin 2012

**Responsabilité :** La directrice, Partenariats et événements institutionnels, Accessibilité et entreprises numériques élaborera cette liste en consultation avec les secteurs concernés

(c.-à-d. Finances, opérations et technologie (FOT) – Ressources techniques et Technologies de l'information; Bureau du commissaire adjoint et services institutionnels – chef de projet, Affaires gouvernementales et institutionnelles). La **chef, Opérations financières, FOT** assurera le suivi de l'information financière.

### **3. Évaluer la faisabilité d'une programmation propre aux partenaires**

Tous les partenaires ont dit souhaiter obtenir une programmation sur mesure qui réponde aux intérêts et aux besoins particuliers de leurs communautés respectives. Ils veulent choisir des films qui n'ont pas été sélectionnés par le Développement des auditoires ou organiser les séances à une fréquence plus longue. Pour qu'ils sachent s'il est possible ou non de satisfaire à ces demandes ou si on en fera cas, les administrateurs du programme auraient tout avantage à en déterminer la faisabilité.

#### **Réponse de la direction : Acceptée**

La programmation propre aux partenaires est déjà une réalité dans le cadre de ce programme. Les partenaires communautaires de l'Acadie (ceux du programme pilote) ont adopté une approche personnalisée depuis 2010, tandis que la plupart des nouveaux partenaires depuis 2008 l'ont toujours fait. Les partenaires demandent régulièrement leur propre programmation pour des projections spéciales. Dans ces cas, ils se chargent eux-mêmes de promouvoir ces projections. Les partenaires organisent aussi les séances à divers intervalles; les activités ne se limitent pas à des projections hebdomadaires.

**Date de mise en application** : réalisée en 2010.

**Responsabilité** : directrice, Partenariats et événements institutionnels, Accessibilité et entreprises numériques.

### **4. Publier des caractéristiques de référence**

À mesure que l'e-cinéma de l'ONF continuera de prendre son essor, il en ira de même des réseaux et des salles d'e-cinéma ailleurs dans le monde. Différents réseaux utiliseront l'e-cinéma, le d-cinéma ou même le *cinéma électronique* (qui englobe toutes les autres technologies numériques de présentation de films non comprises dans les deux premières catégories), mais leurs organisateurs chercheront souvent l'interopérabilité d'un système à l'autre. Il importe que l'ONF publie un document de référence précisant les caractéristiques de ses réseaux et des salles qu'ils desservent ou encore, qu'il oriente les partenaires et autres intervenants vers des gabarits techniques de l'externe, comme ceux fournis par la SMPTE. Ce sera crucial à mesure que le programme se développera à l'échelle internationale et que, grâce à lui, des salles établies auront l'occasion d'interagir avec de nouveaux réseaux.

**Réponse de la direction : Acceptée**

Les guides ci-après ont été élaborés dans le cadre du programme d'e-cinéma depuis ses débuts en 2008 :

- Document de présentation intitulé *L'e-cinéma en collaboration avec l'ONF*, qui met en évidence les besoins technologiques et les coûts associés à l'installation d'un e-cinéma. Les intervenants de l'ONF envoient d'abord une fiche d'information aux partenaires potentiels à l'étranger qui manifestent leur intérêt (organisations communautaires, ambassades du Canada, musées, etc.);
- *Guide du gestionnaire* et *Guide de l'utilisateur* personnalisés pour chaque partenaire du programme d'e-cinéma;
- *Configuration du logiciel serveur* (juin 2010), dans lequel on trouve toutes les caractéristiques techniques requises pour configurer le serveur d'e-cinéma de chaque partenaire conformément au programme d'e-cinéma de l'ONF.

Tous les partenaires ont trouvé ces documents utiles. Dans le cadre de l'établissement d'une trousse technique générale d'e-cinéma, nous élaborerons et publierons aussi un guide décrivant les caractéristiques d'encodage pour l'e-cinéma.

**Date de mise en application :** juin 2012

**Responsabilité :** Finances, opérations et technologie.

## **5. Définir une stratégie officielle visant la sélection des nouveaux partenaires d'e-cinéma**

Comme ses réseaux d'e-cinéma suscitent de plus en plus d'intérêt, l'ONF devra se doter d'un cadre normalisé pour évaluer et négocier les demandes de partenariats, d'autant plus que les nouveaux partenaires seront obligés d'assumer leurs propres coûts d'installation et d'équipement. La conclusion du programme pilote offre l'occasion d'établir un cadre concret qui guidera ce processus et par lequel on s'assurera que les nouvelles demandes sont traitées sur un pied d'égalité.

### **Réponse de la direction : Acceptée**

La politique de création de nouveaux partenariats d'e-cinéma est en place depuis 2008 et décrite dans *L'e-cinéma en collaboration avec l'ONF*. Jusqu'à présent, pour toutes les nouvelles demandes de partenariat, cette politique a consisté à adopter une approche appropriée aux besoins, laquelle approche s'est avérée une méthode équitable pour sélectionner de nouveaux partenaires.

**Date de mise en application :** réalisée en 2008.

**Responsabilité :** directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques.

## **6. Terminer le développement d'une plateforme d'accès par Web**

L'ONF travaille au développement d'une plateforme d'accès par Web grâce à laquelle les partenaires d'e-cinéma accéderont aux films eux-mêmes. Cette plateforme en est à l'étape du développement. Il est recommandé que l'ONF mène à bien ce projet afin d'offrir aux partenaires plus de souplesse et d'autonomie en matière de sélection de films et de bandes-annonces pour leur e-cinéma. Cette plateforme pourrait même favoriser les séances spéciales.

### **Réponse de la direction : Acceptée**

Le développement d'une plateforme d'accès par Web est terminé. Sa mise en œuvre est toutefois conditionnelle à un certain nombre de modifications requises ainsi qu'à la mise en œuvre d'un projet organisationnel plus vaste, celui de la gestion de contenus multimédias. Ce projet facilitera la gestion des biens numériques de l'ONF, notamment des catalogues personnalisés pour nos partenaires, comme ceux de l'e-cinéma. Le plan de mise en œuvre de cette plateforme sera revu dans le cadre du système de gestion de contenus multimédias de l'ONF.

**Date de mise en application :** mars 2013 (le projet de gestion de contenus multimédias sera mis en œuvre en 2012-2013).

**Responsabilité :** directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques, et directrice générale, Finances, opérations et technologie.

## Annexe A : Ensemble des projections, des films et assistance totale

### Saison 2008

Toute la programmation régulière se compose de films de l'ONF. Les titres sont écrits en italiques. Les films ont été présentés dans les cinq communautés, et les dates indiquent les semaines de présentation des films du programme d'e-cinéma. Comme nous l'avons déjà mentionné, les partenaires disposent de l'infrastructure d'e-cinéma pour projeter des films qui ne sont pas de l'ONF ou pour organiser des séances à des fins particulières. Ces séances sont mises en évidence en vert, bleu et rose. L'assistance totale est surlignée en orange.

Capacité des salles: Bouctouche : 25; Caraquet : 125; Moncton : 350; Kedgwick : 50 Edmundston : 60

Présentations spéciales ombragées — Kedgwick

Présentations spéciales ombragées — Bouctouche

Présentations spéciales - Moncton: Le système est utilisé pour d'autres projections, voir les détails ci-dessous.

Cinéma Far-Out East, septembre 2007 à avril 2008, 50 soirées

Présences : 3984

Cinéma Ciné-Campus, septembre 2007 à avril 2008, 65 soirées

Présences : 2914

Matinées jeunesse le samedi matin (6) dont 4 matinées dont utilisation 100% système

Présences : 971

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
17 janv. 2008	<i>Le temps des Madelinots et Isabelle au bois dormant</i>	54	61	120	15	80	<b>330</b>
23-24 janv. 2008	<i>Sexy Inc., Les épouses de l'armée et Jeu</i>	36	50	44	9	40	<b>179</b>
30-31 janv. 2008	<i>Mémoires à la dérive et Le poète danois</i>	38	44	60	9	55	<b>206</b>
Janvier	<b>Sous-total</b>	<b>128</b>	<b>155</b>	<b>224</b>	<b>33</b>	<b>175</b>	<b>715</b>
6-7 févr. 2008	<i>Mission Baleines : les derniers géants et Les gardiens de la mémoire</i>	23	56	108	14	53	<b>254</b>
13-14 févr. 2008	<i>Le dernier trappeur et Georges et Rosemarie</i>	31	45	60	0	24	<b>160</b>
20-21 févr. 2008	<i>Le peuple invisible et Conte de</i>	23	46	75	11	103	<b>258</b>

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
	<i>quartier</i>						
<b>24 févr. 2008</b>	<i>Le peuple invisible et Conte de quartier Bouctouche</i>	0	0	0	7	0	<b>7</b>
<b>27-28 févr. 2008</b>	<i>La planète blanche et À l'ombre</i>	24	59	75	0	100	<b>258</b>
<b>Février</b>	<b>Sous-total</b>	<b>101</b>	<b>206</b>	<b>318</b>	<b>32</b>	<b>280</b>	<b>937</b>
<b>5-6 mars 2008</b>	<i>Au pays des colons et L'Anniversaire de Bob</i>	0	33	55	0	25	<b>113</b>
<b>12-13 mars 2008</b>	<i>À force de rêves et Un dimanche à 105 ans</i>	21	25	48	5	26	<b>125</b>
<b>17 mars 2008</b>	<i>Kedgwick - Au pays des colons et L'Anniversaire de Bob</i>	9	0	0	0	0	<b>9</b>
<b>19-20 mars 2008</b>	<i>Le cerveau mystique et Madame Tutli-Putli</i>	13	12	18	12	0	<b>55</b>
<b>22 mars 2008</b>	<i>Junior</i>	0	0	0	5	0	<b>5</b>
<b>26-27 mars 2008</b>	<i>Junior et Le paysagiste</i>	9	9	12	0	15	<b>45</b>
<b>29 mars 2008</b>	<i>Projection spéciale Kedgwick</i>	6	0	0	0	0	<b>6</b>
<b>Mars</b>	<b>Sous-total</b>	<b>58</b>	<b>79</b>	<b>133</b>	<b>22</b>	<b>66</b>	<b>358</b>
<b>2-3 avr. 2008</b>	<i>La grande traversée et Îlot</i>	17	50	60	12	120	<b>259</b>
<b>9-10 avr. 2008</b>	<i>Au rythme des grandes baleines, Mike Birch et Pimp ma botte</i>	15	13	48	6	30	<b>112</b>
<b>16-17 avr. 2008</b>	<i>Un cri qui vient de loin, Il parle avec les loups et Mouches noires</i>	20	41	55	2	0	<b>118</b>
<b>23-24 avr. 2008</b>	<i>Quelque chose dans l'air, Les réfugiés de la planète bleue et Révérence</i>	13	16	30	4	8	<b>71</b>
<b>30 avr. -1<sup>er</sup> mai</b>	<i>L'extrême frontière, l'œuvre poétique de Gérald Leblanc et Nocturnes</i>	16	11	7	8	15	<b>57</b>
<b>Avril</b>	<b>Sous-total</b>	<b>81</b>	<b>131</b>	<b>200</b>	<b>32</b>	<b>173</b>	<b>617</b>
<b>7-8 mai 2008</b>	<i>Golden Gloves, Durelle et Dîner intime</i>	23	14	20	0	60	<b>117</b>

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
13 mai 2008	Projection spéciale Kedgwick	21					
14-15 mai 2008	<i>Le côté obscur de la Dame Blanche</i> et <i>Clandestin</i>	11	11	15	3	5	45
14 mai 2008	Utilisation de l'écran à Kedgwick	23					
21-22 mai 2008	<i>La peau et les os, après... et Ici par ici</i>	7	19	22	3	13	64
27 mai 2008	Présentation spéciale - Kedgwick	21					
28-29 mai 2008	<i>L'âge de passion</i> et <i>Une artiste</i>	5	6	12	3	3	29
Mai	<b>Sous-total</b>	<b>111</b>	<b>50</b>	<b>69</b>	<b>9</b>	<b>81</b>	<b>255</b>
4-5 juin 2008	<i>On a tué l'Enfant-Jésus</i> et <i>Rumeurs</i>	7	3	12	4	0	26
11-12 juin 2008	<i>Qui a tiré sur mon frère?</i> et <i>L'homme qui attendait</i>	5	5	13	3	6	32
18-19 juin 2008	<i>Bonnes vacances, Country</i> et <i>Cot Cot</i>	8	12	18	0	8	46
29 juin 2008	Présentation spéciale	15					15
Juin	<b>Sous-total</b>	<b>35</b>	<b>20</b>	<b>43</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>119</b>
Au 10 avril	<b>Total du Programme 1 :</b>	<b>287</b>	<b>440</b>	<b>675</b>	<b>87</b>	<b>521</b>	<b>2010</b>
Au 18 juin	<b>Total du Programme 2 :</b>	<b>227</b>	<b>201</b>	<b>312</b>	<b>48</b>	<b>268</b>	<b>991</b>
<b>TOTAL PROGRAMMATION HIVER ET PRINTEMPS 2008</b>		<b>514</b>	<b>641</b>	<b>987</b>	<b>135</b>	<b>789</b>	<b>3001</b>
<b>PROGRAMMATION AUTOMNE 2008</b>							
16-17-18 sept. 2008	<i>Sur le Yangzi, Histoire tragique avec fin heureuse</i>	20	47	58	12	42	179
23-24-25 sept. 2008	<i>Le monde selon Monsanto</i> et <i>Tower Bawher</i>	7	41	60	7	56	171
30 sept.- 1 <sup>er</sup> - 2 oct. 2008	<i>Quand la caméra tourne, Dehors novembre</i> et <i>Symphonie Locass</i>	10	17	45	3	0	75
Septembre 2008	<b>Sous-total</b>	<b>37</b>	<b>105</b>	<b>163</b>	<b>22</b>	<b>98</b>	<b>425</b>
7- 8- 9 oct. 2008	<i>La mère l'oie, La vie avec un brin de folie</i> et <i>Ces voix oubliées</i>	4	14	40	8	18	84

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
14- 15- 16 oct. 2008	<i>Hubert Reeves : conteur d'étoiles</i> et <i>Les miroirs du temps</i>	15	55	60	13	47	190
21- 22-23 oct. 2008	<i>Le blues de l'Orient</i> et <i>Taa Tam</i>	21	15	27	2	17	82
27 octobre 2008	<i>Petites vues de chez nous</i> Série sur Kedgwick réalisée par Monique LeBlanc pour Radio- Canada et projeté à Kedgwick	38					38
28- 29- 30 oct. 2008	Soirée de films d'animation	12	7	35	19	23	96
Octobre 2008	<b>Sous-total</b>	<b>90</b>	<b>91</b>	<b>162</b>	<b>42</b>	<b>105</b>	<b>490</b>
4- 5 - 6 nov. 2008	<i>Waban-aki : peuple du soleil</i> <i>levant</i> et <i>Le Maître du ciel</i>	7	16	28	8	11	70
11-12-13 nov. 2008	<i>Le Canada durant la première</i> <i>guerre</i> et <i>Entre les lignes</i>	9	13	15	8	13	58
18- 19- 20 nov. 2008	<i>Dieu a-t-il quitté l'Afrique?</i> et <i>Hungu</i>	7	16	25	7	11	66
25-26- 27 nov. 2008	<i>MH Allain, La trappe</i> et <i>Tic Tac</i>	0	35	26	25	84	170
24 nov. Kedgwick							0
27 nov. 2008	Cinéma d'animation	20					20
28 nov. 2008	<i>Dieu a-t-il quitté l'Afrique?</i> et <i>Hungu</i>	19					19
Novembre 2008	<b>Sous-total</b>	<b>62</b>	<b>80</b>	<b>94</b>	<b>48</b>	<b>119</b>	<b>403</b>
2-4 déc. 2008	<i>Mon parc, mes Plaines</i> et <i>Folle de</i> <i>Dieu</i>	10	39	45	6	41	141
9-10-11 déc. 2008	<i>Le dernier continent</i> et <i>Le chat</i> <i>colla...</i>	5	10	37	10	30	92
23 déc. 2008- 10 h 30	Projections Noël Kedgwick	12					12
23 déc. 2008- 15 h	Projections Noël Kedgwick	20					20
21 déc. 2008 – 13 h	Projections Noël Caraquet			0			0
21 déc. 2008 – 15 h	Projections Noël Caraquet			4			4
23 déc. 2008 – 19 h	Projections Noël Caraquet			0			0
20 déc. 2008 – 10 h	Projections Noël Bouctouche				10		10
18 déc. 2008 – 18 h 30	Projections Noël Edmundston		6				6

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
14 déc. 2008 – 13 h	Projections Noël Moncton					30	30
Décembre 2008	Sous-total	47	55	86	26	101	315
PROGRAMMATION AUTOMNE 2008		236	331	505	138	423	1633
TOTAL PROGRAMMATION ANNÉE 2008		750	972	1492	273	1212	4634

## Saison 2009

<b>Présentations spéciales ou utilisation du système - Kedgwick</b>			
<b>16 avril 2009 : utilisation du système pour les étudiants</b>	41		
<b>17 avril 2009 : utilisation du système pour les étudiants</b>	31		
<b>22 avril 2009 : utilisation du système pour les étudiants</b>	33		
<b>Total</b>	<b>105</b>		
<b>Présentations spéciales - Bouctouche</b>			
<b>Présentations spéciales - Moncton: Le système est utilisé pour d'autres projections, voir les détails ci-dessous.</b>			
<b>Cinéma Far-Out East, 2 décembre 2008 au 7 février 2009, 16 soirées</b>		Présences :	987
<b>Cinéma Ciné-Campus, 2 décembre 2008 au 7 février 2009, soirées</b>		Présences :	410
<b>Matinées jeunesse, 2 décembre 2008 au 7 février 2009</b>		Présences :	424
<b>Total</b>			<b>1821</b>

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
20-21-22 janv.	<i>Les seigneurs de l'Arctique et Nathaël et la chasse aux phoques</i>	10	34	60	3	35	142
27-28-29 janv.	<i>J'me voyais déjà et Faut se grouiller</i>	3	9	18	0	11	41
Janvier	<b>Sous-total</b>	<b>13</b>	<b>43</b>	<b>78</b>	<b>3</b>	<b>46</b>	<b>183</b>
3- 4 - 5 févr.	<i>7 km2 d'Infini et Le village des idiots</i>	10	47	56	5	22	140
8 fév	Présentation spéciale	10					10
10- 11 -12 févr.	<i>Médecine sous influence et Ma grand-mère repassait les chemises du roi</i>	3	17	26	5	18	69
17- 18- 19 févr.	<i>Au cœur des Rocheuses et Une terre de richesses</i>	annulé-tempête	17	56	5	annulé-temp	78

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
						ête	
24- 25- 26 févr.	<i>Le voyage de Nadia et L'homme sans ombre</i>	6	20	50	6	35	117
Février	<b>Sous-total</b>	<b>29</b>	<b>54</b>	<b>132</b>	<b>16</b>	<b>53</b>	<b>284</b>
3- 4 - 5 mars	<i>Évangéline en quête et Reviens au printemps</i>	8	28	33	8	45	122
10- 11 - 12 mars	<i>Ce qu'il reste de nous et Entre deux sœurs</i>	11	39	110	11	120	291
17-18-19 mars	<i>Comme une odeur de menthe et La trappe</i>	12	19	22	4	27	84
24- 25-26 mars	<i>Sous la cagoule, un voyage au bout de la torture et Les Iris</i>	3	22	28	7	17	77
31 mars	Projection spéciale <i>Belle-Baie</i>	8	16	90	13	150	277
Mars	<b>Sous-total</b>	<b>42</b>	<b>124</b>	<b>283</b>	<b>43</b>	<b>359</b>	<b>851</b>
24 avril 2009	Utilisation de l'écran du système pour une classe de 1 <sup>re</sup> et 5e années	38					38
13 mai 2009	Utilisation de l'écran du système pour jeunes de 14 à 16 ans	37					37
14 mai 2009	Utilisation écran - Raconter des légendes québécoises classe 5e année	19					19
27 mai 2009	Utilisation écran : pour adultes (atelier de compostage)	30					30
<b>TOTAL</b>							<b>124</b>
<b>TOTAL JANVIER À MARS</b>		84	221	493	62	458	<b>1442</b>
<b>AVEC PROJECTIONS SPÉCIALES À MONCTON</b>						<b>1821</b>	<b>1821</b>
<b>AVEC UTILISATION DU SYSTÈME À KEDGWICK POUR LES ÉTUDIANTS</b>		<b>105</b>					<b>105</b>
<b>TOTAL PROGRAMMATION PRINTEMPS 2009</b>		189	221	493	62	2279	<b>3244</b>
15-16-17 sept.2009	<i>Martha qui vient du froid et Îlot</i>	10	28	100	6	56	200

Date	Films	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
22-23-24 sept. 2009	<i>Hubert Reeves : conteur d'étoiles</i>	10	26	90	17	68	211
29- 30 sept. et 1 <sup>er</sup> oct.	<i>L'incroyable histoire des machines à pluie et L'ondée</i>	9	24	45	6	13	97
2 octobre 2009	Présentation spéciale	54					54
3 octobre 2009	Présentation spéciale	8					8
6-7-8 oct. 2009	<i>La dernière batture, Aviatrice et Le secret de Moustafa</i>	6	25	50	12	17	110
13-14-15 oct. 2009	<i>Liberty, USA et Juke-Bar</i>	2	14	40	3	11	70
21-22-23 oct. 2009	<i>Chers électeurs et «E»</i>	2	2	22	4	3	33
27-28-29 oct. 2009	<i>Animez-vous</i>	2	19	45		6	72
3-4-5 nov. 2009	<i>Silence on vaccine et Animastress</i>	6	21	15	5	27	74
10-11-12 nov. 2009	<i>Quelques raisons d'espérer et La faim</i>	4	11	25	6	10	56
17-18-19 nov. 2009	<i>Le magicien de Kaboul et Robe de guerre</i>	0	13	37	10	35	95
24-25-26 nov. 2009	<i>Habiter la danse, Le secret d'un moine et Retouches</i>	0	13	36	4	19	72
1-2-3 déc. 2009	<i>Fille du vent et d'Acadie</i>	20	52	100	150	150	472
8-9-10 déc. 2009	<i>...et la musique et Chez madame Poule</i>	5	6	5	4	1	21
15-16-17 déc. 2009	<i>La mémoire des anges et Rosa Rosa</i>	0	2	17	5	5	29
<b>TOTAL PROGRAMMATION AUTOMNE 2009</b>		<b>138</b>	<b>256</b>	<b>627</b>	<b>226</b>	<b>421</b>	<b>1674</b>

## Saison 2010

Hiver	Titres des films projetés	Kedg.	Edm.	Car.	Bouc.	Mon.	Total
12-13-14 janv.	<i>Au cœur des Rocheuses, Les anciens et Ils eurent treize enfants</i>	17	37	64	23	60	<b>201</b>
19-10-21 janv.	<i>Pêcheurs de Pomcoup, Les aboiteaux et Vive la rose</i>	5	30	48	23	14	<b>120</b>
26-27-28 janv.	<i>Cornouailles et La pirouette</i>	6	17	25	3	13	<b>64</b>
2-3-4 févr.	<i>Le chœur d'une culture, Alanna et Tête à tête à tête</i>	7	28	26	3	4	<b>68</b>
9-10-11 févr.	<i>La bataille de Passchendaele</i>	3	29	41	2	14	<b>89</b>
16, 17, 18 févr.	<i>Un Everest de l'intérieur et Canada vignettes: la valse du maître draveur</i>	5	25	33	0	10	<b>73</b>
23-24-25 févr.	<i>Les gossipeuses et L'affaire Bronswick</i>	10	29	42	7	36	<b>124</b>
2-3-4 mars	<i>Visionnaires planétaires et Le château de sable</i>	8	14	50	11	18	<b>101</b>
9-10-11 mars	<i>Mourir pour soi et Oncle Bob à l'hôpital</i>	3	26	15	2	9	<b>55</b>
16-17-18 mars	<i>Éloge du chiac et Éloge du chiac 2</i>	2	24	32	16	44	<b>118</b>
23-24-25 mars	<i>Wapikoni - escale à Kitcisakik, Chiffre et Entre l'arbre et l'écorce</i>	2	14	11		2	<b>29</b>
30-31 mars et 1 <sup>er</sup> avr.	<i>L'affaire Coca-Cola et Train en folie</i>	4	4	65	2	61	<b>136</b>
<b>Total</b>		<b>72</b>	<b>277</b>	<b>452</b>	<b>92</b>	<b>285</b>	<b>1178</b>

Automne	Titres des films projetés/Titles shown	Kedg.	Edm.	Cara.	Fred.	Mon.	Total
12 au 16 sept.	<i>Le cercle arctique - Épisode 1 : sur de la glace mince et Épisode 2 : la bataille pour le pôle</i>		19	60	10	0	<b>132</b>
19 au 23 sept.	<i>Avoir 32 ans et Hothouse 5 – Foufou</i>	3	17	26	4	2	<b>85</b>
26 au 30 sept.	<i>Chroniques afghanes et Le cirque</i>		11	60	1	3	<b>109</b>
3 au 7 oct.	<i>Ça tourne dans ma tête, Hothouse 5 – Orange et Robert Lepage</i>		70	100	15	80	<b>277</b>
7 oct.	<i>Antonine Maillet - Les possibles sont infinis</i>						<b>50</b>
10 au 14 oct.	<i>Dans le ventre du Moulin, Hothouse 5 : Orange et Robert Lepage</i>			32	5	6	<b>57</b>

Automne	Titres des films projetés/Titles shown	Kedg.	Edm.	Cara.	Fred.	Mon.	Total
17 au 21 oct.	<i>Voleuse de poussière, Pour ne pas perdre le Nord, Infusion et Le rêve du huard</i>	3	44	60	19	50	196
24 au 28 oct.	<i>Enfants de soldats et La couleur de la beauté</i>		11	28	11	2	58
31 oct. au 4 nov.	<i>Tintamarre - La piste Acadie en Amérique et Aquasnazz</i>	5	13	22	4	4	58
7 au 9 nov.	<i>Pas de pays sans paysans et Du big bang à mardi matin</i>		4	26	7	7	59
14-18 nov.	<i>Kacho Komplo et Joséphine</i>		14	14	0	7	51
17 nov.	<i>Ça tourne dans ma tête - présenté à un groupe d'aides-enseignantes</i>				15		15
21 au 25 nov.	<i>Le mystère du Vinland, Mer mère et La glace et la vie</i>		9	30	7	8	70
28 nov. au 2 déc.	* <i>RiP! A Remix Manifesto et Bryan Adams : l'essentiel</i> n'ont pas pu être présentés en raison de difficultés techniques. Les partenaires ont présenté la semaine du 13 : <i>Les porteurs d'espoir et La tranchée.</i>			7	6	0	26
5 au 9 déc.	<i>RiP! A Remix Manifesto, Bryan Adams: l'essentiel et Les porteurs d'espoir</i> à Kedgwick	2	1	2	4	2	17
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>213</b>	<b>467</b>	<b>108</b>	<b>171</b>	<b>972</b>

## Annexe B : Sondage auprès des partenaires

### Edmunston

1. Qu'est qui a motivé votre institution à nouer un partenariat avec l'ONF?

*La qualité des films et la renommée de l'ONF.*

2. Quels étaient les objectifs du projet pilote d'e-cinéma?

*Pour que les francophones puissent avoir accès à des films en français.*

3. Avez-vous l'impression que le projet pilote d'e-cinéma vous a donné la possibilité de répondre à des besoins précis de votre communauté? Si oui, lesquels?

*Oui, le besoin du cinéma documentaire canadien en français a été comblé.*

4. À votre avis, quelle est la plus importante répercussion du e-cinéma sur votre communauté?

*L'e-cinéma a permis à la population d'en apprendre davantage sur de multiples sujets au Canada et dans le monde. Parfois après la projection des films, les gens discutaient entre eux des sujets.*

5. L'ONF s'est-il montré un partenaire compétent et efficace dans ce programme? Veuillez répondre en tenant compte de points suivants :

- a. Le personnel de l'ONF était-il accessible? *Oui.*
- b. Vous a-t-il fourni une programmation pertinente? *Oui, très bonne programmation.*
- c. A-t-il livré les films dans les délais fixés? *Oui.*
- d. A-t-il fourni un soutien adéquat à la mise en œuvre du programme? *Oui.*

6. Comment jugez-vous votre participation à ce projet?

- a. Vous sentez-vous pleinement impliqué?  
*Oui, mais surtout la première année à cause de notre possibilité de choisir des films. Pourtant nous comprenons que cela a été difficile d'avoir un consensus parmi tous les centres de diffusion.*
- b. Y a-t-il des aspects que vous aimeriez améliorer par rapport à votre participation?  
*Non.*

7. Avez-vous des recommandations à formuler en ce qui a trait au maintien du projet pilote? Ou en ce qui a trait à votre relation de travail avec l'ONF?

*Nous n'avons pas vraiment de recommandations à formuler car tout s'est bien déroulé. Nous*

*aimerions continuer notre partenariat avec vous.*

### **Fredericton**

1. Qu'est qui a motivé votre institution à nouer un partenariat avec l'ONF?

*Nous avons entendu parler du projet une fois instauré alors il était trop tard pour être inclus. Nous avons toutefois signalé notre intérêt. Lorsqu'une localité s'est désistée, on nous a offert le partenariat. Nous croyions que la population francophone de Fredericton apprécierait les productions de l'ONF. Le cinéma francophone étant limité dans la région de la capitale, c'était un plus.*

2. Quels étaient les objectifs du projet pilote d'e-cinéma?

*D'offrir une programmation de qualité aux francophones.*

3. Avez-vous l'impression que le projet pilote d'e-cinéma vous a donné la possibilité de répondre à des besoins précis de votre communauté? Si oui, lesquels?

*Le projet est tout nouveau à Fredericton (depuis septembre [2010] seulement), Mais nous pouvons voir qu'il y a de l'intérêt. C'est une activité unique à Fredericton, toutes langues confondus et il y a une clientèle qui recherche ce genre d'activités.*

4. À votre avis, quelle est la plus importante répercussion du e-cinéma sur votre communauté?

*Les gens en parlent, nous avons l'appui du centre communautaire pour la publicité, et nous attirons une clientèle différente à la bibliothèque.*

5. L'ONF s'est-il montré un partenaire compétent et efficace dans ce programme? Veuillez répondre en tenant compte de points suivants :

*Oui nous avons été très bien appuyés. Le transfert de l'équipement par exemple s'est fait rapidement et tout était prêt pour la rentrée. Les films sont prêts pour le visionnement. Nous avons dû changer la programmation d'une semaine à cause de problèmes techniques, quelques personnes ont été frustrées par ce changement. Toutefois, nous avons ainsi appris l'importance de visionner les films à l'avance pour donner le temps au personnel de régler ces problèmes.*

- a. Le personnel de l'ONF était-il accessible?
- b. Vous a-t-il fourni une programmation pertinente?
- c. A-t-il livré les films dans les délais fixés?
- d. A-t-il fourni un soutien adéquat à la mise en œuvre du programme?

6. Comment jugez-vous votre participation à ce projet?

*Nous ne sommes pas impliquées dans le choix de la programmation mais c'est en général bien. Il y a quand même un assez grand nombre de films anglophones sous-titrés en français. Comme nous tentons de publiciser cette activité auprès d'anglophones qui veulent pratiquer le français, s'ils viennent et le film est en anglais, c'est plutôt frustrant pour eux et ils ne reviennent pas. Cette information pourrait être ajoutée au programme.*

*Nous nous sentons impliqué dans le projet dans le sens que nous voulons que ce soit un succès. Comme nous nous sommes joints au projet après les autres nous nous sentons peut-être un peu à part mais les gens de l'ONF sont toujours prêts à nous aider.*

- a. Vous sentez-vous pleinement impliqué?
- b. Y a-t-il des aspects que vous aimeriez améliorer par rapport à votre participation?

7. Avez-vous des recommandations à formuler en ce qui a trait au maintien du projet pilote? Ou en ce qui a trait à votre relation de travail avec l'ONF?

*Nous aimerions certainement que le projet se continue puisque nous venons de débiter.*

*Favoriser les films les plus récents (2009, 2010, 2011).*

*Présentations aux deux semaines seraient peut-être préférables pour certaines régions.*

### **Kedgwick**

1. Qu'est qui a motivé votre institution à nouer un partenariat avec l'ONF? *Un transfert de responsabilités... le contrat fut originalement signé par la société culturelle des hauts plateaux. Fautes d'un manque de temps de la part des bénévoles impliqués, le regroupement nous a demandé si nous voulions prendre la relève. Étant donné l'importance de garder le service en région, nous avons accepté le transfert des responsabilités.*

2. Quels étaient les objectifs du projet pilote d'e-cinéma?

*Selon l'entente de collaboration signée le 02 octobre 2009, les objectifs du projet était de :*

- *Offrir des représentations publiques gratuites d'oeuvres audiovisuelles de l'ONF.*
- *Présenter publiquement la programmation de l'ONF et d'autres œuvres audiovisuelles.*
- *Rendre compte du déroulement du projet.*
- *La distribution et la diffusion d'œuvres cinématographiques et télévisuelles dans les communautés francophones en situation minoritaire.*
- *Évaluer les besoins des parties afin de développer et/ou d'améliorer les outils de gestion et de consultation du catalogue de productions audiovisuelles ONF disponibles*

3. Avez-vous l'impression que le projet pilote d'e-cinéma vous a donné la possibilité de répondre à des besoins précis de votre communauté? Si oui, lesquels?

*Je dirais que pendant les deux premières années, le projet a permis à la population de connaître et d'apprécier la programmation et les œuvres offertes par l'ONF. Durant cette période, les gens se sont par ailleurs rendu compte qu'il était également possible d'apprécier ces œuvres dans le confort de leur propre maison (soit par l'intermédiaire du site web de l'ONF ou encore à la télévision). C'est à moment que l'intérêt des gens a chuté!*

4. À votre avis, quelle est la plus importante répercussion du e-cinéma sur votre communauté?

*À mon avis, les documentaires présentés dans le cadre des soirées e-cinéma ont permis à la population de s'enrichir sur le plan culturel, éducatif et récréatif.*

5. L'ONF s'est-il montré un partenaire compétent et efficace dans ce programme? Veuillez répondre en tenant compte de points suivants :

- a. Le personnel de l'ONF était-il accessible? *Oui*
- b. Vous a-t-il fourni une programmation pertinente? *Oui, la programmation est bien variée!*
- c. A-t-il livré les films dans les délais fixés? *Oui*
- d. A-t-il fourni un soutien adéquat à la mise en œuvre du programme? *Oui*

6. Comment jugez-vous votre participation à ce projet?

- a. Vous sentez-vous pleinement impliqué? *Oui*
- b. Y a-t-il des aspects que vous aimeriez améliorer par rapport à votre participation?  
*Non, nous avons travaillé très fort au niveau de la publicité et du marketing.*

7. Avez-vous des recommandations à formuler en ce qui a trait au maintien du projet pilote? Ou en ce qui a trait à votre relation de travail avec l'ONF?

*Votre initiative d'implanter un beau projet comme celui-ci est grandement appréciée. Vos documentaires sont à la fois informatifs, éducatifs et offrent la possibilité de s'enrichir sur le plan culturel. Pour être en mesure de maintenir le service, je crois qu'il devrait seulement y avoir une soirée par mois et que celle-ci présente seulement des documentaires en primeur. De plus, je crois que pour être en mesure d'atteindre une plus grande portion de la population, la publicité devrait être faite sur les ondes de la télévision Radio-Canada, TVA, Canal D....*

## Annexe C : Compilation des données sur les sondages auprès des auditoires

Les tableaux ci-après présentent les données compilées à partir des questionnaires de sondage remplis par les auditoires après les séances d'e-cinéma. Les énoncés des questions figurent dans la colonne gauche; le nombre de réponses apparaît à droite. Les membres de l'auditoire devaient répondre selon une échelle allant de 1 à 5, 1 représentant « fortement d'accord » et 5, « fortement en désaccord ». On leur demandait aussi d'indiquer leur tranche d'âge et où ils avaient appris qu'il y aurait une projection.

Le questionnaire montre clairement que les auditoires aiment les projections d'e-cinéma, qu'ils les trouvent intéressantes et qu'ils les considèrent comme des événements importants pour leurs communautés respectives. On y apprend aussi que la brochure et l'entourage sont les outils de communication les plus efficaces pour faire connaître les projections.

En 2009, le questionnaire a été raccourci puis éliminé après la saison hivernale. C'est que le Développement des auditoires estimant qu'un fort pourcentage de l'assistance se composait d'habitues, la collecte hebdomadaire des questionnaires n'avait plus guère d'utilité. Les différents totaux pour chaque énoncé s'expliquent du fait que les membres de l'auditoire n'ont pas tous rempli le questionnaire en entier.

### Compilation des données sur les sondages auprès des auditoires – 2008

Total nombre de personnes qui ont assisté aux visionnages	4634						
Total nombre de sondages remplis	1274						

Énoncés des questions	Échelle						
	1	2	3	4	5		
<b>Les Rendez-vous de l'ONF en Acadie:</b>							
... sont des événements importants dans ma communauté	244	26	5	5	0		
...devraient présenter plus de films, dans plus de salles	199	50	21	8	2		
...le dépliant m'offre de l'information claire et complète	210	45	6	7	3		
<b>Degré de satisfaction</b>							
Mon expérience est satisfaisante	228	37	5	4	5		
Je reviendrai à une prochaine projection	230	31	5	2	7		
Je recommanderais cette expérience à des amis	249	18	2	3	6		
<b>Programme de films</b>							
J'ai trouvé le film/programme intéressant	1007	146	17	14	20		
Ce film/programme m'a appris beaucoup	355	236	33	18	17		
Ce film/programme était divertissant	763	248	44	24	31		
C'est un film/programme important et pertinent	674	171	34	18	16		
Beaucoup de gens devraient voir ce film/programme	683	154	40	16	20		
<b>Publicité</b>	<b>Autre</b>	<b>Journal</b>	<b>Déplia</b>	<b>Affich</b>	<b>Site web</b>	<b>Amis/fami</b>	<b>Radi</b>

			nt	e	ONF	lle	o
	131	177	366	101	28	300	30
<b>Âge</b>		<b>- 18 ans</b>	<b>18-24</b>	<b>25-34</b>	<b>35-49</b>	<b>50-65</b>	<b>+65</b>
		20	62	53	101	400	210

## Compilation des données sur les sondages auprès des auditoires – 2009

<b>Total nombre de personnes qui ont assisté aux visionnages</b>	<b>389</b>						
<b>Total nombre de sondages remplis</b>	<b>181</b>						

Énoncés des questions posées		Échelle					
		1	2	3	4	5	
<b>Programme de films</b>							
J'ai trouvé le film/programme intéressant	145	21	4	1			
Ce film/programme m'a appris beaucoup	128	23	5	2			
Ce film/programme était divertissant	85	30	10	6	6		
C'est un film/programme important et pertinent	132	24	5	1			
Beaucoup de gens devraient voir ce film/programme	132	24	8	2			
<b>Publicité</b>	<b>Autre</b>	<b>Journal</b>	<b>Dépliant</b>	<b>Affiche</b>	<b>Site web ONF</b>	<b>Amis/famille</b>	<b>Radio</b>
	18	38	58	6	3	34	4
<b>Âge</b>		<b>- 18 ans</b>	<b>18-24</b>	<b>25-34</b>	<b>35-49</b>	<b>50-65</b>	<b>+65</b>
			2	9	12	52	40

## Annexe D : Exemple de publicité

Compilation par les Communications institutionnelles, à Montréal.

### ***Lancement du programme – 17 janvier 2008***

#### *Publicité*

Travail de publicité dans la presse anglophone en guise de complément à la grande offensive menée auprès de la presse francophone.

#### *But*

Obtenir une couverture de presse à l'échelle nationale.

#### *Stratégie*

À l'aide d'outils créés à Montréal, assurer la couverture dans la presse écrite, radiodiffusée et en ligne à l'échelle nationale. Faire connaître le programme au plus grand nombre.

Un communiqué annonçant les partenariats a été transmis au fil de presse en septembre 2007. Des appels de suivi à la presse spécialisée ont donné lieu à un article dans *Playback Daily* (le 23 octobre 2007).

Avant Noël, le lancement d'un blitz téléphonique entourant le communiqué sur les partenariats a suscité l'intérêt de divers médias : Presse canadienne, CanWest, *Globe and Mail*, CTV Newsnet, station locale de CTV et station locale de CBC (Nouveau-Brunswick).

La deuxième semaine de janvier 2008, soit une semaine avant l'événement, une invitation à une conférence de presse et à une projection a été envoyée, accompagnée d'un communiqué frappé d'embargo, à des médias ciblés. Le blitz téléphonique s'est poursuivi. On a mené une grande offensive par téléphone et par courriel auprès de la presse locale.

Les communiqués de presse sur le lancement ont été transmis en fin d'après-midi, le 17 janvier, à une agence de presse donnée.

#### *Résultats de la campagne publicitaire*

Des articles dans la Presse canadienne et CanWest News Service, de même que bon nombre de clics en ligne, notamment dans le site Web de l'ONF, ont assuré la couverture de presse à l'échelle nationale. Par contre, la couverture de presse locale

a été détournée par un tragique accident de la route ayant fait de jeunes victimes dans la communauté où le lancement de l'e-cinéma avait lieu.

- L'article du *National Post* a été repris par les instances suivantes :
  - *Calgary Herald*
  - chronique du *Victoria Times*
  - Canada.com
- L'article de la Presse canadienne a été repris par les instances suivantes :
  - *New Brunswick Telegraph Journal*
  - 680 News.ca
  - CBC.ca
  - YahooNews
  - My Telus
  - Jam Showbiz
  - *Prince George Citizen*
  - Macleans.ca
  - K-liteFM.com
  - Start.shaw.ca
  - Orilliapacket.com (Orillia Packet & Times)
  - Metronews.ca
  - CanCult.ca
  - Peira.ca (Conseil des arts de l'Île-du-Prince-Édouard)
  - Wellandtribune.ca
  - 900chml.com (Hamilton CHML Radio AM 900)
  - artsnews.ca (Arts News Canada)
  - Topix.com
  - Recorder.ca
  - Filmschoolsforum.com
  - Bellook.com
- Magazine *Mediacaster*

#### *Citations tirées de la couverture de presse nationale*

« L'e-cinéma pourrait finir par donner un bon coup de pouce aux producteurs du Canada anglais, qui ont un mal fou à se trouver un public parce que les salles sont inondées de films américains. »

Lee-Anne Goodman, *Presse canadienne*

« L'ONF construit l'inforoute en Acadie (...) maintenant que l'ONF a trouvé comment exploiter cette toute puissante inforoute, combien de temps faudra-t-il pour que les habitants de Wawa et de Moose Factory regardent des films comme *Isabelle au bois dormant*, de Claude Cloutier [ONF, 2007]? »

Jay Stone, *Canwest News Service, National Post*