

# GUIDE DE PRÉSENTATION D'UNE DEMANDE D'AIDE DANS LE CADRE DU PROJET PILOTE VISANT LES DOCUMENTAIRES DIFFUSÉS EN SALLES

(Réservé aux projets sélectionnés)

## VOLET 3 – AIDE SÉLECTIVE À LA PRODUCTION DE MOYENS ET LONGS MÉTRAGES DOCUMENTAIRES - ŒUVRES UNIQUES 2019-2020

### Contexte et description du projet pilote

En vertu du Plan d'action du ministère de la Culture et des Communications découlant de la Politique culturelle du Québec, la direction générale du cinéma et de la production télévisuelle a obtenu une enveloppe budgétaire dédiée au renforcement de la diffusion culturelle au Québec. À cet effet, la SODEC souhaite s'impliquer plus tôt dans la promotion des films qu'elle soutient. Le fait de planifier la mise en marché d'un film pendant la production permet notamment au producteur d'apporter des ajustements afin d'être plus en mesure de rejoindre son public cible. C'est dans ce contexte que le présent projet pilote a été mis sur pied.

Le projet pilote s'adresse uniquement aux requérants dont le documentaire doit être diffusé en salles et qui ont reçu un soutien de la SODEC au titre du volet 3 – Aide sélective à la production de moyens et longs métrages documentaires – œuvres uniques. Les projets qui ont reçu l'appui d'un télédiffuseur, qui sont en coproduction avec l'ONF ou qui ont déposé une demande d'aide à l'étape de la postproduction ne sont pas admissibles au projet pilote.

L'objectif du projet pilote est de fournir aux requérants admissibles une aide supplémentaire afin qu'ils puissent élaborer un plan d'exploitation détaillé incluant des mesures de découvrabilité. Cette aide pourra également servir à mettre en place des initiatives de promotion dès la préproduction du projet. Il est fortement recommandé d'engager à cette fin un conseiller externe.

Dans le cadre du présent projet pilote, le terme « découvrabilité » est utilisé dans son sens le plus large, c'est-à-dire qu'il ne se limite pas uniquement au référencement sur les engins de recherche web, mais qu'il inclut également toute stratégie, sans restriction, visant à faire connaître le documentaire, tels que l'affichage, les annonces télévisuelles, l'envoi d'infolettres, le bouche à oreille, etc.

Le plan de découvrabilité et tous les documents requis dans le cadre du projet pilote doivent être déposés au plus tard au moment convenu dans la convention d'aide à la production, accompagné d'un rapport de coûts détaillé.

Enfin, au plus tard un an après la première diffusion du documentaire au Québec, le producteur devra fournir à la SODEC un bilan d'exploitation sous la forme décrite dans le présent guide. Le cas échéant, cette obligation pourrait être cédée au distributeur qui aurait reçu une aide dans le cadre du volet 1.2 – Aide à la mise en marché par projet du Programme d'aide à la promotion et à la diffusion de la SODEC.

## Dépôt hâtif d'une demande d'aide à la promotion

Le distributeur du documentaire visé par le présent projet pilote peut également profiter, au besoin et à sa discrétion, d'un dépôt hâtif au volet 1.2 – Aide à la mise en marché par projet du Programme d'aide à la promotion et à la diffusion de la SODEC.

Pour ce faire, le producteur et le distributeur doivent avoir conclu un contrat de distribution. Un producteur seul n'est pas admissible à ce volet du programme, à moins de s'adjoindre une expertise pertinente et satisfaisante aux yeux de la SODEC.

Lors du dépôt de la demande d'aide à la promotion et à la mise en marché, un rapport de coûts devra être soumis à la SODEC précisant l'aide accordée dans le cadre du projet pilote. Seules les dépenses admissibles qui n'ont pas été payées grâce au montant reçu dans le cadre du projet pilote pourront être considérées lors de l'évaluation de l'aide en promotion et en diffusion.

Le distributeur et le documentaire doivent en tout temps respecter toutes les exigences du volet 1.2 – Aide à la mise en marché par projet du Programme d'aide à la promotion et à la diffusion de la SODEC.

Tous les éléments précédés d'un astérisque (\*) sont obligatoires.

## \*Plan de découvrabilité

Le plan de découvrabilité devrait contenir les éléments suivants :

### \*Description de l'auditoire cible sous forme de personas

---

Définir l'auditoire cible à l'aide de personas détaillés permettant de circonscrire le public que vous désirez rejoindre par le documentaire. Un persona est une personne fictive représentative d'un groupe. L'utilisation de personas vous permettra d'affiner le profil de votre auditoire et de mieux comprendre ses besoins et ses attentes.

Chaque persona doit être précis et contenir au minimum les informations suivantes :

- Qui est votre persona (âge, genre, niveau de scolarité, profession, lieu de résidence, centres d'intérêt, etc.)?
- Quels sont ses attentes et ses objectifs concernant votre documentaire?
- Quels sont les canaux de diffusion susceptibles de le rejoindre (réseaux sociaux, télévision, radio, affichage urbain, etc.)? S'il y a lieu, précisez la méthode ou le créneau horaire (p. ex. : rejoint par la radio lorsqu'il se rend au travail ou qu'il rentre à la maison, soit entre 7 h et 8 h et entre 17 h et 18 h).

### \*Partenaires confirmés et pressentis

---

Présentez la liste des partenaires confirmés et pressentis et décrivez en quoi ceux-ci vous aideront à atteindre votre auditoire cible. Il peut s'agir de diffuseurs, d'influenceurs, d'associations ou d'entreprises qui poseront des actions concrètes pour promouvoir le documentaire.

Pour chaque partenaire, veuillez préciser :

- Qui est ce partenaire (courte description)?
- En quoi ce partenaire a-t-il un lien ou est-il intéressé par votre documentaire?
- Quelles actions concrètes ce partenaire posera-t-il en vue de promouvoir le documentaire?
- Combien de personnes seront potentiellement rejointes par les actions de ce partenaire?
- Quels personas sont visés par ces actions?

Vous devrez obtenir des partenaires confirmés une lettre ou un courriel de leur part confirmant qu'ils soutiennent votre documentaire.

## \*Moyens de communication

---

Décrivez les moyens de communication qui seront utilisés afin de rejoindre votre auditoire cible. Pour chacun de ces moyens, précisez quel persona est visé, qui coordonnera ce moyen de communication et qui assumera les dépenses y afférentes, s'il y a lieu. Tous les moyens de communication peuvent être pris en compte, que ce soit les médias traditionnels (télévision, radio, affichage, etc.) ou numériques (web, réseaux sociaux, applications, etc.).

Si du matériel promotionnel doit être produit, veuillez indiquer qui sera responsable de la production, qui en paiera le coût, ainsi que la composition de l'équipe créative responsable du contenu. Nous vous suggérons fortement de tenir compte des meilleures pratiques de chaque plateforme de diffusion et d'ajuster votre contenu en conséquence (p. ex. : Instagram utilise un format d'image carrée; les images et vidéos sur Facebook sont souvent visionnées sans le son par les utilisateurs, etc.).

S'il y a lieu, veuillez identifier un indicateur de performance pour chacun des moyens de communication (p. ex. : création d'une page Facebook afin de rejoindre le persona « X »; indicateur de performance : 3 000 abonnés après 3 mois).

Veuillez noter que si le nombre de visionnements d'un document audiovisuel constitue l'un de vos indicateurs de performance, vous ne devez considérer que les visionnements dont la durée est égale ou supérieure à 75 % de la durée du document en question (par exemple, une bande annonce de 120 secondes n'est considérée visionnée que si l'utilisateur en a visionné un minimum de 90 secondes).

Lorsqu'un moyen de communication permet à ses utilisateurs d'afficher des commentaires en relation avec le contenu, vous devez indiquer qui sera responsable de surveiller ces commentaires et d'y répondre le cas échéant, et à quelle fréquence. Nous vous suggérons d'établir des lignes directrices pour les éventuelles réponses et d'utiliser un outil de surveillance des discussions en ligne au besoin.

## \*Calendrier

---

Dressez une liste chronologique des différentes étapes de votre plan de découvrabilité, en indiquant pour chaque étape si celle-ci est de la responsabilité du producteur, du distributeur ou de tout autre intervenant.

Veuillez prévoir dans ce calendrier les moments où un suivi des personas sera effectué en fonction des résultats obtenus et de vos indicateurs de succès, afin de vous permettre de maximiser ou de modifier votre plan de découvrabilité, au besoin.

## \*Projets comparables

---

Veuillez fournir un ou des exemples de projets documentaires qui ont obtenu des résultats comparables à ceux que vous prévoyez pour le documentaire soumis.

## \*Formulaire du plan de découvrabilité

Veillez utiliser le premier onglet intitulé « A – Prévisions » du gabarit *Plan de découvrabilité – projet pilote* disponible sur le site Internet de la SODEC.

Ce formulaire permet d'identifier les partenaires, les réseaux sociaux utilisés, les indicateurs de succès du documentaire et le budget prévisionnel du plan de découvrabilité.

Si l'espace prévu au formulaire est insuffisant, veuillez fournir le complément d'information dans un autre fichier.

## \*Bilan

Selon les modalités prévues à la convention d'aide à la production, le requérant ou son distributeur, selon le cas, doit faire parvenir à la SODEC un bilan des activités réalisées en vertu du présent projet pilote. Ce bilan doit être reçu à la SODEC au plus tard un an après la première diffusion du documentaire au Québec.

Le bilan doit contenir les éléments suivants :

### \*Synthèse des actions posées

---

En suivant le même ordre que celui utilisé dans votre plan de découvrabilité, veuillez indiquer quelles sont les actions qui ont été posées et, s'il y a lieu, pourquoi celles-ci diffèrent du plan original. Si certains indicateurs de succès n'ont pas été atteints, veuillez expliquer pourquoi et ce qui aurait pu être fait pour y parvenir. De même, si certains indicateurs de succès ont été largement dépassés, veuillez indiquer quels facteurs de succès semblent en être la cause.

Veillez indiquer également si vos personas ont évolué au cours de la production et de l'exploitation du documentaire, ou si c'est plutôt le documentaire qui a évolué en fonction de vos personas.

Enfin, veuillez indiquer les succès obtenus et les erreurs commises dans le cadre de la promotion et de l'exploitation du documentaire.

### \*Reconnaisances

---

Énumérez les festivals qui ont diffusé le documentaire ainsi que les nominations et les prix reçus par celui-ci.

### \*Rapport final (formulaire)

---

Veillez utiliser le second onglet intitulé « B – Rapport final » du gabarit *Plan de découvrabilité – projet pilote* en utilisant le même fichier que celui que vous aviez utilisé lors de votre demande (voir la section

« Formulaire du plan de découvrabilité », ci-dessus). À défaut, ce fichier est également disponible sur le site Internet de la SODEC.

Si l'espace prévu au formulaire est insuffisant, veuillez fournir le complément d'information dans un autre fichier.

### Revue de presse (facultatif)

---

Veuillez joindre la revue de presse liée à votre documentaire.

## Documents à télécharger

Pour la présentation d'une demande de soutien :

- [Formulaire Plan de découvrabilité – projet pilote](#)