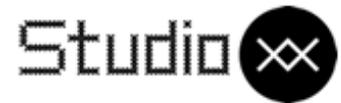


PARTENAIRES

www.firstpersondigital.ca



Studio XX est le seul centre canadien autogéré destiné aux artistes féminines utilisant les nouvelles technologies. L'organisme, fondé en 1996, soutient les femmes dans leur appropriation des outils de travail numériques et propose à la fois un espace physique et un espace virtuel facilitant la production novatrice, la formation, la recherche, la critique, la promotion et la diffusion. En 2008, Studio XX lançait Matricules, un des plus grands projets d'archives d'œuvres numériques créées par des femmes, au monde.



L'**Office national du film du Canada**, à titre de producteur et de distributeur public canadien d'œuvres audiovisuelles, crée des documentaires à caractère social, des animations d'auteur, de la fiction alternative et du contenu numérique, qui présentent au monde un point de vue authentiquement canadien. En collaboration avec ses partenaires et coproducteurs internationaux, l'ONF enrichit le vocabulaire du cinéma du 21e siècle et repousse les limites de la forme et du contenu avec des projets de cinéma communautaire, des productions multiplateformes, du cinéma interactif, de l'animation stéréoscopique, et plus encore. Depuis sa fondation en 1939, l'ONF a créé plus de 13 000 productions et remporté au-delà de 5000 récompenses, dont 12 Oscars et plus de 90 prix Génie. En 2009, l'œuvre intégrale de Norman McLaren, grand pionnier de l'animation de l'ONF, a été inscrite au Registre de la Mémoire du monde de l'UNESCO. Son application pour iPhone a eu un grand retentissement et est devenue l'un des logiciels les plus téléchargés. Rendez-vous sur ONF.ca, lequel propose plus de 1000 productions en ligne... à visionner maintenant.



First Person Digital est rendu possible grâce au Fonds de développement culturel du **Patrimoine canadien**.



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



INVITÉS

www.firstpersondigital.ca



Comme Directrice du département vidéo et divertissement de la société, **Erica Priggen** supervise le développement stratégique et l'élaboration de toutes les campagnes créatives du Free Range Studios en vidéo.

Titulaire d'une maîtrise en études de la conscience et en techniques de sensibilisation, elle apporte une profonde réflexion, une viabilité et une pérennité à son travail; en se concentrant sur l'importance du récit mythologique et de la narration, outils potentiels de progrès culturel s'il en est.

Elle croit que le film est un des supports des plus convaincants pour inciter les gens à agir.

Ses années d'expérience en techniques d'animation ou en pratique du direct (publicités, télévision et fictions diverses), doublées d'un amour du processus créatif, lui permettent de travailler un message d'une manière globale, philosophique, tout en gardant les pieds sur terre pour cibler le plus justement le média utilisé et sa meilleure valorisation.

Aux Studios Free Range, Erica est productrice de **The Story of the Stuff**, dûment primée, de même que d'autres succès tels que **350.org**, **The Good Life** ainsi que le programme de l'Éducation nationale du regroupement des Collèges pour une sensibilisation au changements climatiques; **Alliance for Climate**.

Quand Erica ne conçoit pas des films pour *Free Range*, elle apprécie la vie au grand air et s'initie même à l'apiculture... complètement émerveillée par la beauté et la sagesse des créations de Mère nature.



Kim Sawchuk, Ph.D. est Professeure au Département de Communications de l'Université Concordia. Elle co-édite le *Canadian Journal of Communication*, *wi: journal of mobile media* en plus du livre **The Wireless Spectrum** (avec Barbara Crow et Michael Longford), qui sera publié par la University of Toronto Press. Elle est l'une des membres fondatrices du **Studio XX**.

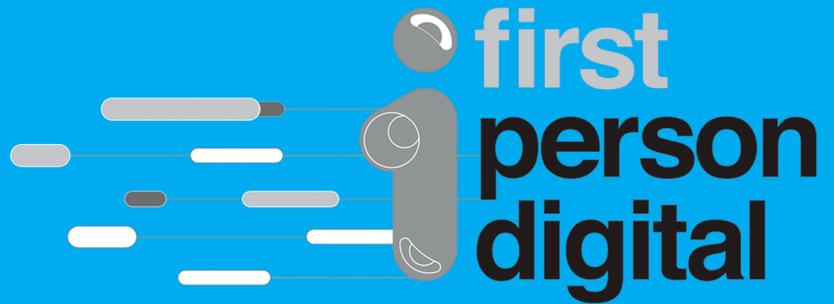


Matt Forsythe est le gestionnaire de contenu et responsable des médias sociaux pour **NFB.ca**. Il enseigne aussi les nouveaux médias au département de journalisme à l'Université de Concordia. Matt est également l'un des fondateurs du populaire blogue portant sur l'illustration, **Drawn.ca**, nommé par **Time Magazine** comme l'un des 50 sites Web à visiter en 2006. Suivez le sur Twitter à **@mattforsythe** ou pour plus d'info sur son site www.comingupforair.net.



INVITÉS

www.firstpersondigital.ca



Juliette Powell (juliettepowell.com), entrepreneure dans le secteur des médias et catalyseur communautaire, est l'auteure de *33 Million People in the Room: How to create, influence and Run a Successful Business with Social Networking*, publié en janvier 2009 aux éditions **Financial Times Press**. Elle s'inspire de sa propre expérience en tant que spécialiste des médias sociaux et cofondatrice de **The Gathering Think Tank**, tribune novatrice où convergent la technologie, les médias, le divertissement et les milieux d'affaires, pour faire ressortir dans ses écrits les tendances et les pratiques des gens d'affaires prospères qui misent sur le réseautage social pour réussir.



À titre de co-créatrice et productrice de *The Women In the Director's Chair Workshop* (WIDC), et présidente et directrice générale de *Creative Women Workshops Association* (CWWA), **Carol Whiteman** défend la cause de l'avancement professionnel des femmes réalisatrices. Elle détient un titre de BFA (baccalauréat en beaux-arts) de l'Université York, elle est diplômée du Alliance Atlantis Banff Television Executive Program et elle a été mise en nomination deux fois pour le prix du Gouverneur général. Elle est également gagnante du prix de l'industrie pour la promotion de l'égalité des femmes au Canada. Consultante, animatrice et militante du développement professionnel dans l'industrie du film, Carol siège sur de nombreux comités, y compris le BC Screen-based Media Industry Human Resources Project Steering Committee, la toute première initiative visant à réunir les trois secteurs médiatiques du cinéma et de la télévision, de l'animation et des effets visuels ainsi que des jeux, afin de développer une stratégie pour une industrie télévisuelle durable et mieux intégrée dans la province. www.creativewomenworkshops.com



En tant que productrice exécutive du centre du Québec de l'ONF, **Ravida Din** a pour mandat de rechercher et de gérer des projets divers qui vont des documentaires destinés aux salles et à la télévision, aux médias communautaires, tout en passant par la fiction alternative. Parmi ses récentes productions, mentionnons, *Family Motel*, une fiction alternative utilisant une nouvelle forme de récit pour explorer les liens complexes entre la pauvreté, le logement et l'immigration; *Nollywood Babylon*, un documentaire présenté en première au festival Sundance 2009 qui relate l'histoire d'une réussite africaine, celle de l'industrie du cinéma nigérian; *Roadsworth: Crossing the Line*, portrait d'un artiste du pochoir et coup d'œil sur l'art de la rue, une culture émergente qui nous invite silencieusement à repenser l'espace public.



Cadre sénior et consultante dans le domaine télévisuel, **Tanya Kelen** possède une quinzaine d'années d'expérience acquise à l'international. Elle a veillé au financement de productions originales pour des diffuseurs majeurs dont Discovery, BBC, History Channel, Cartoon Network, Nickelodeon et QUBO/NBC.





Montréal

Société

ACCUEIL
SOCIÉTÉ
MUSIQUE
CINÉMA
SCÈNE
ARTS VISUELS
LIVRES
RESTOS
MODE DE VIE
ÉVASION
BLOGUES
MEMBRES
CONCOURS

JOSÉE LEGAULT
STEVE PROULX
DAVID DESJARDINS
FRANÇOIS PARENTEAU
POP CULTURE
ARCHIVES

Juliette Powell 

Solidarité 2.0

Elias Levy ARTICLE - 28 janvier 2010

Auteure de 33 Million People in the Room, un best-seller sur la force du réseautage social, ex-animatrice-vedette à MusiquePlus et à MuchMusic et spécialiste reconnue des nouveaux médias interactifs, la Canado-Américaine Juliette Powell est résolument convaincue que les médias sociaux sont en voie de transformer radicalement la notion de "solidarité humaine".

Les médias sociaux jouent actuellement un rôle très important dans l'aide humanitaire fournie au peuple sinistré d'Haïti.

Juliette Powell: "Absolument. Les médias sociaux, dont on sous-évalue souvent l'impact, sont en train de démontrer leur très grande efficacité dans la gestion très ardue de la catastrophe humanitaire qui sévit à Haïti. Les ONG présentes dans ce pays dévasté pour prodiguer une aide humanitaire et des soins médicaux au peuple haïtien utilisent des médias sociaux pour accomplir leur rude tâche plus rapidement: Oxfam bénéficie de l'aide de YouTube; l'Unicef, de Twitter; l'PNUD (Programme des Nations Unies pour le développement), de Flickr; la Croix-Rouge International, d'Apple, qui a mis gratuitement à sa disposition son service iTunes... Actuellement, les centrales téléphoniques ayant été détruites par le séisme, le seul moyen de communication en Haïti, c'est Internet. Les médias sociaux permettent de diffuser très rapidement des nuées d'informations pouvant aider à secourir les survivants de cette hécatombe naturelle: zones de soins, photos des régions sinistrées prises par des satellites, flux de population... Toute la communauté Web s'est entièrement mise au service d'Haïti. Les millions d'utilisateurs de Google - qui a mis à la disposition de son service d'images satellites une page pour venir en aide aux victimes de ce séisme et une autre page pour retrouver des personnes disparues -, de Facebook, de Twitter, de MySpace nous rappellent que désormais, l'humanitaire ne peut plus se passer du numérique et des réseaux sociaux qu'il alimente."

Beaucoup de dons destinés à Haïti sont amassés par le biais des médias sociaux?

"Oui. Les derniers chiffres sont très éloquentes: 21 millions des 150 millions de dollars recueillis jusqu'à maintenant pour Haïti ont été collectés via des dons faits par le truchement des médias sociaux. Depuis que cette tragédie indicible s'est abattue sur le peuple haïtien, un mouvement de solidarité sans précédent s'exprime très tangiblement via les médias sociaux, qui dans des situations aussi urgentes sont plus rapides et plus efficaces que les médias traditionnels."

Les médias sociaux jouent aussi un rôle capital dans la démocratisation politique de certains pays?

"Il est indéniable que les médias sociaux jouent aussi aujourd'hui un rôle majeur dans la lutte pour la démocratisation menée par des peuples soumis à la férule de dictateurs. Pour preuve: grâce à l'utilisation des médias sociaux, la jeunesse iranienne et les très nombreux opposants au régime radical de Mahmoud Ahmadinejad viennent de rappeler au monde qu'ils sont des démocrates invétérés qui rejettent avec force la vision rétrograde de l'Iran défendue par l'actuel président iranien et ses séides. Les photos et les films-vidéos saisissants de la répression brutale de la police iranienne à l'endroit des opposants au régime d'Ahmadinejad, envoyés via le Web par des dissidents, ont été relayés à l'échelle mondiale par les grands médias sociaux."

Vous êtes de passage à Montréal pour parrainer un ambitieux projet promouvant les grands atouts du numérique auprès des jeunes créatrices des scènes artistique et culturelle québécoises.

"Le Studio XX et la section Québec de l'Office national du film du Canada (ONF) viennent de lancer un extraordinaire projet de formation et de production, "Le numérique à la première personne", destiné aux femmes qui empruntent de nouvelles avenues narratives. Ce projet souhaite inspirer les réalisatrices émérites de demain en les associant aux créateurs et aux artisans oeuvrant dans les nouveaux médias (informations: www.firstpersondigital.ca)."



[+] agrandir

Juliette Powell: "L'humanitaire ne peut plus se passer du numérique et des réseaux sociaux qu'il alimente."



Inscrivez-vous en ligne

inis.qc.ca/espresso

514 285-1840, poste 216

Dépense de formation admissible à la Loi 90 sur les compétences



[jeu vidéo] [Internet] [e-learning] [arts médiatiques] [animation] [e-marketing] [sans fil] [ciné-télé] [musique] [informatique] [industrie] [tv] [c'est qui ça?]

je m'abonne | j'annonce | contacts

LIEN MULTIMÉDIA

LIEN AUDIOVISUEL

LIEN TECHNO

CONVERGENCE

GUIDE ANNUEL

[lundi 18 janvier 2010 00h05min]

Studio XX et l'ONF, partenaires dans l'aventure First Person Digital

Donner la chance à des artistes transdisciplinaires s'exprimant en anglais de briser les silos qui persistent entre le domaine des arts et celui des affaires, voilà un des objectifs du projet First Person Digital (FPD). Programme financé par Patrimoine Canada, il permettra à six équipes de deux à trois artistes de profiter, pendant huit mois, des ressources de l'ONF et de Studio XX, en plus d'une bourse d'environ 25 000 \$, pour créer un projet transdisciplinaire à leur image. « Cet argent vient du Fonds de développement culturel de Patrimoine Canada qui sert à aider les artistes des langues officielles en situation minoritaire, explique Paulina Abarca-Cantin, responsable du projet pour le Studio XX. Comme les francophones hors Québec, les anglophones d'ici peuvent profiter d'un certain montant et c'est comme ça que FPD est né. » Le Lien MULTIMÉDIA a rencontré Paulina Abarca-Cantin et Kat Baulu de l'ONF, autre responsable de FPD.



S'adressant d'abord aux femmes artistes de langue anglaise, oeuvrant dans le multimédia, à peu près n'importe qui peut présenter un projet à FPD, la date limite pour ce faire étant le 1er mars 2010. « L'important, c'est qu'il y ait un aspect social au projet, explique Kat Baulu. Des hommes peuvent se greffer à des équipes tout comme des francophones aussi, mais il faut que la chef soit une femme, que le projet soit créé en anglais et qu'il s'agisse d'un projet multimédia. À part ces conditions, on est prêtes à considérer n'importe quel projet. » Un jury composé de membres de l'industrie du multimédia de Montréal sera constitué pour déterminer quels projets seront retenus.

Si l'objectif premier de FPD est de donner un point de vue féminin dans un domaine où le masculin domine souvent, le but du projet vise aussi à créer des liens entre des artistes de divers horizons et avec des gens de l'industrie. Depuis plusieurs mois, le Studio XX et l'ONF organisent différentes soirées pour créer des rencontres desquelles pourraient émerger des projets novateurs. « On veut aussi que les équipes qui participeront à FPD soient en contact avec l'industrie, explique Paulina Abarca-Cantin. Les gens de l'industrie du multimédia ont été très ouverts jusqu'à maintenant à former nos artistes selon leur projet. C'est bon pour eux et c'est bon pour nous parce que nous souhaitons que certaines gardent des liens d'affaires après le projet. C'est un domaine où il manque cruellement de femmes et qui a un impact très important sur la façon dont on perçoit notre société. Il faut que le point de vue féminin soit plus représenté. »

La demande de participation des artistes à ce projet est très forte jusqu'à présent, puisque les trois événements qui avaient lieu en 2009 ont attiré un bon auditoire. Les deux responsables du projet insistent cependant sur le fait qu'il n'est pas trop tard pour monter un projet si le coeur y est. « À notre premier événement, nous avons trop de gens qui voulaient y assister, explique Kat Baulu. C'est très excitant d'être victime de son succès. Surtout, nous sommes contentes de voir que nous répondons à un besoin de la communauté. À la fois l'ONF et le Studio XX ont l'habitude d'encadrer des projets de cette sorte et je pense que les gens le savent. »

Les projets entreront en phase de production le 1er avril 2010 et se termineront huit mois plus tard. Entre temps, les artistes recevront un montant ajusté en fonction des besoins de chaque projet, bourse qui pourra être utilisée en bonne partie comme honoraire pour soutenir les artistes pendant la création. « C'est important de pouvoir payer les artistes pendant cette période, explique Paulina Abarca-Cantin. Si on veut que les meilleurs s'impliquent dans nos projets, il faut avoir ce genre de soutien. » Les artistes auront aussi accès aux ressources de l'ONF et de Studio XX ainsi qu'à celles de certains membres de l'industrie multimédia.

La fin de FPD sera soulignée par une soirée lors du festival HTMelles du Studio XX en novembre 2010. Par contre, l'impact de ces projets ne doit pas s'arrêter là. « Ce qui est merveilleux en faisant ce projet avec l'ONF, c'est qu'ils ont une capacité de distribution incroyable, souligne Paulina Abarca-Cantin. Bien sûr, on veut qu'il y ait un lancement, mais on veut surtout que les oeuvres voyagent le plus possible, partout dans le monde. Je suis convaincu que ce que l'on fait au Québec est de niveau international et il faut que les projets de FPD aient un grand rayonnement. »

21 février 2010

- Erica Priggen:

Innover en matière de contenu web

- d'un point de vue féminin.



Le web attire de plus en plus de personnes talentueuses venant d'horizons et de domaines divers comme le cinéma, la photographie, l'écriture, la radio ou encore les jeux vidéo.

Ainsi, comment envisager et faire fructifier notre expertise détenue dans ces domaines (et dans d'autres) et la transférer vers une approche incitative ayant des répercussions et de l'influence sur une audience renouvelée ?

Les nouveaux médias ne sont-ils pas riches d'un potentiel allant bien au-delà du réseautage social ou de *Twitter* ?

En tant que Directrice de production aux **Free Range Studios**; une agence de création primée qui élabore des campagnes pour faire évoluer la société et amener du progrès social, le travail créatif d'Érica Priggen illustre parfaitement les possibilités extraordinaires et l'horizon dégagé qui se présentent aux nouveaux médias.

Elle récusé l'idée selon laquelle les nouveaux médias ne seraient que figures de style sans fond, avides de technologie sans récit ou narration élaborée; supports tout en clinquant à la mode et sans perspectives. Utilisant les campagnes et films qu'elle a produits comme des cas d'école, elle nous guide à travers le processus d'élaboration créatif de la narration qui va enrichir l'utilisateur ainsi que le public autour de nous.

Dimanche, 7 février 2010

- Kim Sawchuk et Matt Forsythe @ Cinérobotique:

En tant que créatrices, où pouvons-nous mener les technologies mobiles?



Kim Sawchuk, Ph.D.

Contes du monde sans fil.

Kim nous parlera de l'agenda actuel et des projets passés du **Mobile Media Lab**, un vivier collaboratif de création et de production d'événements consacrés aux médias mobiles et sans fil, installé à Montréal et Toronto.

Dans sa réflexion sur le parcours passé et émergent du Mobile Media Lab, Kim traitera du contexte et du boom des technologies mobiles sans fil, du rapprochement de l'art et de la science, de l'importance de communiquer avec les auditoires et utilisateurs avant l'achèvement d'une production, de la scénarisation pour médias mobiles dans les espaces clos et extérieurs, et finalement du potentiel créatif des technologies et pratiques des médias mobiles tel qu'il est repensé dans une perspective féministe. Elle soutiendra que les chercheurs-créateurs non seulement utilisent leurs appareils mobiles dans leurs pratiques mais aussi peuvent apprendre de leurs expériences.

Kim Sawchuk enseigne au **département d'études en communications de l'Université Concordia**. Elle est coéditrice du *Canadian Journal of Communication*, du **wi: journal of mobile media** ainsi que du livre à paraître *The Wireless Spectrum* (avec Barbara Crow et Michael Longford) publié par l'University of Toronto Press. Kim est membre fondatrice du **Studio XX**.

Matt Forsythe

L'application iPhone de l'ONF : La création d'un petit quelque chose de remarquable.

Une conférence sur l'application iPhone de l'ONF et sur la manière dont ce projet a transformé l'ONF et sa relation avec la population canadienne et l'industrie du film. Des leçons précieuses pour les développeurs Web, les spécialistes du marketing et tous ceux et celles qui travaillent en ligne.

Matt Forsythe est gestionnaire de contenu et responsable des médias sociaux à ONF.ca. Il enseigne aussi les nouveaux médias au département de journalisme de l'Université Concordia. Matt est l'un des fondateurs du populaire blogue portant sur l'illustration, **Drawn.ca**, qui a été désigné par Time Magazine comme l'un des 50 sites Web à visiter en 2006 et a remporté le prix du meilleur blogue au festival SXSW. Suivez le sur Twitter à [@mattforsythe](https://twitter.com/mattforsythe) ou visitez son site www.comingupforair.net pour en savoir plus à son sujet.

Dimanche, 24 janvier

--Juliette Powell : Le pouvoir des médias sociaux dans la création @ Cinérobotique



Dans ce nouveau monde digital en constante évolution, celles qui amassent le plus d'élan ne sont pas celles qui ont le plan le plus détaillé pour conquérir le web, mais plutôt celles qui sont prêtes à se départir de leur image au profit des foules d'internautes, tout comme un star de rock qui se lance aveuglement ans les bras de la foule... En tant que créatrices, comment peut-on construire, interagir et créer avec nos communautés? Quelles sont nos responsabilités dans le contexte des médias engagés dans la communauté? L'auteure et conférencière renommée Juliette Powell va présenter les concepts de base des réseaux sociaux et va parler de la valeur des rapports interpersonnels dans cette nouvelle ère.

Mardi, 15 décembre

Comment construire un contenu dramatique à l'écran et créer la confiance dans l'équipe



Carol Whiteman

- Étudier l'importance du récit
- Étudier la notion des possibilités de réussite : processus par rapport au produit
- Présenter The Other Side of the Change Curve, une alternative à la structure traditionnelle d'un récit
- Études de cas provenant de la bibliothèque de l'ONF et d'autres sources
- Vue d'ensemble de Layers of Trust; WIDC, comme étude de cas

Mercredi, 25 novembre

Rachid & Rosette- projet d'art Web et présentation FPD par Ravida Din

Rachid & Rosette est un projet d'art Web sur le thème de la pierre de Rosette. Le projet consiste en une exposition en ligne d'œuvres créées par six artistes du Québec, du Canada et de l'Égypte. Créée en 196 avant J.-C., la pierre de Rosette, célèbre fragment d'une stèle égyptienne, a joué un rôle crucial dans le déchiffrement des hiéroglyphes. Ce projet a été conçu et produit par les commissaires Isabelle Bernier et Salah D. Hassan. Présenté en collaboration avec Studio XX et OBORO

Isabelle Bernier, Rehab El Sadek, Heba Farid, Andrew Forster, Skawennati Fragnito, Hadil Nazmy



Lundi, 9 novembre

Les tendances en production multimédia à travers le monde par Tanya Kelen

- + Les plus captivantes séries télévisées d'animation canadiennes vendues à l'international
- + Les sources de financement possibles pour la création d'un projet interactif et la nécessité de s'afficher sur Internet, la télé et les réseaux sociaux
- + Un survol des méthodes de distribution actuelles et l'importance des nouveaux medias en auto-distribution
- + Présentation du projet FPD par Kat Baulu et Paulina Abarca-Cantin

Présenté en collaboration avec Ezra Soiferman (CinemaSpace) et ELAN le lundi 9 novembre 2009.



Qu'est-ce que First Person Digital [le numérique à la première personne]?

Qu'est-ce que First Person Digital [le numérique à la première personne]?

Le Studio XX et le centre du Québec de l'**Office national du film du Canada** s'associent en lançant un projet de production novateur: FIRST PERSON DIGITAL [le numérique à la première personne]. First Person Digital (FPD) est un projet de formation et de production destiné à celles qui empruntent de nouvelles avenues narratives, et rendu possible grâce au Fonds de développement culturel du **Patrimoine canadien**.

FPD favorisera l'émergence de nouveaux talents et suscitera des collaborations inédites entre des cinéastes et des artistes des nouveaux médias travaillant dans la langue officielle en situation minoritaire au Québec, soit l'anglais. Ce projet vise à inspirer les réalisatrices émérites de demain en les associant aux artistes des nouveaux médias dont le travail est des plus motivants.

Qui peut appliquer?

FPD recherche des soumissions d'équipes de 2 ou 3 créatrices, soit principalement, mais non exclusivement, des femmes artistes, cinéastes, designers interactifs, photographes, graphistes, productrices de médias sociaux, conceptrices sonores, etc.

Les hommes peuvent-ils prendre part aux projets?

Les chefs de création des projets FPD doivent être des femmes, mais les hommes sont évidemment les bienvenus comme collaborateurs.

Quel genre de projets s'inscrivent dans FPD?

- Projets en nouveaux médias créés dans un but social avec une voix féminine forte.
- Projets en nouveaux médias qui montrent une collaboration artistique solide entre les créatrices et les disciplines.
- A titre d'exemple de projets en nouveaux médias créés dans un but social on retrouve les documentaires interactifs, les arts médiatiques pour la communauté, les médias mobiles, les animations interactives, les jeux socialement engagés, les essais en art et en photographie, le cinéma performance, les installations multimédia, la visualisation de données, etc.



Quel est l'échéancier de FPD?

Le programme s'effectue en deux phases.

- **Phase 1- Formation & Inspiration**

Dès le 9 novembre 2009, des présentations stimulantes et séances de réseautage seront offertes dans le cadre de FPD. Puis, en début 2010, un appel de projets supervisé par un jury composé de professionnelles de l'industrie sera lancé afin de sélectionner les 6 équipes finalistes.

- **Phase 2- Production & Mentorat**

À partir du 1er avril 2010, FPD offrira encadrement, soutien technique, outils de travail et aide personnalisée aux 6 équipes sélectionnées afin qu'elles produisent, en étroite collaboration entre l'ONF et Studio XX, une œuvre interactive distribuée par l'ONF et présentée lors de la prochaine édition de HTMLles, le festival d'art numérique du Studio XX.

Les projets peuvent-ils être créés en français?

Les créateurs francophones sont encouragés à appliquer, bien que les formations FPD soient offertes - et que les projets doivent être développés - en anglais.

Le financement de FPD vient en partie du Fonds de développement culturel de Patrimoine Canada, qui vise entre autres à "appuyer et renforcer l'action culturelle et artistique et l'expression culturelle des communautés de langue officielle en situation minoritaire afin de stimuler leur vitalité". Tout comme les francophones hors-Québec, les anglophones sont une minorité québécoise, ce qui explique la rigueur de ce pré-requis.

Quelle est la date limite pour soumettre un projet à FPD?

Le 1er mars 2010