



Fonds | Independent
indépendant | Production
de production | Fund

RAPPORT ANNUEL 2016

INDEPENDENT PRODUCTION FUND

2 Carlton St., Suite 1709
Toronto, Ontario M5B 1J3
Tel: (416) 977-8966
E-mail: info@ipf.ca

FONDS INDÉPENDANT DE PRODUCTION

4200, boul. Saint-Laurent, bureau 503
Montréal (Québec) H2W 2R2
Tél: (514) 845-4334
Courriel: fipinfo@ipf.ca

TABLE OF CONTENTS

MESSAGE DU PRÉSIDENT	3
CONSEIL D'ADMINISTRATION	4
L'ÉQUIPE DE DIRECTION	5
STATISTIQUES	6
LE PROCESSUS D'ANALYSE	7
WEBSÉRIES – ANGLAIS	8
WEBSÉRIES – FRANÇAIS	10
DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL	12

MESSAGE DU PRÉSIDENT



En 2010, le FIP a créé toute une perturbation lorsqu'il a cassé le moule pour mieux se propulser dans le futur!

À la surprise et à l'étonnement de plusieurs, voire le scepticisme de certains, le FIP a décidé de ne plus financer les émissions de télévision destinées à la télévision traditionnelle mais plutôt de concentrer ses activités de financement dans une nouvelle forme de contenu : les séries de fiction créées et conçues pour les auditoires de tout âge sur les plateformes numériques. Websérie, web-série, séries web, série digitale! L'appellation, tout comme le contenu et la qualité du produit, a évolué en l'espace de quelques années seulement. À ce jour, le FIP a soutenu 100 webséries en y consacrant 11 millions de dollars.

Pourquoi faire tout cela ? Qu'avons-nous accompli ?

Le FIP a créé une occasion unique pour les jeunes créateurs, natifs ou non du numérique, de cultiver leur talent de conteurs d'histoires dans un monde numérique. Ils ont expérimenté et développé leur expertise et ils ont réussi ! Comédiens, réalisateurs, producteurs, équipes de création et techniques, tous ont pu goûter aux possibilités et à la latitude qu'offre cette forme de narration. Ils ont créé des communautés avec qui ils ont partagé leurs connaissances nouvellement acquises, leurs expériences et leurs succès. Ils ont appris à connaître leur auditoire et à mieux interagir avec lui, à créer des liens grâce aux réseaux sociaux et à proposer des contenus inspirés par leur public. Leurs histoires sont différentes, plus risquées, diversifiées, libres des contraintes des décideurs et des limites des formats de la télévision traditionnelle. Et ils réalisent cet exploit avec des budgets qui relèvent d'un certain défi mais tout en étant réalistes, encourageant par le fait même l'innovation tout en mettant l'accent sur la qualité du contenu ainsi que sur les valeurs de production.

Les télédiffuseurs ont découvert un contenu complémentaire à leur programmation classique, ce qui leur permet de rejoindre un public qui fréquente le web. Ils expérimentent avec cette nouvelle forme de pilote « télé » et peuvent ainsi se servir des commentaires « en direct » de leur public pour évaluer la pertinence d'exploiter ces contenus sur d'autres plateformes. Les plateformes internationales branchent leurs auditoires sur des banques de contenus canadiens. Les annonceurs et les marques ont découvert une nouvelle approche créative qui leur permet de rejoindre leur marché cible au travers de séries de fiction populaires. Plusieurs intervenants bénéficient du contenu soutenu par le FIP.

Il y a donc plus d'une bonne raison pour le FIP de soutenir la création de séries de fiction originales destinées aux plateformes numériques. Malgré que nous cherchions toujours les mesures de succès, l'auditoire, le nombre de vues et de téléchargements, et les résultats de ventes et de revenus les plus significatifs, nous sommes conscients des impacts indirects de notre contribution et des réussites réalisées grâce à notre soutien. Nous offrons une opportunité unique et établissons les bases pour raconter de grandes histoires.

Comme toujours, je remercie mes collègues du conseil d'administration du FIP, l'équipe de direction et le personnel. Leurs connaissances et leurs perspectives ainsi que nos débats animés nous poussent à l'excellence.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Ohayon'.

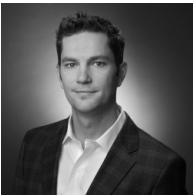
Charles Ohayon

CONSEIL D'ADMINISTRATION



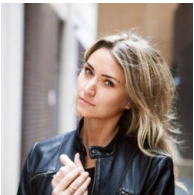
CHARLES OHAYON PRÉSIDENT

Charles Ohayon œuvre dans les milieux télévisuel, publicitaire et cinématographique depuis 1979. De Films 24 où il a été producteur de films publicitaires, à Cléo 24 où il était président, il devient en 1994, directeur général des programmes (télévision générale) de la Société Radio-Canada jusqu'en 1998. En 2005-06, il a assuré la direction générale de l'Institut national de l'image et du son. Il a siégé sur les conseils d'administration de l'Association des producteurs médiatiques et du Fonds des médias du Canada. Monsieur Ohayon s'est joint en 2005 à celui du Fonds indépendant de production et à celui du Fonds Cogeco de développement d'émissions en 2007.



DAVE BROWN

Dave Brown supervise les secteurs de médias et divertissement, ainsi que le développement corporatif, à Victorious, connectant les meilleurs créateurs du monde avec leurs communautés. Précédemment, Monsieur Brown était à la tête de YouTube Canada et a fait évoluer l'entreprise à travers les secteurs du divertissement, de la famille, des sports et de la musique. Avant de se joindre à Google, il a également travaillé avec l'équipe de développement corporatif à BlackBerry. Un vétéran des médias numériques depuis plus de 10 ans, il a aussi mené le développement des affaires pour une startup des médias mobiles et a commencé sa carrière en développement des affaires à TELUS Communications. Il est aussi un fier mentor à l'incubateur INcubes.



KASI BRUNO

Kasi Bruno est une chef de file en marketing reconnue pour son expérience éclectique en startups, « think tanks » et en grandes marques. Elle est actuellement directrice exécutive, stratégie à l'agence créative 180LA basée à Los Angeles. Auparavant, Madame Bruno était vice-présidente, chef de l'aménagement stratégique pour Y&R. Elle est l'auteure de « Who's Your Daddy? » la plus grande étude sur les pères en Amérique du Nord. Elle collectionne avidement des brins de sagesse dans le cadre du Ladies Looking Back Project. Kasi enseigne aussi le comportement des consommateurs et les nouveaux médias à l'université Ryerson.



STEVEN ORD VICE-PRÉSIDENT

Steven Ord est un consultant en média indépendant et cumule plus de 25 années d'expérience dans les médias. Jusqu'à récemment, Monsieur Ord occupait le poste de vice-président exécutif chez Alliance Atlantis Communications. À ce titre, il était responsable des opérations et du développement international de la division télévision. Auparavant, Steven a été directeur du développement des affaires à Téléfilm Canada et consultant chez Paul Audley & Associates. Il est présentement formateur au niveau des études supérieures à la Schulich School of Business (York University).



VÉRONIQUE MARINO

Véronique Marino est consultante en développement et en stratégie numérique multiplateforme. De 1996 à 1999, elle est associée au développement et à l'implantation du portail généraliste InfiniT.com pour le compte du Groupe Vidéotron, et du premier site Internet pour le réseau de télédiffusion TVA. De 1999 à 2001, elle a poursuivi sa carrière comme chef de produit d'une suite logiciel basée sur la reconnaissance du langage naturel sur le Web au sein de Nomino Technologies. Ses qualités de gestionnaire et sa compréhension du développement innovateur l'ont conduite chez Nurun où elle a assuré le développement de nombreux projets avec l'ensemble du Groupe Quebecor. Directrice du programme Médias interactifs à L'Inis depuis 2004, elle a développé depuis 2009 l'activité de son service-conseil, Espace Infusion, spécialisé dans le transmédia. Elle donne régulièrement des ateliers ainsi que des conférences dans tout le Canada et en France. Aussi, Véronique Marino a été élue personnalité 2012 en Média numériques par le FCTMN (Femmes du cinéma, de la télévision et des médias numériques) au Québec.

L'ÉQUIPE DE DIRECTION



ANDRA SHEFFER

Présidente-directrice générale



CLAIRE DION

Directrice générale adjointe



CHARLES ZAMARIA

Directeur financier

BUREAU DE MONTRÉAL



JOANNE DUGUAY

Gestionnaire

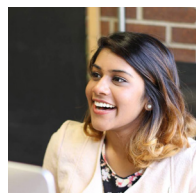
CATHERINE BEAULIEU
Coordonnatrice des communications
et de l'administration

BUREAU DE TORONTO



CARLY MCGOWAN

Gestionnaire



HANNAH KARUNAKAR
Coordonnatrice des communications et de
l'administration

ANITA BROEKEMA

Comptable

STATISTIQUES

DOLLARS INVESTIS

WEBSÉRIES			DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL			SÉRIES ET PILOTES TÉLÉ		
	#	\$		#	\$		#	\$
2016	15	1 804 000	2016	18	148 500	2016	0	
2010-2015	84	9 178 378	2010-2015	83	876 000	2010-2015	4	475 000
1991-2009	0	0	1991-2009	302	3 848 125	1991-2009	247	46 425 645
TOTAL	99	10 982 378	TOTAL	403	4 863 625	TOTAL	251	46 900 645

Investissement total: **62 746 648 \$**

Le FIP investit dans les webséries depuis 2010 et a investi dans sa dernière série télévisuelle en 2011.

Le FIP a investi 62 746 648 \$ depuis 1991 dans 753 projets: 99 webséries depuis 2010, 403 projets de développement professionnel et 251 séries et pilotes télé.

INVESTISSEMENTS SELON LA LANGUE

WEBSÉRIES

	ANGLAIS		FRANÇAIS	
	#	\$	#	\$
2016	8	1 115 000	7	689 000
2010-2015	53	6 141 000	31	3 043 073
1991-2009	0	0	0	0
TOTAL	61	7 256 000	38	3 732 073

SÉRIES ET PILOTES TÉLÉ

	ANGLAIS		FRANÇAIS	
	#	\$	#	\$
2016	0	0	0	0
2010-2015	3	350 000	1	125 000
1991-2009	156	30 382 032	91	16 393 613
TOTAL	159	30 382 032	92	16 518 613

Webséries:

38 % des 99 webséries financées depuis 2010 sont des productions francophones et 62 % sont des productions anglophones.

34 % du total de 10 982 378 \$ investis depuis 2010 a été accordé à des webséries francophones et 66 % à des webséries anglophones

Séries et pilotes télé:

37 % des 251 séries et pilotes télé financés de 1991 à 2011 sont des productions francophones et 63 % sont des productions anglophones.

35 % du total de 46 900 645 \$ investis de 1991 à 2011 a été accordé à des webséries francophones et 65 % à des productions anglophones.

LE PROCESSUS D'ANALYSE

En 2016, le taux d'acceptation des demandes soumises au Programme de financement de séries de fiction pour le web a été de 12 %. Le principal critère utilisé par le Fonds est celui de la qualité du projet. Des jurys composés d'étudiants de niveaux supérieurs, de professionnels et d'experts en fiction pour le web, du Canada et de l'international, analysent à chaque étape du processus les documents soumis, se rencontrent pour discuter ou remettent des grilles d'analyse complétées et leurs commentaires.

ANALYSE DES INDICATEURS DE SUCCÈS

Les demandes sont notées et analysées selon les facteurs de succès suivants :

- Matériel de création – engageant, bien écrit, approprié pour la plateforme
- Stratégie d'engagement du public – stratégie de promotion et de marketing développée spécifiquement pour le projet et l'auditoire visé
- Contenu vidéo, mesures d'achalandage et commentaires de l'auditoire
- Affaires et finances – budget réaliste et confirmations de financement; plans de distribution et plateformes d'exploitation
- Faisabilité – expérience et réalisations des membres de l'équipe; plans de développement et de production concrets
- Évaluation globale du potentiel de succès auprès de l'auditoire

Les demandes pour une saison subséquente d'une série sont aussi analysées selon une combinaison de mesures de succès basées sur la performance des ou de la saison précédente :

- Vues
- Prix et succès critique
- Revenus générés et remboursements au FIP
- Licences et contrats de distribution
- Interactions dans les médias sociaux, partages, « likes », engouement, adeptes
- Soutien aux jeunes créateurs et reconnaissance
- Financement d'une tierce partie, commandites, appui
- Sociofinancement réussi

WEBSÉRIES – ANGLAIS

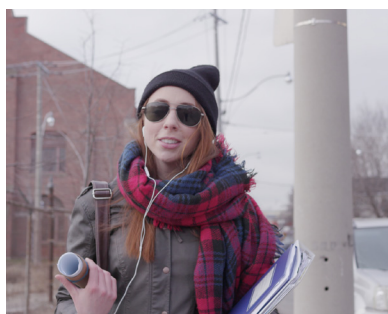


HOW TO BUY A BABY

10 x 5 minutes

Loco Motion Pictures Inc./Wendy Litner
Productrice : Lauren Corber (LoCo Motion Pictures Inc.)
Scénariste : Wendy Litner
Réalisatrice : Molly McGlynn

Qu'arrive-t-il lorsqu'un médecin, une infirmière, un embryologiste, et un technicien en ultrasons et un planificateur financier et les amis et la famille s'immiscent dans l'acte de procréation ? Humour noir qui dérange : How to Buy a Baby suit les aventures de ce couple dans la trentaine, dans le monde de la fertilisation in vitro. Leur histoire est la preuve que les expériences les plus difficiles peuvent tout de même nous connecter à notre humanité et nous faire rire.



KRISTAL CLEAR

10 x 5 minutes

Just Focus Films
Producteurs: Joshua Demers, Shannon Fewster
Scénariste: Amanda Fahey
Réalisateur: Joshua Demers

Kristal Henning, Youtuber vedette, anime un blog vidéo sur la beauté alors que sa jumelle identique, Kyle, est une étudiante au doctorat, timide mais brillante, et une physicienne prometteuse. Lorsque Krystal est victime d'une malédiction inconnue qui la rend invisible, Kyle est forcée de sortir de sa coquille et de prendre la place de Krystal de temps en temps, ce qui crée des situations à la fois honnête et hilarante. En perdant, Kyle trouve sa vraie personnalité.



PEOPLE WATCHING

10 x 8 minutes

Lapaire Productions
Producteurs: Geoff Lapaire, Winston Rowntree
Scénariste et réalisateur : Winston Rowntree

People Watching est le portrait d'une bande de vingtenaires quelque part dans les années 2000, coincés dans ce qui semble une période sans fin située entre l'enfance et l'âge adulte, entre le néant et l'amitié, entre les espoirs et la réalité. Une série de courtes histoires humoristiques et sincères sur ces jeunes qui tentent de trouver l'équilibre, l'amour et la sagesse et qui peuvent aussi observer les autres toute la journée sans jamais les voir vraiment à moins qu'ils n'y consentent.



RIDING HOOD

15 x 8 minutes

Yellow Bear Studios Inc.
Producteurs : Ryan Lussing, John Murray
Scénariste : Bob Lackie
Réalisateur : Richard Rotter

Michael Craven était un étudiant universitaire méritoire à qui tout souriait, jusqu'à ce qu'une agression violente le détourne de son destin. Depuis, il s'isole, aux prises avec un désir sauvage de vengeance contre ses attaquants. Une rencontre fortuite avec une jeune femme victime de violence calme sa colère. L'attaquant de la jeune femme, un tueur présumé The Wolf, propose à Michael, qui est maintenant considéré comme suspect, de l'aider, tout en faisant remonter la colère de Michael à la surface. Michael doit naviguer entre The Wolf et la police pour blanchir son nom et se battre pour annihiler son désir profond de vengeance nourrie par la manipulation de The Wolf.



RUNNING WITH VIOLET

10 x 9 minutes

She Said Films Inc.
Productrices et scénaristes : Rebecca Davey, Marie-Claire Marcotte
Réalisatrice : Lindsay MacKay

Running With Violet est une comédie dramatique sur Violet, âgée de 3 ans, sa mère Jolene et sa gardienne Frankie, toutes entraînées dans la vie monotone de femme au foyer de Miranda qui a accidentellement tué son mari. Elles sont alors forcées de laisser leur petite vie derrière elles et de se lancer dans l'inconnu, sur la grande route aux dangers multiples.



SAVE ME

10 x 7 minutes

Save Me Productions Inc.
Productrice: Lisa Baylin
Scénariste et réalisateur : Fab Filippo

La vie est courte, tout peut arriver et ce qui ne nous tue pas peut ouvrir des portes sur les beautés de la vie. Embarquez avec Goldie, un ambulancier et son équipe, alors qu'ils répondent aux appels « 911 » dans la grande ville dangereuse. Les personnages de cette comédie n'ont pas peur de plonger au cœur de l'action et rencontrent des personnalités attachantes et font face à des situations bizarres avec humour et sensibilité. Save Me nous présente des gens au moment où leur vie bascule, souvent de façon dramatique, et le gars qui apparaît juste au bon moment.



ÜBERDUDE, SAISON 2

10 x 4.5 minutes

Smiley Guy Studios
Producteurs: Jonas Diamond, Jeremy Diamond
Scénariste et réalisateur: Jeremy Diamond

Une première mondiale : "choisissez votre propre comédie"! Un jeune super-héros idéaliste déménage en ville pour combattre les méchants. Mais il doit d'abord apprendre les rudiments de l'héroïsme : un monde d'agents spéciaux, les guerres intestines, les avocats, les journaux à potins et les groupies. À la fin de la première saison, Überdupe était sur le point de laisser tomber les Good Guys et toute cette affaire de héros. Maintenant qu'il a perdu un peu de ses illusions, il est de retour dans l'équipe et prêt à donner le meilleur de lui-même mais selon ses conditions. L'aventure ne fait que commencer pour notre super-héros.

WHITE NINJA



WHITE NINJA, SAISON 2

90 x 6 seconds

Whiskaye Films

Producteurs: Tyler Funk, Jameson Parker, David Kaye, Eric Schultz

Scénaristes: Tyler Funk, Scott Bevan, Peter Carlone, Chris Wilson, Mark Little, Caitlin Howden, Briana Buckmaster, Ivan Decker, Conor Hogan, Kelsey Brill, Kent Earle

Réalisateurs: Tyler Funk, Stewart Reynolds, Gregor Reynolds, John Paul Piques, Brandon Bowen, Esa Fung, Gabe Erwin

Inspiré de la très populaire bande dessinée web éponyme, White Ninjas suit les aventures quotidiennes de notre protagoniste intellectuellement limité et imperméable à la douleur alors qu'il interagit avec des tortues, des arachides, n'importe quoi ayant le même niveau intellectuel que lui. White Ninja est une comédie animée, absurde.

WEB SERIES - FRENCH



100 AMIS

110 x 6 minutes

Mistral Média 2016 inc.

Productrice: Mélanie Lamothe

Scénariste: André Gulluni

Réalisateurs : Fabien Fauteux, Thomas Gauthier

100 amis présente les déboires de Yannick, un jeune homme socialement mésadapté qui découvre qu'il est l'héritier de son oncle excentrique... et multimillionnaire! Le défunt, mort sans amis et sans liens de famille proches, ne veut pas que son neveu finisse comme lui. Pour hériter, la stipulation est simple : Yannick doit avoir " 100 amis " d'ici la fin de l'année. Malheureusement, puisque personne ne l'aime, cette règle semble impossible à surmonter. Yannick trouve cependant une faille... les amis Facebook comptent! Il en a présentement 90. Il ne lui en reste donc que dix à trouver. Pour y parvenir, Yannick rencontrera tour à tour 10 personnes pour les convaincre (sans leur dire pourquoi) d'être amis Facebook.



GAME(R)

8 x 9 minutes

Attraction Images Productions II inc.

Producteurs : Micho Marquis-Rose, Julie Groleau, Laurie Caron

Scénaristes: Patrice Laliberté, Charles Dionne

Réalisateur : Patrice Laliberté

Game(R) explore l'univers moderne des compétitions de jeux vidéo à travers les yeux de Justine, une adolescente frondeuse de 16 ans, qui parvient à se tailler une place dans un univers ultra compétitif et sexiste. Son destin change complètement le jour où elle termine première dans une compétition importante de gaming et que l'entraîneur de l'équipe professionnelle Wendigo la recrute. Justine décide alors de quitter ses amis du clan Five Starz pour entrer dans les rangs des professionnels et vivre son rêve à fond, envers et contre tous. À mesure que le rêve de Justine se concrétise, les internautes découvrent les impacts qu'ont ses choix sur sa vie et sur son entourage (sa famille, ses amis, ses coéquipiers) qui assiste à son étonnante transformation.



HYPNO

7 x 8 minutes

La Récré

Producteurs: Julien Hurteau, Pierre-Alexandre Girard, Daniel Abraham

Productrice déléguée : Linda Surprenant

Scénariste : Marie-Lise Chouinard

Réalisateur : Julien Hurteau

Après avoir hypnotisé un voleur dans une épicerie, Luc se fait recruter comme agent spécial au sein de la police d'un petit village.



LE TEMPS DES CHENILLES

5 x 7 minutes

Les Productions Coton & Club inc.

Productrice: Camille Mongeau

Scénariste et réalisatrice: Catherine White

Alix habite la même ville, la même maison et la même chambre depuis toujours. Sa vie prend une tout autre tournure le lendemain de ses 21 ans alors que ses parents rentrent de vacances plus tôt que prévu. Sous prétexte du désordre qui règne dans la maison, ils la mettent à la porte. Par chance, son amie Bibi est revenue de Montréal pour travailler au camp cet été. Ça tombe bien puisqu'elle peut piquer sa tente sur le terrain des parents de son amie. Parce que, sinon, autour d'Alix, le monde se terre. Et sans son portefeuille et ses vêtements, les choses se compliquent... C'est un drôle d'été, il fait chaud et une épidémie de chenilles ronge la région.



MARC-EN-PELUCHE II

8 x 8 minutes

Blachfilms

Producteurs et scénaristes : Vincent Lafortune, Benoit Lach

Réalisateur : Benoit Lach

Après une année difficile à tenter d'accepter sa nouvelle condition, Marc reste obsédé par l'idée de reprendre sa forme humaine : il cherche à convaincre Jérôme de trouver un antidote pour y parvenir. Mis au fait de ces démarches, le Trio de la mort, composé de Théo, Zach et Sandrine, menace Jérôme de représailles s'il aide Marc, et le force ainsi à cesser ses recherches. Se sentant trahi par son ami d'infortune, notre héros touche le fond du baril. Est-il condamné à conserver son apparence de marionnette? Doit-il faire la paix avec celui qu'il est devenu depuis? Compliquée, la vie de peluche.



POLYVALENTE

6 x 5 minutes

La Guérilla

Producteurs : Jean-Yves Martel, Pierre-Alexandre Bouchard

Scénaristes et réalisateurs : Sébastien Landry, Laurence Morais Lagacé

Max est l'étudiant vedette de l'école secondaire Sainte-Jeanne d'Arbalète. Summer, copine de Max, est atrocement assassinée 48h avant le bal. Alors qu'un policier enquête sur le meurtre, la guerre est ouverte entre les filles de l'école pour savoir qui remplacera Summer comme reine du bal. D'un côté il y a Autumn, jeune étudiante musulmane impliquée dans toute sorte de causes politiques et cueillette de fonds, et de l'autre April, une belle blonde prête à tout pour arriver à ses fins... même si ça implique manipulation et plans machiavéliques.



SWITCH & BITCH III

5 x 9 minutes

Turbulent Média inc.

Productrice: Sophie Galipeau

Scénaristes et réalisatrices: Sophia Belahmer, Juliette Gosselin

Quelques mois ont passé depuis la fin de semaine des filles au chalet et bien des choses ont changé. Julie et Karl, c'est vraiment fini... Béa et le reste des filles, ça aussi... FINI. Depuis qu'elles savent que Béa leur a joué dans le dos avec Grégoire, les filles ne lui parlent plus. Malgré la présence de son chum, Béa s'ennuie beaucoup de son clan. Les filles parviendront-elles à lui pardonner cette trahison?

DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL



Académie canadienne du cinéma et de la télévision
31e édition des prix Gémeux
15 et 18 septembre 2016
Montréal



Island Media Arts Cooperative
PEI Screenwriters Bootcamp 2016
May 20 – 25, 2016
Charlottetown



Académie canadienne du cinéma et de la télévision
Prix Écrans canadiens 2017
6 au 12 mars 2017
Toronto



Just for Laughs Festival
Just for Laughs Comedy Conference 2016
July 27 – 30th, 2016
Montreal



Alliance Médias Jeunesse
Conférence Média-Jeunes 2016
16 au 18 novembre 2016
Montréal



Atlantic Film Festival Association
Strategic Partners
15 au 17 septembre 2016
Halifax



Les prix Webfest de Montréal
Montréal WebFest 2016
June 16-18, 2016
Montréal



Festival international des médias de Banff
12 au 15 juin 2016
Banff



Regroupement des producteurs multimédia
Numix 2016
May 5, 2016
Montréal



Caribbean Tales Inc.
CaribbeanTales Digital Incubator
mai 2017
Toronto



Rendez-vous du cinéma québécois 2017
Le Rendez-vous Pro – volet Webséries
March 2, 2017
Montreal



Canadian Media Producers Association
Prime Time Ottawa 2017
1er au 3 février 2017
Ottawa



St. John's International Women's Film Festival
The [Interactive] Industry Forum
October 18-22, 2016
St.John's



Creative Women Workshops Association
Women in the Director's Chair 2017
October 18, 2016
Vancouver



Vancouver International Film Festival
VIFF Industry
September 29 – October 14, 2016
Vancouver



Imago Prod
Marseille Web Fest – International Festival of Digital Series
October 21-22, 2016
Marseille, France



Vancouver Web Festival Presentation Society
Digital Content Festival
March 18 -20, 2016
Vancouver



Independent Web Series Creators of Canada
TO Webfest and Salons
May 27 – 29, 2016
Toronto