

Fonctionnement interne – Festival du Film Vert – état au 25 mars 2022

Préambule:

Le but du présent document est de définir comment s'articule l'organisation du Festival du Film Vert. C'est une synthèse de différentes décisions qui ont été prises durant les 17 premières éditions. Les règles qui sont énoncées ci-dessous doivent être respectées par tous, afin de garantir une homogénéité d'une ville à l'autre participant au Festival, une équité de traitement et un fonctionnement qui soit gérable. Chaque point peut être remis en question et discuté en assemblée.

Sommaire:

– définitions	p.1
– buts	p.2
– répartition des tâches	p.2
– assemblée générale	p.2
– engagement	p.2
– dates	p.2
– communication interne	p.3
– programmation	p.3
– discussions après les projections	p.4
– stands	p.5
– prix du festival	p.5
– matériel de projection	p.6
– finances	p.6
– tarifs	p.7
– billetterie	p.7
– âges limite	p.8
– communication	p.8
– sponsors	p.9
– image du Festival	p.9
– affiches et programmes	p.9
– projections hors festival	p.10

Quelques définitions:

- Assemblée Générale (AG): organe supérieur de l'association. Toutes les personnes participant à l'organisation du Festival dans les villes ou au niveau du comité central en font partie;
- Comité Central: groupe gérant l'association au quotidien et coordonnant l'ensemble du festival. Il est composé d'un nombre variable de personnes (en principe de 5 à 8), et est élu pour 3 ans par l'AG;
- Comité d'Éthique (CE): groupe responsable de veiller au respect d'une éthique claire notamment du côté des sponsors, partenaires et des films programmés;
- Ville: groupe local (association, commune, cinéma, groupe d'individus ou autre), qui organise le festival sur un site;
- Sponsor local: sponsor (ou partenaire) qui soutient une ville;
- Sponsor global: sponsor (ou partenaire) qui soutient le festival dans son ensemble.

Buts:

Le Festival du Film Vert est organisé par l'association Les Films Verts, dont le but est de promouvoir des films sur l'écologie, l'environnement, le développement durable, les relations Nord-Sud. Cette association est indépendante et apolitique. Son objectif est d'informer et de faire réfléchir, elle n'est pas militante en soi (donc ne signe pas de pétitions, par exemple), mais sa démarche et les gens qui la font vivre le sont.

Répartition des tâches:

L'association travaille sur deux niveaux: global et local. Sur le premier, c'est le Comité qui s'occupe de gérer les droits des films, la recherche de sponsors globaux, la communication globale, le graphisme, le site internet, la billetterie, les invités, les prix remis lors du festival, et surtout de coordonner et informer les Villes.

Sur le plan local, les Villes se chargent de trouver une salle, d'établir un budget, de choisir leur programmation, de la recherche de sponsors et partenaires locaux, des discussions après les projections, des éventuels stands et de l'accueil sur place. Chaque Ville définit une personne de contact qui fait le lien avec le comité et plus particulièrement avec le directeur, qui s'occupe de la coordination.

Assemblée générale:

L'AG se réunit en principe trois fois par année, en visio (généralement sur BigBlueButton). Les dates sont fixées par le comité.

Ces trois séances s'organisent en principe de la manière suivante:

1. fin juin – début juillet: séance de préparation: fixation des dates de l'édition à venir, accueil des nouvelles Villes, changements et adaptations à décider par rapport à l'édition précédente, élection du comité et validation des comptes (partie statutaire);
2. le premier dimanche de novembre: séance de programmation: tri des films, choix des films nominés pour le Prix Tournesol, et quelques jours plus tard par vote, du film commun;
3. courant du mois de mai: séance de débriefing: retour sur l'édition précédente, points positifs et négatifs, choses à améliorer.

Engagement:

Chaque Ville est libre de reconduire ou non l'expérience d'une année sur l'autre. Mais à partir du moment où l'organisation locale transmet son programme à la direction, l'équipe s'engage à effectivement organiser le festival à la date convenue, en respectant les présentes règles.

Les dates:

A partir de 2014, et sauf les exceptions COVID de 2020 et 2021, il a été convenu que la période du festival est chaque année le mois de mars dans son entier ainsi que les deux premières semaines d'avril. Chaque Ville peut ensuite fixer librement son ou ses jours durant cette période, en s'entendant avec les Villes proches (il est préférables que deux Villes proches ne choisissent pas le même jour), un Doodle est ouvert dans lequel chaque Ville indique ses dates et peut consulter celles des autres.

Communication interne :

Le principal outil de communication interne est la newsletter, envoyée en principe une fois par semaine (lundi soir ou mardi matin). Elle s'adresse à toutes les personnes qui participent à l'organisation du festival – il est donc possible d'avoir plusieurs personnes par Ville qui la reçoivent. Elle est envoyée par le directeur, et contient différentes informations pratiques sur l'avancement de l'organisation, les prochaines étapes, les films reçus à visionner (entre juillet et octobre), les communiqués de presse, les convocations aux assemblées, etc. Il est donc très important de ne pas se désabonner, et de la lire attentivement.

Pour le reste, l'outil principal de communication est le mail. Il y a trop de groupes différents pour pouvoir tout résoudre par téléphone, et WhatsApp n'est pas pratique lorsqu'il n'est pas possible de répondre immédiatement à une demande. Le Comité Central ne peut gérer qu'une seule personne de contact par Ville.

Programmation:

Chacun peut proposer des films pour la sélection. La période pour la soumission des films va du 1^{er} juillet au 15 octobre de chaque année (en dehors de cette période, il est possible de transmettre des idées au directeur, qui les gardera au chaud jusqu'au bon moment). L'idéal, si l'ayant-droit est connu, est de lui proposer d'inscrire lui-même son film en ligne sur le formulaire « soumettre un film » qui se trouve sur le site du festival. Sinon, il est possible de transmettre les informations disponibles au directeur, qui se chargera d'identifier l'ayant-droit. Durant la période du 1^{er} juillet au premier dimanche de novembre, toutes les personnes qui participent à l'organisation du festival reçoivent une fois par semaine une newsletter présentant tous les films reçus, ainsi que des liens pour visionner les films, généralement sur Vimeo, parfois via d'autres moyens. Pour la soumission, les films peuvent être en français ou en anglais.

Un grand tableau Doodle est également mis à disposition pour que chaque personne qui a vu des films puissent indiquer ce qu'elle a vu – l'idée étant de collectivement répartir le visionnement.

Pour pouvoir valablement être soumis, un film ne doit pas être âgé de plus de deux ans au moment de la sélection, pouvoir être disponible au moins en français et/ou en allemand au moment de l'éventuelle projection, et ne pas avoir été refusé une année précédente.

Le comité reçoit de plus en plus de films directement des producteurs, fait quelques recherches lors de festivals, sur internet et reçoit des propositions via le Green Film Network, dont le festival est membre.

Les critères de sélection sont: la pertinence, la démarche journalistique, la qualité technique, l'actualité, la comparaison avec d'autres films sur le même thème, sans oublier l'aspect subjectif qui a aussi son importance. Seuls les films âgés de deux ans ou plus récents au moment de la sélection peuvent être pris en compte.

Lors de l'AG de sélection, on commence par éliminer rapidement les films jugés unanimement hors sujets ou trop mauvais. Les autres sont discutés: soit le film est sélectionné, ce qui signifie qu'il peut être ajouté au catalogue du festival dans lequel les programmeurs locaux iront puiser, soit il est éliminé. Un film éliminé ne peut pas être programmé du tout dans le cadre du festival, et ne peut pas être

représenté une année suivante.

Parmi les films sélectionnés de l'année, l'AG choisit 6 ou 7 films nominés pour le Prix Tournesol. Ensuite, cette liste est transmise à tous les organisateurs, qui disposent de 7 à 10 jours pour se faire une idée et voter pour leur préféré. Le film qui gagne sera le film commun. Ce film doit obligatoirement être programmé dans toutes les Villes participantes. Il doit nécessairement être en version française (d'origine ou doublé). Pour le Prix Jouvence, c'est le comité d'organisation de ce prix qui choisit parmi les films sélectionnés ceux qui l'intéressent, d'entente avec la direction du Festival. En principe, les films ne peuvent pas être nominés pour les deux prix. Le jury du Prix Jouvence choisit ensuite son lauréat, connu avant le début du Festival.

Pour choisir ces films, chacun peut s'exprimer, mais lors des votes, chaque Ville a droit à une voix par projection du film commun l'édition précédente (et les nouvelles Villes ont une voix chacune). Il est possible de donner ses préférences à l'avance en cas d'impossibilité d'être présent à la séance.

Chaque Ville fait ensuite sa programmation. En plus du film commun, il est possible de choisir parmi les films sélectionnés cette année mais aussi parmi le catalogue de films retenus les années précédentes. Attention, ce n'est pas parce qu'un film est sélectionné ou figure dans le catalogue que nous avons automatiquement les droits de le diffuser. Il arrive aussi que les conditions financières de l'ayant-droit ne soient pas acceptables. Dans ce cas, le directeur contacte la Ville pour voir si elle accepte de payer plus cher, ou si elle souhaite choisir un autre film. De manière générale, il est demandé aux groupes d'attendre la publication complète du programme du FFV sur le site internet (2 à 3 semaine avant le début du festival) avant de commencer à communiquer sur son programme.

Le nombre de films par Ville est libre, il dépend de la durée du festival dans la Ville, du nombre d'écrans disponibles et du budget. A ce propos, le comité refacture les droits aux Villes, ces montants peuvent varier généralement de 100.- à 300.- par film. Le comité garantit de ne pas dépasser une moyenne de CHF 200.- par projection pour les droits, montant à prévoir dans les budgets (sauf cas particulier énoncé plus haut). C'est un maximum, le total est généralement inférieur. Le comité ne communique pas les prix des films à l'avance, cela ne devant pas être un critère pour le choix des films. Le comité refacture le prix coûtant, arrondit légèrement au-dessus pour couvrir une partie des frais techniques et les droits versés à la SUISA.

En général, il est recommandé de prévoir un film familial ou pour les enfants dans sa programmation (ce n'est pas une obligation). Depuis 2012, la programmation est également ouverte aux fictions, pour autant qu'elles aient un rapport avec les sujets qui nous intéressent et que ce soit pertinent.

Discussions après les projections:

L'objectif de notre événement étant d'informer, le Festival essaie de proposer des discussions à la fin des séances. Ce n'est pas toujours possible, mais les Villes sont encouragées autant que possible à inviter des réalisateurs, conférenciers ou autres spécialistes pour discuter du film avec le public, répondre aux questions et faire naître une réflexion.

Les réalisateurs ne peuvent pas être présents dans toutes les Villes, mais un fichier partagé est à disposition avec les contacts des réalisateurs et autres intervenants qui se sont annoncés comme disponibles, que chaque équipe peut consulter et compléter pour trouver des intervenants et

éventuellement partager les frais de déplacement de certains invités qui feraient un grand déplacement et en profiteraient pour se rendre sur plusieurs sites. En tous les cas, c'est aux groupes locaux de s'organiser pour animer les discussions, le Comité peut uniquement coordonner et transmettre des adresses.

Il est aussi possible que les organisateurs locaux animent eux-même une discussion, sur la base par exemple d'interviews des réalisateurs qui peuvent être faites à l'avance ou de notes qui peuvent être préparées de manière coordonnée.

Stands:

Le festival est plus vivant lorsqu'il est possible d'avoir quelques stands, par exemple d'associations environnementales, de restauration bio ou de sponsors souhaitant se présenter. Chacun gère les stands comme il le souhaite et selon la place disponible. En règle générale, ces stands sont gratuits pour les associations – sauf si des ventes sont réalisées, alors une participation aux ventes est envisageable. Concernant des entreprises locales, cela peut entrer dans le cadre d'accords de sponsoring ou autres.

Il arrive aussi que certaines associations souhaitent distribuer des flyers dans toutes les Villes. Dans ce cas, elles envoient directement leur matériel aux organisateurs locaux, qui sont priés de jouer le jeu et de mettre ces documents à la disposition de leur public.

Les Prix du Festival:

Depuis 2010, plusieurs prix sont remis dans le cadre du Festival: le principal est le prix Tournesol du Documentaire Vert, décerné par un jury indépendant, invité par le Festival, et doté d'un prix de € 4'000.-. Actuellement, il existe aussi le Prix Jouvence, également récompensé d'un prix de € 4'000.-.

Le prix Tournesol est le petit frère du prix Tournesol de la BD Verte qui est remis dans le cadre du Festival de Bande Dessinée d'Angoulême par les Verts français. A part le nom (et l'accord du prix Tournesol français), il n'y a pas de lien entre les deux. Notre prix Tournesol est choisi parmi les 5 ou 6 films nominés par notre AG de programmation par un jury composé de 5 personnes. Les critères de sélection sont définis par le jury lui-même, qui est libre et délibère à huis clos.

Les membres du jury ne peuvent officier plus de deux années de suite. Dans la mesure du possible, le lauréat de l'année précédente en fait partie. Les autres membres proviennent du milieu de la réalisation ou de la production de documentaires, du journalisme, ou du militantisme politique ou associatif. L'équilibre hommes-femmes est recherché dans la mesure du possible, et si possible au moins deux personnes doivent venir d'autres pays que la Suisse.

Comme notre festival n'a pas de centre, les prix sont remis de manière tournante d'une ville à l'autre. C'est l'AG qui décide de la ville qui remettra les prix durant l'édition suivante. La ville qui accueille les prix doit prévoir une organisation un peu plus lourde, puisqu'il s'agit d'accueillir les membres du jury, des réalisateurs et des journalistes (les frais de déplacement et d'hébergement des invités étant à la charge de l'association centrale). La ville où les prix sont remis doit donc disposer de suffisamment de bénévoles pour une bonne organisation, de suffisamment de public pour que les invités qui se sont déplacés parfois de loin ne se retrouvent pas devant des salles presque vides, et d'assez d'espace pour pouvoir accueillir des stands ainsi qu'un espace de restauration et de discussion.

Matériel de projection:

Jusqu'en 2021, les films étaient projetés à partir de Blu-Ray ou de DCP. Dès 2022, les blu-rays sont remplacés par des fichiers .mov mis à disposition sur le serveur du FFV. Les équipes reçoivent les liens pour télécharger le film quelques jours à l'avance et peuvent ainsi projeter depuis un ordinateur. Cette solution s'avère plus fiable et moins chère que les blu-rays. Il faut préciser qu'il est primordial que ces fichiers ne servent qu'aux projections prévues. Il est interdit de diffuser ces films (ou les liens de téléchargement) ou d'organiser d'autres projections sans en avoir obtenu les droits au préalable. Ce serait du piratage. La réputation de l'ensemble du festival en souffrirait, le comité prendrait des mesures très dures et pourrait même engager des poursuites juridiques en cas de non respect de ces règles.

Quant aux DCP pour les salles de cinémas, ils sont parfois fournis par les distributeurs. S'ils n'existent pas, le Comité peut en faire produire par notre technicien. Ces frais particuliers sont pris en charge par la centrale si un DCP sert à plusieurs projections. Lorsqu'il faut faire un DCP pour une seule projection, il est demandé à la Ville qui en a besoin s'il est possible de trouver une autre solution, sinon le DCP est refacturé à CHF 150.-, ceci dans le but de limiter les frais techniques au niveau de la centrale.

Il est fortement conseillé de tester le matériel de projection quelques jours à l'avance, afin qu'il soit possible de résoudre les problèmes éventuels.

Avant les films, quelques diapos et films de sponsors principaux doivent être projetés. En principe, ils sont directement intégrés au film principal avant les fichiers numériques et les DCP qui sont faits en interne. Lorsqu'il s'agit de matériel extérieur (fourni par le distributeur du film), un autre fichier ou un autre DCP contient les annonces. Attention, la projection des logos et autres clips des sponsors et partenaires principaux avant chaque séance est obligatoire, c'est un engagement contractuel entre l'association et ses partenaires..

Finances:

Les finances du festival sont également gérées sur les deux niveaux, local et global. Le principe est que les sponsors globaux permettent de financer:

- le graphisme (affiches, programmes, sites internet);
- la communication;
- la coordination;
- le matériel technique (fichiers numériques ou DCP) pour les projections;
- les droits SUISA;
- l'obtention des limites d'âges;
- les prix Tournesol et Jouvence;
- l'organisation de la soirée d'ouverture ;
- les frais de déplacement et d'accueil (hôtel et repas) du jury et des invités pour les prix;
- les quelques frais généraux centraux.

Chaque ville élabore son budget. Les principales dépenses sont:

- la location de la salle (et éventuellement de matériel de projection);
- les frais de déplacement et de repas des invités locaux;
- la restauration;

- les droits des films;
- l'impression des flyers et des affiches;
- éventuellement la production de DCP «sur mesure»
- éventuellement quelques frais généraux (décoration, déplacements, fournitures de bureaux, etc.)

Les recettes sont, en principe:

- les entrées aux séances;
- les sponsors locaux;
- le cas échéant, la vente de petite restauration ou une part des recettes des stands.

Les droits des films ainsi que les frais d'impressions sont gérés globalement par le Comité afin d'obtenir des économies d'échelle (et une importante simplification du travail total), et font l'objet d'une facture de l'association adressée à la Ville une fois le festival terminé.

Le budget établi à l'avance doit être équilibré, il est donc important de trouver suffisamment de sponsors locaux pour y arriver. En cas de déficit, résultant d'une fréquentation moins bonne que prévue ou en cas d'imprévus, l'association éponge le déficit (à moins qu'un des sponsors n'ait proposé une garantie de déficit). En cas de bénéfice, la moitié du bénéfice remonte à l'association, et l'autre moitié peut être versée à une association liée à l'organisation locale (le cinéma ou autre). La Ville remet ses comptes aussi rapidement que possible une fois le festival terminé, afin que l'association puisse les intégrer dans les comptes globaux du festival.

Si la Ville choisit de rendre l'entrée gratuite ou au chapeau, il ne peut y avoir de couverture de déficit de la part de la Centrale.

Tarifs:

En règle générale, les tarifs pour les entrées sont de 10.- par séance pour les adultes et 5.- pour les enfants, étudiants ou les chômeurs (éventuellement AVS). Un abonnement plus avantageux est proposé pour les personnes souhaitant voir plusieurs séances (le prix de cet abonnement dépend évidemment du nombre de séances programmées). Il n'est pas possible de faire un abonnement utilisable dans plusieurs villes, pour des raisons de complexité.

Il est exceptionnellement possible de revoir ces tarifs légèrement à la hausse ou à la baisse, par exemple pour s'aligner sur les tarifs usuels de la salle de cinéma accueillant le festival. Il est fortement souhaité que les prix soient inférieurs aux séances de cinéma « commercial » habituel.

Billetterie:

Une billetterie a été mis en place durant quelques années. Mais elle était peu utilisée par le public, demandait beaucoup de travail de configuration, coûtait cher et, souvent, entrait en conflit avec la billetterie de la salle de cinéma qui accueille le festival. Il n'y a donc plus d'offre de billetterie en ligne pour le moment. En revanche, il est possible de mettre des liens vers les billetteries des salles qui accueillent le Festival.

Âges limites:

Tous les films ont des âges limites qu'il faut respecter. Ces âges sont soit ceux qui ont été attribués lors de la sortie du film en salles, soit ceux qui nous sont donnés directement par la commission des âges du Canton de Vaud (valable dans toute la Suisse). Il y a un âge suggéré et un âge légal, qu'il faut afficher quelque part, à l'entrée ou vers la caisse par exemple, sur le site internet et sur les programmes. Si les enfants sont accompagnés, ils peuvent entrer jusqu'à 2 ans en-dessous de l'âge légal.

Communication:

La communication est cruciale pour faire venir le public dans nos salles. Comme pour les sponsors, la communication se fait à deux niveaux, global et local. Le comité s'occupe en effet d'annoncer le festival, par le biais de communiqués de presse notamment et d'une conférence de presse, aux médias couvrant la Suisse romande (ou au moins une grande partie). Le but est d'obtenir des articles dans les journaux et magazines, des chroniques sur les radios et les télévisions, ainsi que sur internet, notamment FaceBook, les blogs et autres espaces d'information.

Au niveau local, c'est à chaque groupe de s'organiser pour communiquer aux journaux ou aux radios de la région. Naturellement, les communiqués de presse sont à disposition et peuvent être adaptés. Cette répartition est ainsi faite parce que l'on part du principe que les groupes locaux ont une meilleure connaissance de leurs médias régionaux. Le comité est cependant à disposition pour aider, et pour se coordonner. Il peut également être intéressant de se coordonner avec une ville proche si un média local couvre un territoire commun.

Attention, la politique du Festival est, en règle générale, de ne pas prendre de publicité dans les médias, en privilégiant le contenu rédactionnel ou les échanges d'image (par exemple une annonce gratuite contre leur logo sur les affiches). Dans certains cas, lorsque il est exigé par le journal de prendre une annonce pour avoir droit à un article (procédé que nous désapprouvons), il peut être possible de prendre une petite publicité payante, mais elle ne doit pas mettre en péril le budget de la ville, et cela doit rester exceptionnel. En revanche, il est possible d'offrir des places à gagner dans les médias. Si c'est fait localement, c'est à chaque ville de gérer cela pour elle-même. Si c'est organisé par le comité, la liste des gagnants est transmise à chaque ville en même temps que la liste des personnes ayant réservé leurs places sur la billetterie.

Le comité se charge d'annoncer toutes les dates, dès qu'elles sont fixées, aux principaux agendas des médias. Cependant, il n'est pas inutile de les rappeler aux médias locaux.

Internet est également un outil de communication très efficace pour annoncer le festival. Le site internet du festival est bien fréquenté, il est d'ailleurs appelé à s'améliorer encore pour les années à venir. Des réseaux comme Facebook sont gratuits et permettent de toucher beaucoup de monde. Il existe une page Facebook du festival, et nous pouvons créer des « événements » pour chaque ville. Depuis 2021, le Comité travaille avec un Community Manager qui gère toute la communication centrale sur les réseaux sociaux.

Enfin, un autre réseau important est celui des associations et groupements de personnes qui sont sensibles à l'environnement: le comité a une liste assez importante de ces associations, qui sont invitées à présenter le festival à leurs contacts par le biais de leurs newsletters, mailing, sites internet ou autres. C'est également gratuit, et permet de toucher un public potentiellement intéressé par les sujets que

nous abordons dans les salles.

Il est utile de conserver les différents articles parus au sujet de notre Festival, ainsi que de prendre quelques photos sur place, afin d'alimenter notre dossier de presse – qui peut ensuite être utilisé auprès des sponsors et de certains producteurs qui souhaitent se renseigner sur notre manifestation.

Sponsors :

Les sponsors permettent de couvrir une grande partie des frais de fonctionnement du festival. Les sponsors globaux, qui sont recherchés par le comité, permettent de couvrir les frais centraux ainsi que les éventuels déficits locaux (voir le point « finances »). Les sponsors locaux doivent permettre d'équilibrer les comptes de chaque ville. Il est relativement aisé de trouver quelques sponsors prêts à mettre 200.- ou 300.-, du côté des boutiques bio de la région, de diverses associations, des communes ou autres. En échange de leur participation, il est possible de leur proposer des stands, la présentation de leurs prospectus, leur logo sur les programmes, la page internet et les affiches, etc. Il n'y a pas de grille tarifaire pré-établie, c'est à chacun de voir ce qu'il est possible de faire en fonction des circonstances.

Le comité d'éthique du festival veille à ce que nos sponsors et partenaires soient compatibles avec nos buts et notre image. Nous voulons éviter le « green-washing » et n'acceptons donc pas de l'argent de n'importe qui. Dans certains cas, le bon sens permet de trier et, en cas de doute, ne pas hésiter à demander l'avis du CE.

Image du Festival:

Il ne faut pas oublier que l'écologie et notre festival en particulier véhiculent une image très positive de soucis du bien de la planète, de développement durable, de responsabilisation, etc. Il faut être particulièrement vigilant à ne pas se faire « récupérer » par des entreprises qui n'ont de vert que l'étiquette qu'elles tentent de se donner (nous avons par exemple été approchés par le secteur automobile...).

Affiches et programmes:

Les affiches et les programmes sont conçus de façon centrale, tous par la même graphiste. L'affiche de l'année est choisie parmi 3 ou 4 propositions (par un vote en ligne sur la page FaceBook du Festival et un sondage Doodle pour l'interne). Pour des raisons de cohérence d'image d'une part, et des raisons d'efficacité d'autre part, il n'est pas possible de personnaliser les affiches d'une ville à l'autre.

Sur le programme, les images et résumés des films sont fournis et placés sur la base de la programmation de chaque ville. Il est possible d'ajouter des informations pratiques, un plan et un petit texte personnalisé (et bien sûr les logos des sponsors locaux), sur la base du canevas général.

Chaque ville remplit un petit formulaire dans lequel se trouvent toutes les informations nécessaires à la réalisation du programme.

L'impression des affiches et programmes est également gérée par le comité. Le même imprimeur se charge de tout le travail – mais il est possible de suggérer un imprimeur s'il est compétitif, local et fait du bon travail. L'objectif est de livrer les imprimés au minimum un mois avant le début du festival. Il faut

préciser que ce délai ne peut être respecté qu'à condition d'avoir toutes les informations dans les délais requis.

Projections hors Festival et scolaires :

Nous recevons de plus en plus de demandes pour organiser des projections en dehors du Festival, qu'il s'agisse d'autres festivals, d'institutions, d'écoles, ou même de Villes qui souhaitent présenter des films en dehors de la période habituelle. C'est évidemment possible et le Comité s'en occupe volontiers. Pour simplifier le travail, le FFV a conclu des contrats-cadre pour un certain nombre de films qui sont disponibles sur la boutique du FFV sous l'onglet «Projections publiques». Pour ces films, les tarifs sont connus à l'avance (CHF 150.- par projection) et nous n'avons pas besoin de faire des demandes d'autorisation. Pour tous les autres films, il faut s'adresser à la direction qui fera les démarches.

Lorsque des projections ont lieu en dehors de la période du FFV (début mars à mi-avril), elles ne peuvent être publiées sur le site internet du FFV. En revanche, il est possible d'en parler sur les réseaux sociaux du FFV. S'il s'agit d'une collaboration avec d'autres événements, les projections seront indiquées comme ayant lieu «en partenariat avec le Festival du Film Vert». Si ce sont les Villes qui organisent des projections hors des dates habituelles, veillez à trouver un nom qui précise bien qu'il ne s'agit pas du FFV «classique», mais d'un autre concept (exemples : «FFV on tour» ou «FFV open air», pour éviter toute confusion.

Nous encourageons aussi la projection de films dans les écoles. Attention, il y a aussi des droits à payer dans ce cas-là. Comme indiqué plus haut, si les films sont à disposition pour les projections publiques sur la Boutique, c'est très simple – sinon, s'adresser à la direction.

