

Plan d'engagement de l'auditoire et de découvrabilité

Cette section doit être remplie par la compagnie requérante.

Titre du film

Compagnie requérante

**Société de distribution
(s'il y a lieu)**

Comment l'auditoire découvrira-t-il votre film?

Décrivez votre plan en matière de marketing, de relations publiques, de promotion et d'organisation d'événements, visant à susciter l'engagement de l'auditoire et à favoriser la découvrabilité de votre projet.

Plus particulièrement, indiquez comment vous comptez fidéliser l'auditoire cible. Tenez compte de la manière dont vous tenterez d'adresser l'auditoire (outre les auditoires en salle), des données démographiques ainsi que des possibilités propres à ce film. Précisez comment ces objectifs seront mesurés.

AUDITOIRE CIBLE

Veuillez décrire vos auditoires cibles. Les communautés mentionnées dans votre Plan en matière d'engagement de la communauté doivent être représentées. Exemples d'éléments à considérer (si applicable) :

- Âge
- Race
- Ethnie
- Genre
- Statut marital ou familial
- Éducation
- Occupation
- Religion ou spiritualité
- Emplacement ou région géographique
- Communauté culturelle

Auditoire principal – Public le plus susceptible d'avoir de l'intérêt pour votre film :

1.	
2.	
3.	

Auditoire secondaire – Public ne faisant pas partie de l'auditoire principal, mais qui pourrait avoir un grand intérêt pour des éléments clés de votre film. Décrivez en quoi votre film pourrait l'intéresser.

1.	
2.	
3.	

Décrivez en quoi votre film pourrait l'intéresser.

--

DÉCOUVRABILITÉ

Titres comparables :

Listez 2 ou 3 titres clés comparables et décrivez les traits communs qu'ils ont avec votre film (thèmes et sujets, publics, marché potentiel, esthétique).

1.	
2.	
3.	

--

Publicité:

Décrivez les angles de presse et les médias clés (incluant entrevues, articles et éditoriaux) qui soutiennent le mieux votre film et expliquez comment ils sont adaptés aux publics cibles.

--

Marketing :

Au-delà du marketing traditionnel, indiquez les plateformes et les contenus qui attireront votre auditoire et comment ceux-ci se rattachent à vos publics clés. Par exemple : contenu ciblé sur les médias sociaux, partenariat avec des influenceurs et des créateurs de contenus, marketing de terrain auprès des communautés qui n'utilisent pas internet ou accent sur des cultures ou langues particulières.

Veuillez décrire vos stratégies et expliquer comment elles sont spécialement adaptées à votre film.

Partenariats et promotion:

Décrivez les stratégies promotionnelles créatives et les partenariats potentiels qui pourraient vous aider à atteindre votre auditoire au-delà des médias traditionnels.

Les types de partenariats peuvent être une combinaison des éléments suivants :

- Le corporatif (c.-à-d. : détaillants, marques, commanditaires)
- L'institutionnel (c.-à-d. : organisations politiques, organismes de bienfaisance, santé et bien-être)
- L'éducation (c.-à-d. : collèges et universités, organisations spécialisées)
- La culture (c.-à-d. : organisations religieuses, organismes de pression)
- La communauté locale (c.-à-d. : petites entreprises, organismes communautaires, groupes d'intérêt)

Décrivez chaque stratégie promotionnelle et la manière dont les partenaires potentiels pourraient amplifier la promotion.

Événements :

L'organisation d'événements peut maximiser le message de votre film, augmenter la sensibilisation et le bouche-à-bouche ou célébrer son lancement. Un événement peut être une occasion de susciter l'engagement d'un auditoire et de soutenir une communauté (dont celles incluses dans votre Plan en matière d'engagement de la communauté).

Des discussions de fond et des causeries avec des experts de l'industrie du film ou des experts locaux sont aussi un bon moyen de faire connaître un film. Des guides et ressources favorisant la discussion

peuvent être un atout auprès d'exposants, d'organiseurs d'événements, d'institutions d'enseignement et d'autres partenaires potentiels.

Décrivez les événements que vous comptez organiser pour faire connaître votre film à votre auditoire ainsi que les résultats attendus.

--

STRATÉGIE DE LANCEMENT

Festivals de films :

Veillez lister, en ordre de priorité, cinq festivals de films clés visés pour le lancement de votre film et indiquer pourquoi votre film pourrait en tirer avantage. Incluez autant des festivals canadiens qu'internationaux (si applicable).

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Lancement en salle

Décrivez votre scénario de lancement en salle idéal. Vous pouvez tenir compte des éléments suivants :

--

- Selon vous, le lancement de votre film devrait être :
 - À grande échelle (lancement national)
 - À petite échelle (lancement initial/sur plateformes)
 - Centré sur le circuit du film ou la projection communautaire
- Le film devrait-il être lancé dans des régions ou villes en particulier?
- Le film devrait-il être lancé dans le cadre d'événements avec une période de questions ou de discussion?

Veuillez préciser autant que possible.

Plateformes non cinématographiques

Quelles sont les plateformes non cinématographiques (c.-à-d. : vidéo sur demande par abonnement, vidéo sur demande, télédiffusion) qui pourraient vous aider à atteindre vos auditoires cibles?

Exemples :

- Vidéo sur demande par abonnement
- Vidéo sur demande
- Télédiffusion

Veuillez préciser autant que possible.

Préparé par (compagnie de production):

Nom

Entreprise

Date

Aperçu de la stratégie de distribution et de marketing
Cette section doit être remplie par la société de distribution, si applicable.

Titre du film	
Société de distribution	
Minimum garanti	
Coûts de promotion estimés (P&A)	
Lancement en salle	À grande échelle (lancement national) À petite échelle (lancement initial/sur plateformes) Circuit du film ou projection communautaire Événements ou tournées Autre
Recettes estimées	

Veuillez fournir un bref énoncé de positionnement sur l'impact commercial, culturel et artistique du projet :

Préparé par (compagnie de distribution) :

Nom

Entreprise

Date