



UBISOFT®

présente

Fantasia®

UN VÉHICULE COMMANDITAIRE PRIVILÉGIÉ POUR
REJOINDRE UNE CLIENTÈLE VASTE ET PRISÉE



« Les récentes alliances d'Ubisoft avec d'influents réalisateurs de la planète cinéma, conjugué avec la création et l'acquisition de studios d'effets visuels s'inscrivent parfaitement dans l'évidente convergence entre le jeu vidéo et le 7^e art. D'ailleurs, le partenariat Ubisoft / Fantasia — amorcé en 2003 — illustre précisément ce désir commun de promouvoir des œuvres artistiques, immersives, créatives et authentiques. »

—UBISOFT MONTRÉAL, COMMUNICATION



FANTASIA

UN DES FESTIVALS DE FILMS LES PLUS PERFORMANTS AU CANADA

« Au delà d'être un évènement rassembleur, la fonction d'un évènement comme Fantasia est de faire découvrir et d'aider à l'émergence de nouveaux talents. Je tiens à saluer le travail des organisateurs qui rendent possible ce festival d'envergure internationale qui propose un programme apprécié et très attendu. »

M. JEAN-G. CHAPUT, PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION DE LA SODEC

LE SUCCÈS POPULAIRE DU FESTIVAL auprès d'un vaste public adulte et cultivé est indéniable;

LE FESTIVAL GÉNÈRE une couverture de presse soutenue et enthousiastes des médias locaux et internationaux;

UNE FORMULE DE PROGRAMMATION qui s'est avérée influente sur la scène mondiale des festivals de films;

UNE COMPOSITION DE JURYS qui démontre l'intérêt de notre évènement dans la communauté artistique québécoise et canadienne;

UN TREMPLIN IDÉAL pour lancer un grand nombre de films en premières internationales, nord-américaines ou canadiennes;

UN GRAND NOMBRE DE COMMANDITAIRES, partenaires et annonceurs fidèles; ce qui démontre notre pertinence communicationnelle.

Le Festival international de films FANTASIA sera de retour en juillet 2009 pour célébrer sa 13ème édition. Les organisateurs et programmeurs reviendront ainsi surprendre les cinéphiles au Théâtre Hall Concordia (700 sièges) et à la salle J.A. De Sève (200 sièges). L'édition 2008 du festival a pu compter sur un nombre croissant de spectateurs (passant de 81 000 en 2007 à 90 000 en 2008).

Reconnu comme le festival le plus important de sa catégorie en Amérique du Nord, un leader sur la scène internationale et l'un des évènements cinématographiques les plus courus au pays, Fantasia demeure une manifestation culturelle unique avec une programmation internationale et diversifiée, privilégiant le cinéma de l'imaginaire et de l'imagination.

PROFIL DES SPECTATEURS

ÂGE	
14-17	5 %
18-24	30 %
25-29	32 %
30-39	25 %
40 ANS +	8 %
ÂGE MOYEN	28 ANS

SEXE	
MASCULIN	58 %
FÉMININ	42 %

REVENU	
MOINS DE 40 000 \$	46 %
40 000 - 59 999 \$	24 %
PLUS DE 60 000 \$	30 %
REVENU ANNUEL MOYEN:	45 000 \$



« Cet événement prestigieux qui permet aux Montréalaises et aux Montréalais de s'ouvrir sur le monde convient à ravir à une ville aussi diversifiée que Montréal et affirmer son rôle en tant que carrefour mondial de la culture. »

GÉRALD TREMBLAY, MAIRE DE MONTRÉAL

OPPORTUNITÉ COMMANDITAIRE ET PROMOTIONNEL UNIQUE

Notre festival propose une opportunité unique de rejoindre un public prisé composé d'adultes cinéphiles et de consommateurs cultivés. Cet unique véhicule communicationnel vous offre une visibilité accrue dans le cadre d'une campagne publicitaire provinciale et nationale. Notre directeur du marketing travaillera de concert avec vous pour développer une campagne de commandites en fonction de vos besoins ou vos budgets.

« Les organisateurs de Fantasia ratissent la production cinématographique mondiale pour présenter des œuvres expérimentales et originales, qui font à coup sûr vivre toute une gamme d'émotions. Les cinéphiles de partout, comme les gens de l'industrie, accourent en nombre sans cesse croissant à ce rendez-vous annuel dans la métropole. »

CHRISTINE ST-PIERRE, MINISTRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS
ET DE LA CONDITION FÉMININE

NOTRE PLAN DE COMMANDITES COMPREND NOTAMMENT :

Présence auprès de plus de 3 000 000 de Canadiens grâce à notre campagne nationale se composant d'une publicité télévisée, d'une forte présence Internet, d'une affiche métro/abribus et de publicités imprimées;

Logo sur notre programme officiel;

Espaces publicitaires disponibles sur notre DVD remis gracieusement avec le programme officiel;

Publicité placée stratégiquement dans notre programme officiel;

Logo placé sur notre grille horaire gratuite;

Le privilège de présenter officiellement certains films spécifiques de notre programmation (avec le nom de votre entreprise bien en vue sur les billets);

Possibilité de réaliser des activités promotionnelles durant l'événement (distribution de dépliants, concours, remise d'articles promotionnels ou d'échantillons, etc.);

Présentation de courtes publicités sur grand écran avant certains films;

Présence de votre logo dans notre campagne d'affichage dans plusieurs stations de métros de la STM et dans 50 abribus rétro-éclairés du centre-ville;

Visibilité et liens offerts sur notre site Internet qui attire 15 000 visiteurs par jour;

Des laissez-passer VIP et des billets de courtoisie à l'attention de votre personnel ou de votre clientèle;

Présence de votre logo sur notre bannière traversant durant un mois le boulevard de Maisonneuve, au cœur du centre-ville de Montréal.

COMMANDITAIRE PRÉSENTATEUR :

Ubisoft.

COMMANDITAIRES ASSOCIATIFS :

Sympatico/MSN, Films Séville.

COMMANDITAIRES PARTENAIRES :

Anchor Bay/Starz, Bell,
Brasserie McAuslan Burger King,
Concept Audio Visuel, Entreprise Vidéo
Service, Génération Mobile, Guru,
HMV, Hong Kong Economic & Trade
Office (Canada), Irish Embassy, Magra,
Manhattan Portage, Nintendo, Office
Nationale du Film, Pepsi, Sun Chips,
SuperClub Videotron.

PARTENAIRES MÉDIA :

CBS Affichage, CJLO radio, Ici/Mirror,
Magazine Convergence, Magazine
Écran Fantastique, Magazine Exclaim!,
Magazine Fangoria, Magazine Rue
Morgue, Magazine Séquences,
MusiquePlus, Soundbeat Radio,
Voir/Hour, Z télé.

PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX

ET INSTITUTIONNELS :

Ministère affaires municipales et
régions, Sodec, Tourisme Québec,
Ville de Montréal.

PARTENAIRES :

Admission, Alliance Films, Black Eye
Design, Blank, Bureau du cinéma et de
la télévision de Montréal, Centre NAD,
Cinémathèque Québécoise, CV Films,
DEP Distribution, European Federation
Fantastic Film Festivals, Festival
international d'animation d'Ottawa,
Ivan & Co, Koch Entertainment,
Images photographie, Imavision,
INIS, Le Social, North American
Fantastic Festival Alliance (NAFFA),
Office Nationale du Film, Place des
Arts, Plank, Régie du Cinéma, Société
Audio Technologique (SAT), Tourisme
Montréal, Sony /M2Universal, Université
Concordia, Vidéo Festif, Warner Bros.



LES PARTENAIRES DU FESTIVAL 2008

Nous sommes fiers de la grande qualité des commanditaires, partenaires et annonceurs du festival, dont plusieurs nous sont fidèles depuis les premières éditions du festival. Après plusieurs années d'existence, des retombées médiatiques importantes et un contact privilégié avec les cinéphiles de la génération 18–40 ans, nombreuses sont les entreprises qui désirent s'adresser directement à notre public en tant que partenaires.

« L'édition 2008 du festival a été pour nous un tremplin idéal pour promouvoir nos nouveaux produits et distribuer des échantillons à la clientèle du centre-ville de Montréal. » PEPSI

« Notre collaboration avec le festival Fantasia nous a permis de rejoindre une nouvelle clientèle, d'organiser une promotion performante dans nos magasins de la province et de solidifier notre relation avec plusieurs distributeurs. » HMV

Fantasia

1396 STE-CATHERINE OUEST BUREAU 408 , MONTRÉAL QUÉBEC H3G 1P9
T: 514 876-1760 // MARC@FANTASIAFESTIVAL.COM // FANTASIAFESTIVAL.COM

PHOTOGRAPHE OFFICIEL : © 2008 IMAGES PHOTOGRAPHIE - PIERRE ROUSSEL/ MARTIN SAUVAGEAU CONCEPTION GRAPHIQUE : BLACK EYE DESIGN, BLACKEYE.COM