

ARD 14-18  
MARS  
20



# PLAN DES OPPORTUNITÉS

POUR  REGARD



# PRÉSENTATION DU FESTIVAL

À l'aube du printemps québécois s'amène depuis plus de 22 ans le plus convivial des festivals.

**REGARD - Festival international du court métrage au Saguenay** permet cette année encore à de nombreux réalisateurs régionaux, nationaux et internationaux d'exprimer leurs passions durant cinq jours de projections, d'ateliers, de performances artistiques et de frénésie! Cinq jours où un public conquis, à la croissance fulgurante, assiste à une série d'activités et de programmes spéciaux. **REGARD** est le plus grand festival de son genre en Amérique du Nord.

Le Festival fait partie des événements permettant d'accéder aux **OSCAR**® pour le court métrage (Academy qualifying festivals for the Short Film Awards). En d'autres termes, les films lauréats des Grands Prix du Festival seront dorénavant considérés dans le processus de nomination des **OSCAR**® pour le Meilleur court métrage de fiction (Best Short Film Live Action). Le Festival est l'hôte d'une compétition internationale où plus de 86 500 \$ en bourses et en services sont remis aux cinéastes lauréats en collaboration avec de nombreux partenaires.

Les Productions Caravane Films ont pour mission de produire et de réaliser au Saguenay ce festival de courts métrages ainsi que ses activités. Il promeut, diffuse et développe le court métrage d'ici et d'ailleurs auprès du grand public et des professionnels du milieu cinématographique. **REGARD** provoque, éduque, sensibilise, stimule, créer des alliances, attire et ouvre l'esprit.



## VALEURS & MISSION

Engagement

*Esprit d'équipe*

CONVIVIALITÉ

*Créativité*

Excellence



“C’est devenu un incontournable.  
REGARD nous fait vivre plein d’émotions  
et nous embarque dans l’inconnu à  
chaque projection.”

- festivalier

“Festival REGARD, Saguenay, mon amour!  
Tu me manques déjà !”

**- Meryl Fortunat-Rossi**

réalisateur - Le plombier (21e) et  
L’ours noir (20e)

“Je me relève de toute cette belle  
aventure avec un immense sourire dans  
la face. Merci pour tout. xxxx”

**- Anne-Élisabeth Bossé**

porte parole de la 20e édition

“J’ai maintenant l’habitude de voyager en  
festivals et je n’ai jamais été accueillie  
aussi chaleureusement et avec autant de  
gentillesse. Vous avez une équipe en or et  
ce festival a été une très belle découverte  
pour moi !”

**- Anaïs Lebrun**

directrice de la programmation  
internationale pour le MUBI

“Merci pour le beau travail ! Une rue Racine  
pleine au mois de mars, ça fait du bien !  
Vous savez rendre une ville sexy le temps  
d’un festival ! C’est définitivement  
l’événement que je ne veux pas manquer !”

**- Dany**

festivalier



# 6

## RAISONS DE DEVENIR PARTENAIRE DE REGARD

1- S'ASSOCIER À UN FESTIVAL D'ENVERGURE INTERNATIONALE

2- FAVORISER LES ÉCHANGES AVEC UN PUBLIC CIBLÉ, PROFESSIONNEL ET GRAND PUBLIC

3- CONQUÉRIR UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

4- BÉNÉFICIER D'UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE NATIONALE ET INTERNATIONALE

5- METTRE EN VALEUR LA RÉGION DU SAGUENAY À TRAVERS LES ACTIVITÉS DU FESTIVAL

6- S'ALLIER AUX VALEURS DE L'ÉVÉNEMENT

# LES OPPORTUNITÉS

## PREMIER RÔLE

50 000 \$ et plus / an <sup>1</sup>

Entente triennale minimum

## MAJEUR

25 000 \$ à 44 999 \$ / an <sup>1</sup>

Entente triennale minimum

## GRAND PARTENAIRE

10 000 \$ à 24 999 \$ / an <sup>1</sup>

Entente triennale minimum

## DE SOUTIEN

2 000 \$ à 9 999 \$ / an <sup>2</sup>

## PROFESSIONNEL

2 000 \$ à 9 999 \$ / an <sup>2</sup>

Catégorie dédiée aux professionnels du marché

## MÉDIAS

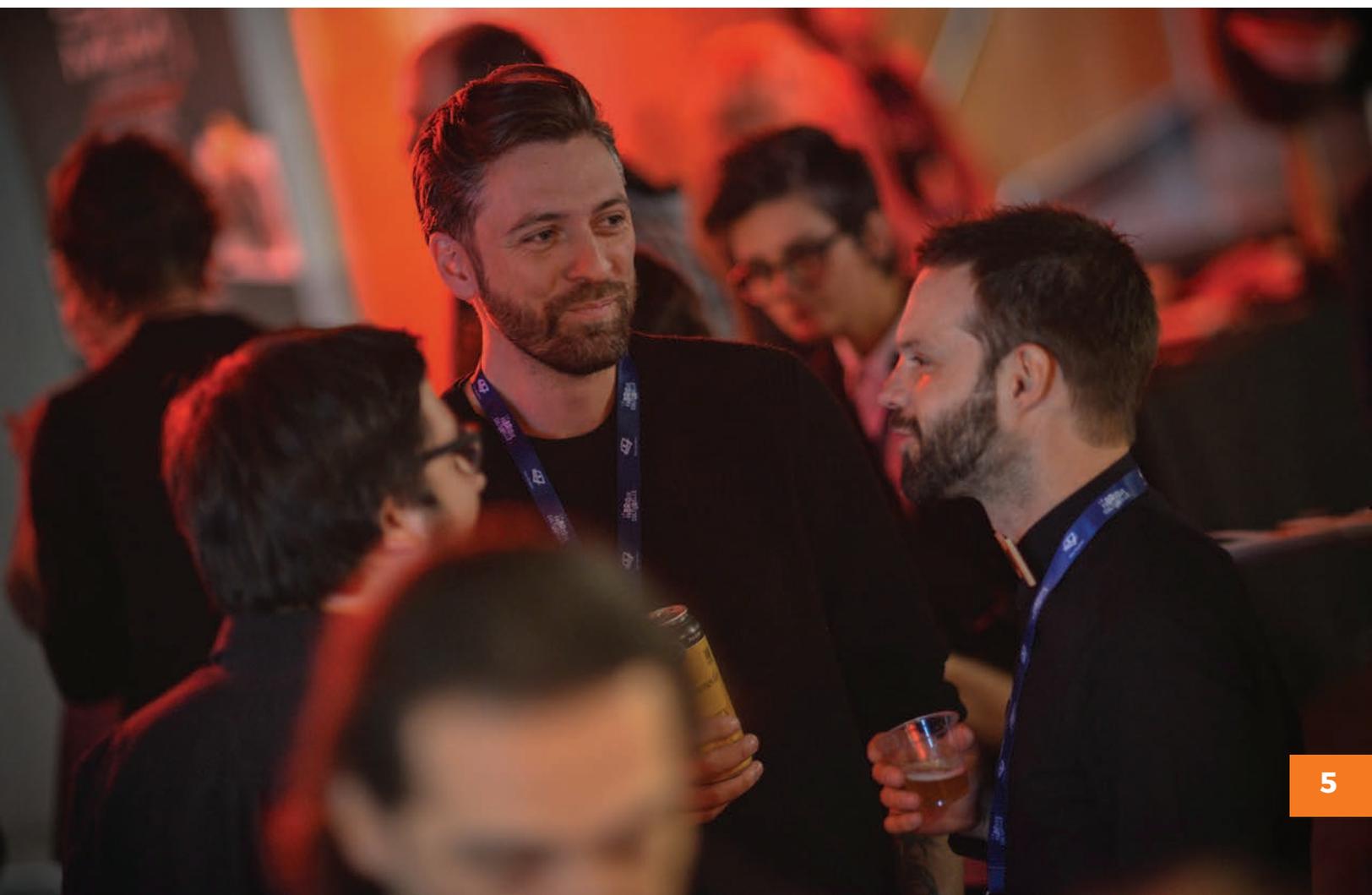
Catégorie dédiée aux médias

## PUBLIC

Catégorie dédiée aux subventionneurs du Festival

<sup>1</sup> Tous les partenaires de ces catégories seront directement intégrés dans la bande de logo de la prochaine édition. De plus, les partenaires ne peuvent accéder à ce statut sans investissement monétaire.

<sup>2</sup> Une entente en services peut accéder à une catégorie de partenariat avec une valeur équivalent à 2 fois le montant en argent.



## COMMUNICATIONS

- Présentation d'une soirée de projection ou une activité;
- Présentation du volet jeunesse;
- Présentation et remise d'un prix;
- Présence dans les salles de projections.

## OPÉRATION CHARME

- Logo sur le mur officiel de photo;
- Zone-photo à votre effigie;
- Tagboard<sup>1</sup> à votre effigie;
- Cordons portés à votre effigie;
- Concours réseaux sociaux;
- Activation aux couleurs de votre entreprise;
- Sponsoring des navettes de transport;
- Présentation d'un 5@7 ou d'un cabaret;
- Présentation du carré VIP de la soirée d'ouverture;
- Présence visuelle dans le QG du Festival;
- Fier ambassadeur du Festival.

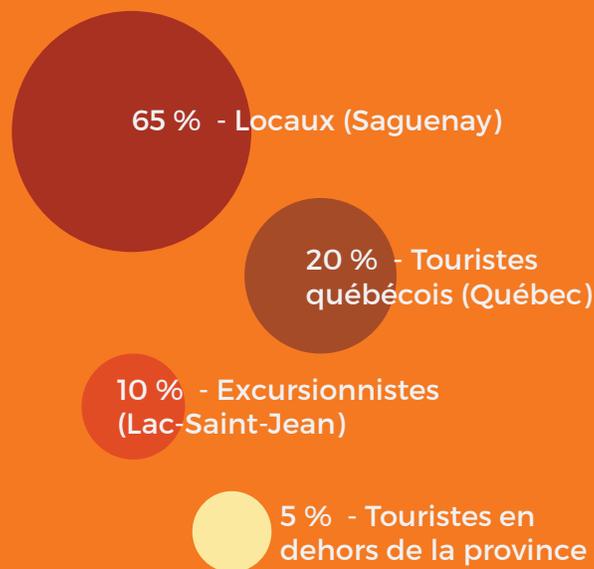
## AFFICHAGE

- Oriflamme dans la ville de Chicoutimi;
- Placement publicitaire dans le catalogue et dans les salles de projections;
- Logo sur les 500 sacs promotionnels;
- Logo sur les billets et passeports du Festival;
- Publicité sur le site Web;
- Publicité dans les salles de projection;
- Publicité dans le Marché du court.



**METTEZ NOTRE  
CRÉATIVITÉ À  
L'ÉPREUVE ET ENSEMBLE  
NOUS DIRIGERONS  
TOUS LES « REGARD »  
VERS VOUS.**

## PROVENANCE DES FESTIVALIERS



TOTAL : 30 000 <sup>1</sup> festivaliers

## PRIX REMIS

11 prix pour la compétition :

- . Grand prix
- . Grand prix canadien
- . Prix du jury
- . Prix du meilleur film d'animation
- . Prix du meilleur documentaire
- . Prix du meilleur film Tourner à tout prix !
- . Prix de la critique québécoise AQCC
- . Prix de la critique internationale FIPRESCI
- . Prix du meilleur film jeunesse
- . Prix du public
- . Bourse à la création régionale
- . Prix du meilleur film Americana

22 500 \$ remis en argent

.....  
65 000 \$ en services créatifs

TOTAL : 86 500 \$ en prix

## CAMPAGNE MÉDIATIQUE ET PRÉSENCE SUR LE WEB

1 500 mentions radiophoniques et télévisuelles comptabilisées pendant la durée du Festival

24 300 abonnés et plusieurs milliers de mentions Facebook

800 000 interactions autour des contenus et des publications sur la page Facebook

2 000 abonnés sur Twitter et quelques centaines de retweets

3 000 abonnés sur Instagram, avec 1 200 de portée par photo

54 articles de blogue écrits sur le site Web du Festival

9 001 abonnés à nos listes d'infolettre

41 430 utilisateurs uniques sur le site Web

<sup>1</sup> Étude d'achalandage de la 19<sup>e</sup> édition (2015)