FORMULAIRE DE DEMANDE 2019-2020 DE L’INITIATIVE D’ONTARIO CRÉATIF POUR LE MARKETING ET LA DISTRIBUTION (IMD) des productions cinématographiques et télévisuelles

**Date limite : initiative permanente, clôture le 31 janvier 2020 à 17 h, HNE**

**Sections du formulaire de demande :**

1. Renseignements sur le projet /1
2. Renseignements sur la société /2
3. Stratégies et activités de marketing proposées /3
4. Budget et financement /4
5. Résultats escomptés /5

**Section 1 : Renseignements sur le projet**

Numéro de dossier du Fonds pour la production cinématographique :

Titre du projet :

Date de sortie officielle\* prévue :

Fournissez un bref synopsis (3-4 phrases) du projet financé par le Fonds d’Ontario Créatif pour la production cinématographique :

*\* Le terme « sortie officielle » renvoie à la date à laquelle un projet est livré et entre en exploitation commerciale afin d’être vu par le public et de générer des ventes. Une projection dans le cadre d’un festival ou d’une avant-première n’est pas considérée comme une sortie officielle.*

**Demande de financement :**

|  |  |
| --- | --- |
| Budget total présenté à l’IMD : |  |
| Montant de financement demandé à l’IMD d’Ontario Créatif : |  |
| % du financement par l’IMD d’Ontario Créatif par rapport au budget total : |  |

**Indiquez la période prescrite de 6 mois pour engager des coûts :**

|  |  |
| --- | --- |
| Date de début : |  |
| Date de fin : |  |

**REMARQUE :** Le montant de financement demandé ne peut pas dépasser 75 p. 100 du budget total. La contribution maximale pouvant être accordée par Ontario Créatif est de 25 000 $. La contribution minimale est de 10 000 $.

**Section 2 : Renseignements sur la société**

Dénomination sociale :

(Il doit s’agir de la société de production à but unique ayant signé l’entente avec le Fonds pour la production cinématographique.)

Nom de la personne-ressource :

Titre de la personne-ressource :

Adresse :

Ville :

Province :

Code postal :

Téléphone professionnel :

Téléphone cellulaire :

Courriel :

Site Web :

**Section 3 : Stratégies et activités de marketing proposées**

1. **Fournissez un plan de marketing et de distribution à l’échelle nationale détaillé.**

REMARQUE : Le plan doit identifier le potentiel critique et commercial du film, de même que la façon dont il sera atteint. La stratégie doit montrer comment faire connaître la production, stimuler les ventes et accroître l’exposition du film auprès d’un plus large public. Les références au potentiel de marché, aux segments démographiques cibles et aux estimations de chiffre d'affaires doivent être étayées et comprendre, à titre d’exemple, les résultats de films d'un genre similaire. Les stratégies et tactiques proposées doivent faire preuve de réalisme en matière de rentabilité et d'expérience de l'équipe qui mettra le plan à exécution.

Le plan doit contenir ce qui suit :

1. **une description des qualités marchandes du film**, c’est-à-dire les personnes clés associées au film (réalisateur ou réalisatrice et/ou scénariste renommée), le fait qu’il s’agit d’une propriété établie (adaptation d’un livre ou appartenance à une franchise), la distribution et le potentiel de succès du film dans un marché de niche spécifique;
2. **une évaluation du potentiel de marché du film au Canada et à l’international**;
3. **une stratégie spécifique d’exploitation commerciale au Canada** mise à exécution en partenariat avec un distributeur ou une distributrice ou uniquement par le producteur ou la productrice. Elle doit inclure des stratégies visant à réaliser d'autres ventes au Canada et à assurer la promotion connexe sur toutes les plates-formes d’exploitation commerciale (p. ex. salles de cinéma, TPC, vidéo à la demande, radiodiffusion, ventes en ligne et Blu-ray/DVD). Elle peut également inclure des stratégies ciblant des partenaires de distribution potentiels;
4. **les principaux éléments de la stratégie globale de marketing au Canada,** en intégrant les plates-formes conventionnelles et autres, y compris le placement à l'affiche de festivals canadiens, les médias classiques, les médias sociaux, ou d'autres stratégies novatrices, et en précisant les rôles respectifs du distributeur ou de la distributrice (le cas échéant) et du producteur ou de la productrice;
5. **le(s) public(s)/segment(s) démographique(s) cible(s)** de la production sur toutes les plates-formes d’exploitation pertinentes;
6. **les antécédents et travaux de recherche** expliquant **comment** et **pourquoi** l’activité prévue sera couronnée de succès.
7. **Fournissez un calendrier détaillé de mise en œuvre des activités proposées en veillant à indiquer la période prescrite de 6 mois pour engager les coûts et la date de sortie officielle.**
8. **Fournissez la liste des noms et rôles des membres de l’équipe qui mettra le plan à exécution, accompagnée du CV ou de l’historique de la société de tout contractant tiers.**
9. **Fournissez les lettres d’appui ou d’engagement de partenaires ou d’organismes promotionnels (le cas échéant).**

**Section 4 : Budget et financement :**

1. **Fournissez un budget détaillé des activités.**
2. **Fournissez un plan de financement à l’appui du budget.**
3. **Fournissez une preuve du financement** provenant des autres sources indiquées dans le plan de financement, y compris la contribution en espèces de la société de production
4. **Fournissez** **les devis des services** fournis par des tiers.
5. **Fournissez la lettre d’appui ou de coopération du distributeur ou de la distributrice à l’égard du plan** (le cas échéant).

**Section 5 : Résultats escomptés**

**Veuillez répondre aux exigences suivantes de manière détaillée :**

1. Indiquez les résultats escomptés sur chaque plate-forme, y compris les ventes et autres recettes prévues en dollars, en précisant dans quel délai vous prévoyez d’obtenir ces résultats.
2. Précisez comment vous avez calculé les résultats escomptés.
3. Décrivez les risques susceptibles d’influer sur les résultats, y compris les facteurs de marché liés à l’activité envisagée, c.-à-d. les tendances au sein de l’industrie, l’environnement concurrentiel, etc.
4. Dressez la liste des autres résultats mesurables et du RCI escompté de cette activité de marketing pour votre société, comme les objectifs stratégiques, le potentiel de succès critique, les retombées en termes d’auditoire et de recettes, le maintien et/ou la création d’emplois.