



QUEBECOR
Media

MAPLE
PICTURES

Étude de cas : mardi 30 août 2011

QMiVENTES
Une compagnie de Quebecor Media

Présentation de Maple Pictures

Maple Pictures était à la recherche d'un partenariat national avec QMi Ventes afin de promouvoir le lancement de leur plus récent film *Conan le barbare* pour faire un grand battage publicitaire afin de maximiser la notoriété d'une manière palpitante.

Objectifs

- Créer une campagne semblable au lancement de *Les Sacrifiés (The Expendables)*
 - Publicité flexfome dominante
 - Élément concours interactif

Public cible

- Adultes 18 – 49
 - Public cible resserré : démographie asymétrique, hommes 25-49

Période

- Date de lancement du film : vendredi 19 août 2011
- Prépromotion avec concours : 2 au 10 août 2011

Marchés

- Ontario, Alberta, Manitoba

Analyse de cas : Maple Pictures

L'idée

- La création d'un concours palpitant « Barbarian SUNshine Girl » pour la chance d'apparaître dans le journal et en ligne pendant une journée, incluant des prix secondaires avec des chances de gagner un prix Maple Pictures.

Le début

- Maple Pictures a contacté directement QMi Ventes pour discuter d'un partenariat à propos du lancement du film *Conan le barbare* pour les plateformes imprimées et numériques.

Le déploiement

- QMi a présenté l'offre globale à Maple Pictures après avoir discuté de leur DDP.

L'approche

- Tirer profit des plateformes imprimées et numériques pour appuyer le lancement de *Conan le barbare* grâce au concours « SUNshine Girl Goes Barbarian ».

Maple Pictures et QMi Ventes : un partenariat

QUEBECOR
Media

Création du concept du concours « Sunshine Girl Goes Barbarian » pour le Canada anglais.

- Grâce aux forces de la « Sunshine Girl », nous avons créé un concours unique où les lecteurs pouvaient inscrire leurs meilleures photos de « femmes barbares », partout au Canada, afin qu'une d'entre elles ait la chance d'être la « National Barbarian Sunshine Girl » le jour du lancement de *Conan le barbare* .
- La campagne publicitaire a été présentée sur toutes les propriétés imprimées et numériques du *Sun*, de même que sur le réseau Canoe afin de faire la promotion du concours et du lancement du film.
- QMi Ventes et Maple Pictures ont fait la promotion du concours sur leurs plateformes de médias sociaux, Facebook et Twitter, pour créer un engouement supplémentaire.
- Maple Pictures s'est également associé à l'application de jeu ciblée de Canoe, « Rock You ».
- La publicité flexforme apparaissait dans la section Divertissement de toutes les éditions du *Sun* le jour du lancement de « Conan le barbare ».
- Le jour du lancement de « Conan le barbare », la « Barbarian Sunshine Girl » apparaissait dans toutes les éditions du *Sun* avec une galerie et une séance vidéo en ligne où la page d'accueil de la « national Sunshine Girl » avait pris le pouvoir sur Maple Pictures.
- Tous les éléments publicitaires des journaux et de la plateforme numérique ont été créés par le concepteur graphique interne de QMi Ventes.
- Maple Pictures a obtenu la meilleure valeur relativement à l'argent investi en marketing tout en répondant à ses objectifs .



Maple Pictures et QMi Ventés : un partenariat

QUEBECOR
Media

Publicité : promotion en ligne de la marque sur « Rock You »

*Nexopia – Conan the Barbarian
on RockYou*



The screenshot shows a Facebook interface for a page titled "Nexopia - Conan the Barbarian". The page content includes a video player, a "Shop" section with various items, and a "play!" button at the bottom. The RockYou logo is visible in the bottom right corner of the screenshot.

MAPLE
PICTURES

QMi VENTES
Une compagnie de Quebecor Media

Maple Pictures et QMi Ventes : un partenariat

QUEBECOR
Media

Publicité : l'après-concours en ligne

BETA VERSION

AUTOS HOMES CLASSIFIEDS CAREERS OBITUARIES SEARCH

TORONTO SUN
FRIDAY
AUGUST 19
2011

CONAN THE BARBARIAN
NOW PLAYING EVERYWHERE!
IN realD 3D
VIEW RESTRICTED TRAILER

HOME NEWS SPORTS ENTERTAINMENT LIFE TECH MONEY TRAVEL OPINION **SUNSHINE GIRL**

CALENDAR 2011 SWIMSUIT 2010 BECOME A SUNSHINE GIRL ARCHIVES

SUNSHINE GIRL

Kylie
After our Canada-wide quest to find our perfect Barbarian SUNshine Girl, the ruling is in! Kylie has gone totally barbarian and is the grand prize winner of our SUNshine Girl Goes Barbarian contest. Conan the Barbarian hits theatres today, so be sure to check it out. (Ernest Dorozuk photo)

CALENDAR 2011

CONAN THE BARBARIAN
NOW PLAYING EVERYWHERE!
IN realD 3D
VIEW RESTRICTED TRAILER

BETA VERSION

AUTOS HOMES CLASSIFIEDS CAREERS OBITUARIES SEARCH

TORONTO SUN
FRIDAY
AUGUST 19
2011

CONAN THE BARBARIAN
NOW PLAYING EVERYWHERE!
IN realD 3D
VIEW RESTRICTED TRAILER

HOME NEWS SPORTS ENTERTAINMENT LIFE TECH MONEY TRAVEL OPINION **SUNSHINE GIRL**

TORONTO & GTA CANADA & WORLD TECHNOLOGY TORONTO SPORTS SPORTS COMEDY ENTERTAINMENT LIFE SUNSHINE GIRL

VIDEOS SUNSHINE GIRL

Kylie
Kylie won our Canada wide search to find the perfect Barbarian Sunshine Girl. Congratulations Kylie!
THU, 18 AUG 2011 21:00:00 -0700

CONAN THE BARBARIAN
NOW PLAYING EVERYWHERE!
IN realD 3D
VIEW RESTRICTED TRAILER

MAPLE
PICTURES

QMi VENTES
Une compagnie de Quebecor Media

Maple Pictures et QMi Ventes : un partenariat

QUEBECOR
Media

Publicité : l'après-concours en version imprimée

70 SHOWBIZ The Toronto Sun ■ FRIDAY, AUGUST 19, 2011

SUNSHINE GIRL GOES BARBARIAN
QMI Agency

TO BUY YOUR NEW 2011 SUNSHINE GIRL CALENDAR, CALL TOLL FREE 1-877-624-1463

WANT TO SEE MORE?
More girls, more photo galleries, more videos available at:
torontosun.com/sunshinegirl

After our Canada-wide quest to find our perfect Barbarian SUNSHINE Girl, the ruling is in! Kylie has gone totally barbarian and is the Grand Prize winner of our SUNSHINE Girl Goes Barbarian contest. Conan the Barbarian hits theatres today, so be sure to check it out.

The Toronto Sun ■ FRIDAY, AUGUST 19, 2011 SHOWBIZ 59

Grim look at aftermath for war hero

LIZ BRUAN
QMI Agency

This just in: War is still hell. A tale of war and awakening, *Caterpillar* is a blistering indictment of Japanese nationalism and chauvinism with a lot of amputee porn thrown in for good measure. Just kidding about that last part.

Koji Wakamatsu's award-winning drama starts with rape and death and ends in madness. This is a grim outing about what war looks like underneath the stirring speeches about country and duty.

Lt. Kurokawa (Shima Ontshi) returns from the second Sino-Japanese war a decorated hero. He has lost both arms and both legs and is badly burned, so there's not much left of him besides angry flesh. He is also dead. Kurokawa is given over to the care of his loving wife Shigeko (Shinobu Terajima), who puts aside her initial shock and repulsion to tend to what's left of her husband.

Caterpillar is brilliant but tough to look at. It's the *Feed the Beast* Movie of the Week, really. Caterpillar is in Japanese, with English subtitles.

CATERPILLAR
RATING: 2.5 (2.5 x 2.5 x 1.5)
1 HOUR, 25 MINUTES
STARRING: Shima Ontshi, Shinobu Terajima
DIRECTOR: Koji Wakamatsu

Key unlocks sorrow

LIZ BRUAN
QMI Agency

A journalist in Paris finds out the hard way that the past and the present are inextricably bound in *Sarah's Key*, a story about loss that begins in 1942.

The chapters set in the past centre on a little girl named Sarah (Melusine Mayance), whose family is separated during the 'Vel' d'Hiver roundup, part of the Nazi occupation. About 13,000 Parisian Jews were forced to stay in a stadium in the west of the city, one stop in a journey that would end, for most, in camps.

Sarah has cleverly hidden her little brother in a cupboard at home, where the French police won't find him. But then she and her parents are confined to the Winter Velodrome, and she has to find a way to get back home and let her brother out of that cupboard.

The action moves forward in time to Paris 2009. Kristin Scott Thomas stars as Julia, an American journalist working on a magazine story about the 'Vel' d'Hiver. She researches endlessly and interviews elderly Parisians about what they witnessed during the roundup. Julia's French husband, meanwhile, has just inherited a terrific flat in the Marais district of Paris from his parents, and plans are afoot to renovate. Julia, her husband and their adolescent daughter will live there, as the flat has been in the family for more than 60 years.

Just one thing though — why was the flat empty and available all those years ago, at the same time that Parisian Jews were being forced from their homes? Hmmmm...

For the light it sheds on the 'Vel' d'Hiver roundup — subject matter also covered in the film *La Rafle*, and until fairly recently a hidden bit of French history — *Sarah's Key* is disturbing but well worth seeing. Otherwise, it's meandering and a bit smug.

The film is in French and English, with English subtitles.

SARAH'S KEY
RATING: 3.5 (3.5 x 3.5 x 3.5)
1 HOUR, 51 MINUTES
STARRING: Kristin Scott Thomas, Melusine Mayance
DIRECTOR: Gilles Paquet-Brenner

CONAN THE BARBARIAN 3D
STARTS TODAY
CHECK LOCAL LISTINGS FOR LOCATIONS AND SHOWTIMES

realD 3D
LIONSGATE
DIRECT TO CLASSIFICATION
CONAN.THEBARBIAN3D.COM

MAPLE
PICTURES

QMi VENTES
Une compagnie de Quebecor Media

Les résultats

- QMi Ventes a reçu entre 30 et 50 soumissions pour le concours « Sunshine Girl Goes Barbarian » pendant la fenêtre d'une semaine du concours.
- L'application de jeu « Rock You » qui a été affichée du 4 au 10 août a servi plus de 5 000 impressions.
- L'engagement total a été de plus de 2 800 impressions, ce qui était au-dessus de l'objectif de 2 000.
- Le partenariat « Sunshine Girl » d'une journée a servi plus de 600 000 impressions.
- Les unités publicitaires ont servi plus de 1 million d'impressions et 3 753 clics ont été enregistrés pendant toute la campagne.
- Le concept créatif de QMi Ventes, conduit par la puissance de la « Sunshine Girl » et du *Sun* pour rallier les lecteurs masculins de 25 à 34 ans, rejoignait le public cible de Maple Pictures.
- La stratégie de Maple Pictures consistant à cibler un groupe démographique asymétrique masculin avec le lancement du film *Conan le barbare* cadrerait bien avec QMi Ventes.



Un partenariat couronné de succès avec QMi Ventes!

