

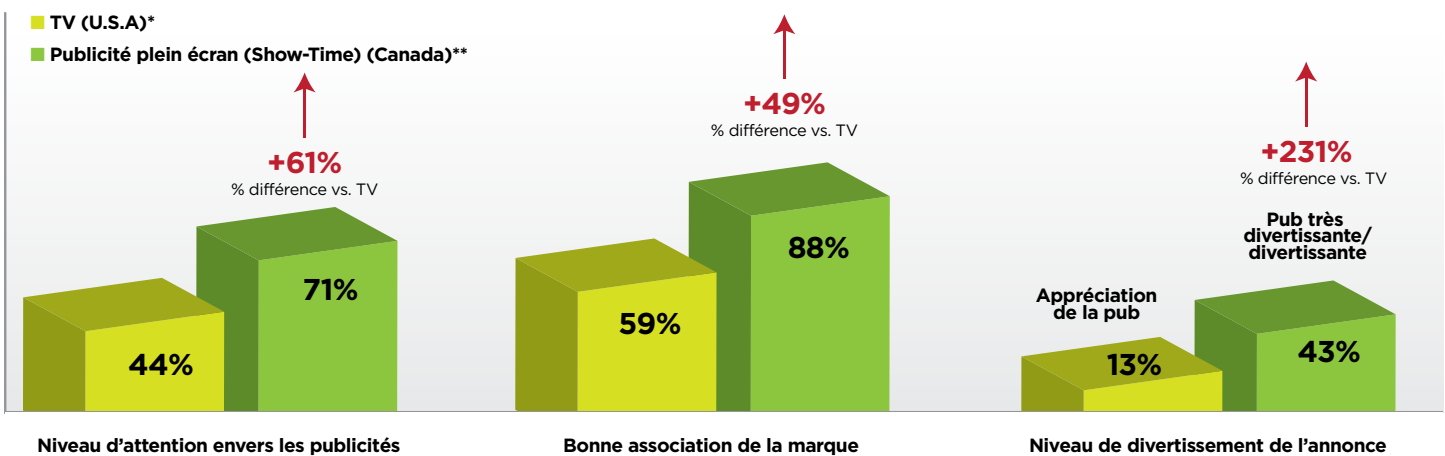
# PUBLICITÉ PLEIN ÉCRAN (SHOW-TIME)

## Aucun médium ne peut concurrencer le cinéma!

Avec la publicité plein écran (Show-Time), impossible de changer de poste, d'éviter les annonces et d'être interrompu par le téléphone ou par l'ordinateur. Toute l'attention des cinéphiles est portée sur l'écran. Les publicités plein écran (Show-Time) sont aussi dynamiques que le film qu'elles précèdent, présentées dans le même format 35mm ou numériques, avec un son de qualité surround. Résultat: le taux de rétention d'une publicité et d'une marque sont parmi les plus élevés, tout média confondu. Et pour répondre aux besoins spécifiques de votre marché, vous avez la possibilité d'annoncer seulement avant des films pour adultes ou familiaux.

## L'efficacité de la publicité au cinéma

Announcer au cinéma entraîne un excellent taux de rétention et une bonne association de la marque comparativement à la publicité présentée à la télévision



SOURCE: \*Nielsen Advertising Fact Sheet Sept. 2010, USA;  
\*\*Étude d'impact de la publicité au cinéma 2007-2012, Conseil en marketing stratégique;



(Pour confirmer les dates de tombée du matériel pour les publicités plein écran (Show-Time), contactez votre représentant Cineplex Média.)  
Tous les détails peuvent être téléchargés sur [Cineplexmedia.com](http://Cineplexmedia.com)



## Profitez de la force du 3D

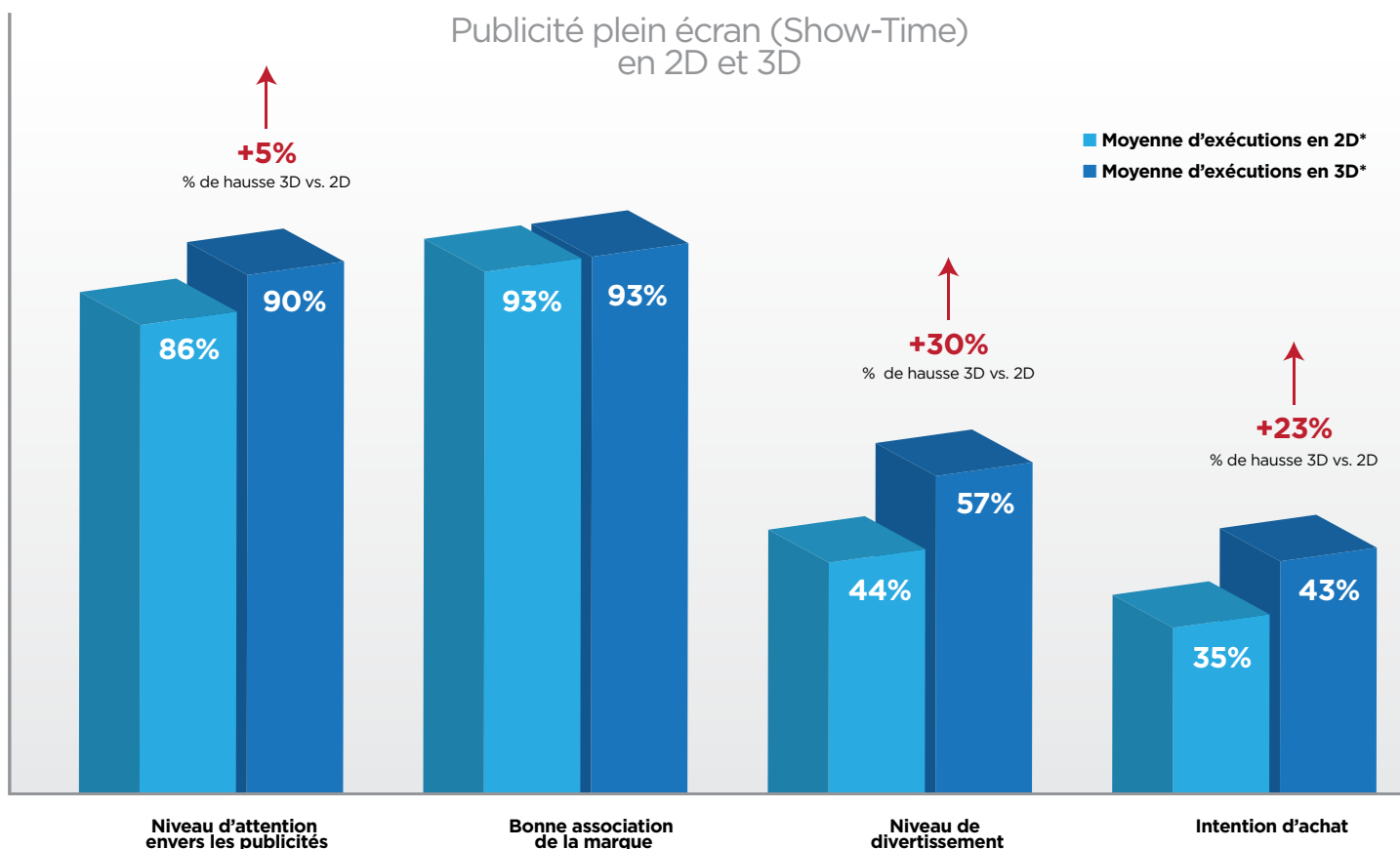
Les cinéphiles adorent la technologie 3D. Sept des 10 plus grands films de 2012 ont été présentés en 3D, dont *Les Avengers*, *L'Extraordinaire Spider-Man*, *Rebelle*, *L'Ère de glace: La dérive des continents* et *Hommes en noir III*. Convertis en 3D, nos classiques préférés tels *La Belle et la bête*, *Trouver Némoo* et *Titanic* ont attiré les nostalgiques et de nouveaux cinéphiles. La preuve que le 3D séduit les cinévores: ils arrivent tôt pour avoir les meilleures places.

Les annonceurs peuvent compter sur l'enthousiasme des cinéphiles en ajoutant une dimension à leur publicité 2D. Cineplex Média se charge de la conversion pour vous,

à des prix très raisonnables. Nous travaillons avec un leader dans l'industrie: Stereo D, une compagnie basée à L.A., responsable de la conversion de grands films, dont *Les Avengers*.

## L'efficacité de la publicité en 3D au cinéma

Les publicités en 3D attirent davantage l'attention, divertissent et influencent plus les achats des cinéphiles que la même campagne en 2D



SOURCE: \*Étude d'impact de la publicité au cinéma - Campagnes 2D + 3D 2009, 2012, Conseil en marketing stratégique

# PUBLICITÉ PLEIN ÉCRAN (SHOW-TIME)



## LES SORTIES 3D DE 2013\* INCLUENT:

### Janvier

- Hansel et Gretel: Chasseurs de sorcières

### Février

- Escape from Planet Earth

### Mars

- Oz le magnifique
- Les Croods
- G.I. Joe: Les représailles
- Jack le tueur de Géants

### Avril

- Le parc Jurassic (2<sup>e</sup> sortie)

### Mai

- Star Trek Into Darkness
- Epic
- Gatsby le magnifique

### Juin

- L'Homme d'acier
- Monsters University

### Juillet

- Le Jour de l'indépendance (2<sup>e</sup> sortie)
- Détestable moi 2
- Pacific Rim
- Turbo

### Août

- 300: Rise of an Empire
- Les Schtroumpfs 2

### Septembre

- La Petite sirène (2<sup>e</sup> sortie)
- Le Combat de l'année

### Octobre

- Seventh Son
- Sin City: A Dame to Kill For

### Novembre

- Mr. Peabody and Sherman
- Frozen
- One Direction

### Décembre

- The Hobbit: The Desolation of Smaug
- Walking with Dinosaurs
- 47 Ronin



(\*D'autres sorties 3D suivront. Parlez à votre représentant pour plus de détails.)