

PLAN DE VISIBILITÉ

Festival Lumière

2025





Table des matières

1. Présentation de l'événement.....	3
1.1. Description de l'événement.....	3
1.2. Promotion de l'événement.....	3
2. Offre de visibilité	4
2.1. Types de partenariat	4
2.1.1. Partenaire pilier	4
2.1.2. Partenaire majeur	4
2.1.3. Partenaire collaborateur	5
2.1.4. Partenaire média.....	5
2.2. Grille sommaire	6
3. Modalités.....	7
3.1. Proposition d'une commandite.....	7
3.2. Comité de sélection	7
3.3. Critères d'analyse.....	8
3.4. Entente de partenariat	8





1. Présentation de l'événement

1.1. Description de l'événement

La Ville de Saint-Jérôme, en collaboration avec le Théâtre Gilles-Vigneault, lance un tout nouveau festival dont la première édition aura lieu à l'été 2025. Avec cet événement phare distinctif, qui est appelé à prendre de l'ampleur d'année en année, la Ville souhaite affirmer sa position de leader régional culturel, rassembler la communauté jérômiennne et attirer des visiteurs d'autres régions.

Le fil conducteur de cet événement est la lumière et l'espoir dans le développement d'une nouvelle relation synergique entre les citoyens et la nature urbaine. L'objectif est de rallier les gens autour d'une vision commune de l'avenir dans leur région et leur environnement, en les accompagnant, par l'entremise des arts, dans la poursuite de leur mieux-être, de leur réflexion et des actions durables.

Programmation – 11 et 12 juillet 2025

- Spectacles de grande envergure présentés sur la grande scène de la place des Festivités ;
- Prestations intimes d'artistes de la relève à la Maison de la culture Claude-Henri-Grignon ;
- Performance multidisciplinaire à la place du Curé-Labelle ;
- Spectacles hauts en couleur présentés au Théâtre Gilles-Vigneault.

Le tout débutant au crépuscule et à la mise en lumière des différents lieux dans le quartier des Arts et du Savoir.

1.2. Promotion de l'événement

Afin de promouvoir l'événement et d'attirer des visiteurs en grand nombre, la Ville de Saint-Jérôme déploiera une vaste campagne comprenant notamment les moyens de communication suivants :

- Utilisation des principaux outils de communication de la Ville, dont les bulletins municipaux de mars et de juin, les réseaux sociaux, le site Web, les infolettres et la brochure imprimée du festival ;
- Affichage sur le territoire (panneaux routiers municipaux, panneau autoroutier, autobus, abribus, écrans numériques dans les bâtiments municipaux) et sur le site de l'événement ;
- Placements publicitaires imprimés, numériques et radiophoniques ;
- Relations de presse auprès des médias locaux, régionaux et nationaux.



2. Offre de visibilité

2.1. Types de partenariat

Dans le cadre du Festival Lumière 2025, la Ville offre la possibilité aux entreprises de devenir partenaires de l'événement et d'obtenir ainsi de la visibilité et certains avantages. La Ville recevra les propositions de partenaires potentiels pour quatre types de commandites.

2.1.1. Partenaire pilier

- Commandite de 10 000 \$ ou plus
- Possibilité de deux partenaires
- **Mention de la collaboration** dans les communiqués de presse et dans les publicités radiophoniques
- **Présence du logo** sur les outils de communication suivants : écrans numériques de la Ville, panneaux routiers municipaux, panneau autoroutier, panneaux d'autobus, affiches d'abribus, publicités imprimées dans les journaux locaux et régionaux (lorsque l'espace le permet), brochure du festival, page Web du festival, éléments d'affichage sur le site de l'événement (ex. : bannières, pancartes, etc.)
- **Avantages** : une paire de billets pour l'un des spectacles au Théâtre Gilles-Vigneault, deux places réservées pour l'un des spectacles à la salle Anthony-Lessard de la Maison de la culture Claude-Henri-Grignon, accès à la zone VIP lors des spectacles extérieurs à la place des Festivités
- **Kiosque** sur le site extérieur de l'événement

2.1.2. Partenaire majeur

- Commandite de 5 000 \$
- Possibilité de trois partenaires
- **Présence du logo** sur les outils de communication suivants : écrans numériques de la Ville, affiches d'abribus, publicités imprimées dans les journaux locaux et régionaux (lorsque l'espace le permet), brochure du festival, page Web du festival, éléments d'affichage sur le site de l'événement (ex. : bannières, pancartes, etc.)
- **Avantages** : deux places réservées pour l'un des spectacles à la salle Anthony-Lessard de la Maison de la culture Claude-Henri-Grignon, accès à la zone VIP lors des spectacles extérieurs à la place des Festivités
- **Kiosque** sur le site extérieur de l'événement



2.1.3. Partenaire collaborateur

- Commandite de 2 500 \$
- Possibilité de trois partenaires
- **Présence du logo** sur les outils de communication suivants : brochure du festival, page Web du festival, éléments d’affichage sur le site de l’événement (ex. : bannières, pancartes, etc.)
- **Avantages** : deux places réservées pour l’un des spectacles à la salle Anthony-Lessard de la Maison de la culture Claude-Henri-Grignon, accès à la zone VIP lors des spectacles extérieurs à la place des Festivités
- **Kiosque** sur le site extérieur de l’événement

2.1.4. Partenaire média

- Valeur à déterminer avec le partenaire
- Possibilité d’un partenaire par type de média
- Visibilité offerte à déterminer selon la valeur de la commandite



2.2. Grille sommaire

Visibilité et avantages	Partenaire pilier (2) 10 000 \$	Partenaire majeur (3) 5 000 \$	Partenaire collaborateur (3) 2 500 \$	Partenaire média (1 par type de média)
Logo sur la page Web du festival	•	•	•	À déterminer selon la valeur de la commandite
Logo dans la brochure du festival	•	•	•	
Logo sur des éléments d'affichage visibles sur le site de l'événement (ex.: bannières, pancartes, etc.)	•	•	•	
Kiosque sur le site extérieur de l'événement	•	•	•	
Accès à la zone VIP lors des spectacles extérieurs à la place des Festivités	•	•	•	
Deux places réservées pour l'un des spectacles à la salle Anthony- Lessard de la Maison de la culture Claude-Henri-Grignon	•	•	•	
Logo sur les publicités imprimées dans les journaux locaux et régionaux (lorsque l'espace le permet)	•	•		
Logo sur les écrans numériques de la Ville	•	•		
Logo sur les affiches d'abribus	•	•		
Logo sur les panneaux d'autobus	•			
Logo sur les panneaux routiers municipaux et sur le panneau autoroutier	•			
Mention du partenaire dans les communiqués de presse et dans les publicités radiophoniques	•			
Une paire de billets pour l'un des spectacles au Théâtre Gilles- Vigneault	•			

La Ville se réserve le droit d'ajuster la taille des logos afin d'assurer un équilibre graphique.

3. Modalités

3.1. Proposition d'une commandite

Les propositions de commandite doivent être soumises à la Ville au minimum 60 jours avant la tenue de l'événement. Elles doivent comprendre l'ensemble des renseignements permettant d'évaluer la proposition, dont :

- Une brève description de l'entreprise ou de l'organisme proposeur ;
- Son statut légal ;
- Ses coordonnées complètes ;
- Le nom et les coordonnées de la personne responsable de la proposition ;
- Le type de partenariat pour lequel la proposition est soumise (partenaire pilier, majeur, collaborateur ou média) ;
- Le montant de la commandite proposée. La commandite pourrait aussi être proposée sous forme de biens et services ou d'une combinaison des deux ;
- Toute autre information utile pour l'évaluation de la proposition.

3.2. Comité de sélection

Dans le cadre de tout appel de commandites, un comité de sélection est mis en place pour évaluer les propositions reçues. Ce comité est formé selon les règles suivantes :

- Commandite de moins de 5 000 \$:
 - L'employé municipal responsable du projet procède seul à l'évaluation des propositions et à la sélection des partenaires.
- Commandite entre 5 000 \$ et 15 000 \$:
 - Le comité est formé du responsable du projet ainsi que d'un cadre de la Ville.
- Commandite entre 15 001 \$ et 100 000 \$:
 - Le comité est formé de l'employé municipal responsable du projet, d'un cadre de la Ville ainsi que d'un représentant d'un service de la Ville autre que celui où travaille le responsable du projet.
- Commandite de plus de 100 000 \$:
 - Le comité est formé de l'employé municipal responsable du projet, d'un cadre de la Ville, d'un représentant d'un service de la Ville autre que celui pour lequel travaille le responsable du projet ainsi que d'un représentant de la Direction générale.



3.3. Critères d'analyse

Dans un souci d'équité et d'intégrité, la Ville vise à ne pas favoriser un partenaire au détriment d'un autre. Cependant, lors de la sélection d'un partenaire commanditaire, certains critères seront considérés, notamment :

- Le lieu où se trouve l'entreprise principale du commanditaire, sachant que les partenaires jérômiens seront priorisés ;
- La qualité des documents fournis en réponse à l'appel de commanditaires ;
- La pertinence entre l'événement et le secteur d'activité du partenaire ;
- La pertinence entre les valeurs de la Ville et celles du partenaire ;
- La représentativité du secteur d'activité du partenaire dans des événements antérieurs ;
- L'équité entre les partenaires selon leurs secteurs d'activité.

La Ville se réserve un pouvoir discrétionnaire quant au choix des partenaires et peut ainsi décider de conclure une entente de gré à gré si elle le juge opportun.

3.4. Entente de partenariat

Lors de la vente d'une commandite, la Ville soumettra au partenaire concerné une entente incluant entre autres le détail des conditions financières et un échéancier, que ce dernier s'engagera à respecter.

Toute proposition menant à une entente de partenariat comportant une commandite relative au Festival Lumière 2025 ne sera valide que pour cette même édition et ne garantira pas l'acceptation d'une commandite pour une édition ultérieure de l'événement, à moins qu'une entente particulière sur deux ans soit conclue. Il appartient donc aux partenaires intéressés de soumettre chaque année une nouvelle proposition de commandite.

Toutes les propositions reçues et évaluées par le comité de sélection n'obtiendront pas automatiquement un octroi de visibilité de la part de la Ville, et ce, même si elles respectent les critères d'analyse.





Décembre 2024