

PRESENTATIE VLAAMSE FILMACTIE

KOEN VAN BOCKSTAL
CEO VLAAMS AUDIOVISUEEL
FONDS

28 juni 2023



**vlaams
audiovisueel
fonds.**

CONCEPT

- **AANLEIDING:**

3 x hoofdselectie Cannes Film Festival
sterk najaar 2022 Vlaamse films
momentum (producenten, distributeurs, bioscopen)

- **DOEL:**

post-covid mensen triggeren om terug naar bioscoop te gaan
imago & awareness Vlaamse film = sterk merk

- **HOE:**

gratis 2^{de} ticket / mediacampagne / website / bioscooppromo

CAMPAGNE

- **PARTNERS** VAF / KFD & Lumière / Bioscopen / VRT& DPG Media
- **TOOLS**
 - radio- & tv-spots
 - digital displays
 - dedicated website vlaamsefilmactie.be
 - nieuwsbrieven
 - digitale banners websites
- **1 BOODSCHAP** *De beste cinema beleef je pas echt samen.
Geniet nu van een Vlaamse topfilm,
en ga met twee voor de prijs van één.*

CAMPAGNE

- **Ritueel** Release: **07/09/2022** Campagne: woe.7/9 - zo.11/9
Actie: ma.12/09 - do.15/09
- **Rebel** Release: **05/10/2022** Campagne: woe.12/10 - di 18/10
Actie: ma. 17/10 - do.20/10
- **Close** Release: **02/11/2022** Campagne: vrij.11/11- di.15/11
Actie: ma. 14/11 - do. 17/11
- **De acht bergen** Release: **14/12/2022** Campagne: do.15/12 - ma.19/12
Actie: ma. 19/12 - do. 22/12

CAMPAGNE



**2 TICKETS VOOR
DE PRIJS VAN 1**
14-17 NOVEMBER

vlaamsefilmactie.be

**TICKETACTIE
VAN 12 T.E.M. 15
SEPTEMBER**



RITUEEL
vlaamsefilmactie.be

vrè

VLAAMSE
FILM
GRENZELOZE
CINEMA

**GA MET 2
VOOR DE PRIJS VAN 1**
vlaamsefilmactie.be

**ACTIE
17 t.e.m. 20
oktober**



REBEL
ADIL & BILAL

VLAAMSE
FILM
GRENZELOZE
CINEMA

**VLAAMSE
FILM
GRENZELOZE
CINEMA**

vlaamsefilmactie.be

**ACTIE
GELDIG
14 - 17/11**

**GA MET 2 NAAR DE FILM
VOOR DE PRIJS VAN 1**
vlaamsefilmactie.be



EEN FILM VAN LUKAS DHONT

CLOSE

VLAAMSE
FILM
GRENZELOZE
CINEMA

FILM FEST GENT

FESTIVAL DE CANNES
GRAND PRIX
2022

DE ACHT BERGEN
EEN FILM VAN
FELIX VAN GROENINGEN & CHARLOTTE VANDERMEERSCH



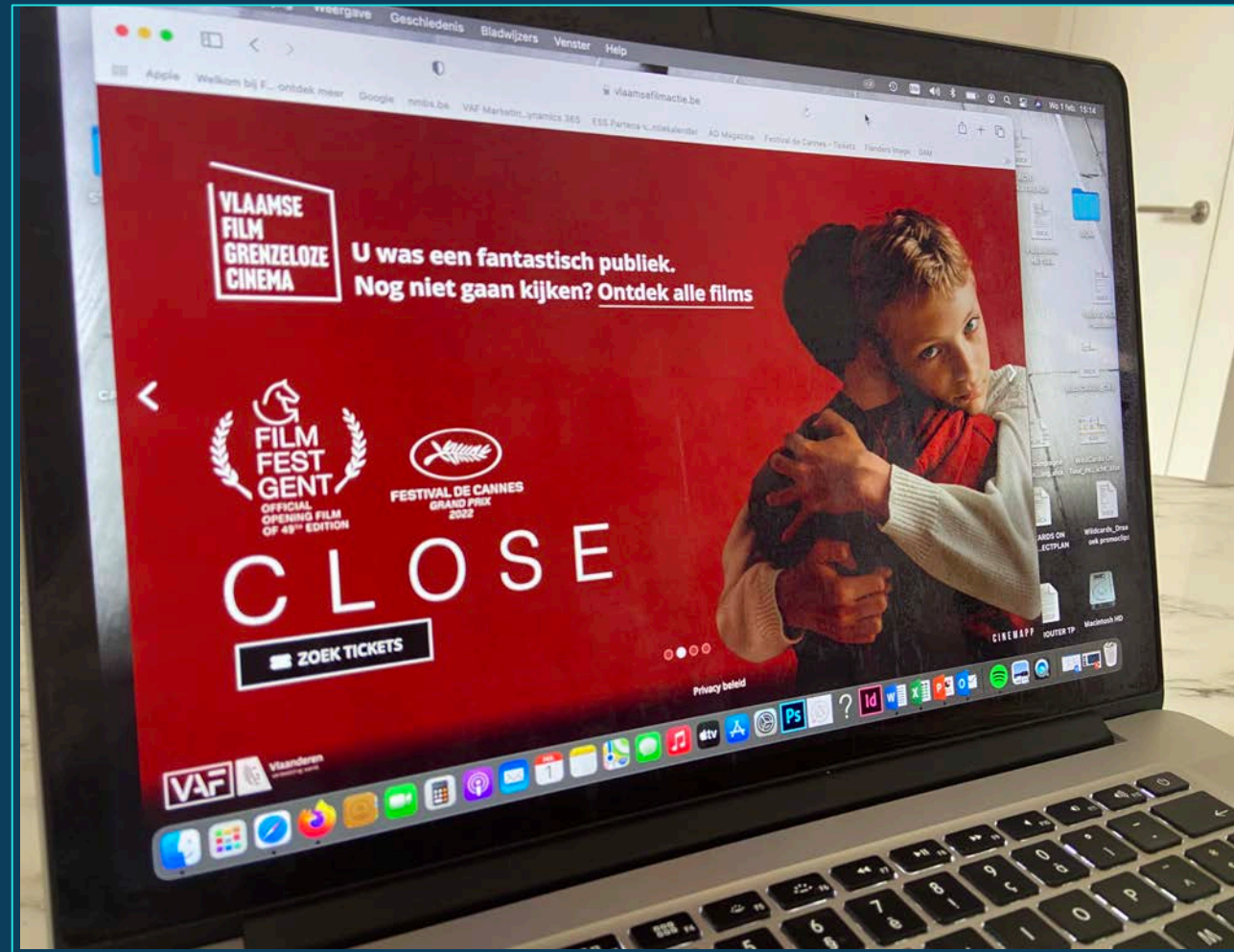
**TICKET
ACTIE
19 t.e.m. 22
december**

**GA MET 2
VOOR DE PRIJS VAN 1**
vlaamsefilmactie.be

vrè

FESTIVAL DE CANNES
PRIX DU JURY 2022

WEBSITE vlaamsefilmactie.be



WEBSITE Bioscopen

VLAAMSE FILM
GRENZELOZE CINEMA
KOOP 1 + KRIJG 1 TICKET
RESERVEER WWW.CINEMA-ALBERT.BE/1PLUS1

19/12 → 22/12
DE ACHT BERGEN

van maandag 19/12 tot en met donderdag 22/12: De Acht Bergen

ma.	di.	wo.	do.
19/12	20/12	21/12	22/12
20u00	20u00	20u00	20u00

Alle vertoningen tijdens deze 4 dagen zijn volledig uitverkocht!

De Acht Bergen is het verhaal van de vriendschap tussen Pietro en Bruno, een jongen uit de stad en één uit de platteland. Ze sluiten vriendschap als ze elf zijn, met een vergeten stukje Alpen als koninkrijk. De kinderen worden uitgeleend aan levens strekken zich uit. Ze verliezen elkaar en vinden elkaar terug. Terwijl Bruno trouw blijft aan zijn vriendschap, werft Pietro door de wereld. Een tocht in liefde en eenzaamheid, langs afkomst en bestemming, over vriendschap, leven en dood heen. Naar de roman « Le otto montagne » van Paolo Cognetti.

Felix van Groenningen, Charlotte Vandermeersch
Andrea Borghi, Luca Marinelli, Filippo Timi, Elisa Zanotto, ...
u 25

4K
<https://www.imdb.com/title/tt14641542>

Trailer

DE ACHT BERGEN
GENESZED OP DE BESTSELLER VAN PAOLO COGNETTI
FELIX VAN GROENINGEN EN CHARLOTTE VANDERMEERSCH
ANDREA BORCHI, LUCA MARINELLI, FILIPPO TIMI, ELISA ZANOTTO, ...
u 25

BUDGET

TOTAAL VAF: 263.120,52 euro

- Mediaruimte 4x 49.973 euro (=199,892 euro)
 - /VRT 149.919 euro (Ritueel, Rebel, De acht bergen)
 - /DPG media 49.973 euro (Close)
- Fee mediaregie 11.993,52 euro
- Communicatiebureau 42.350 euro
(ontwikkeling label, productie TV- en radiospots, digitals)
- Website 6.292 euro (ontwikkeling, zoekmodule bioscopen, managing)
- Social media 660 euro (Meta)
- Drukwerk affiches en flyers 1933 euro

DEEL II: CIJFERS EN CONCLUSIES

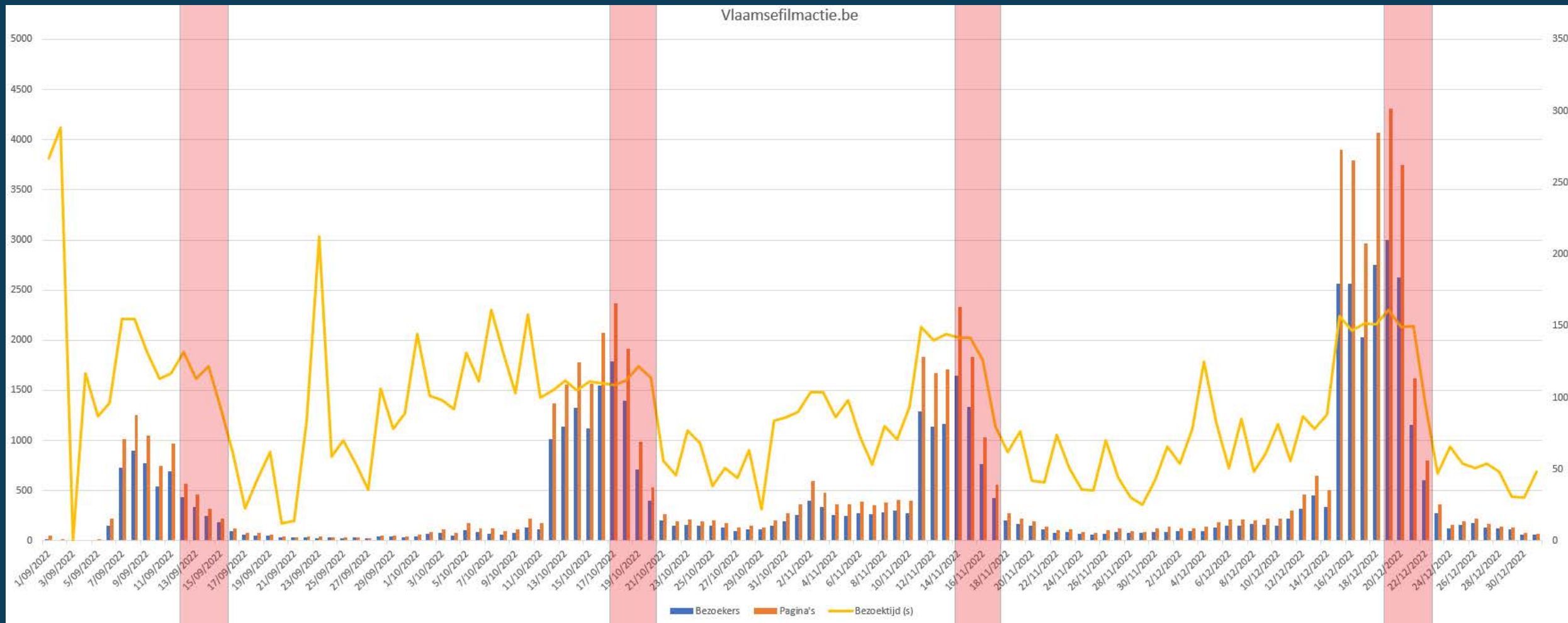
1. BEZOEKERS WEBSITE

2. SOCIAL MEDIA

3. TICKETVERKOOP

4. FEEDBACK

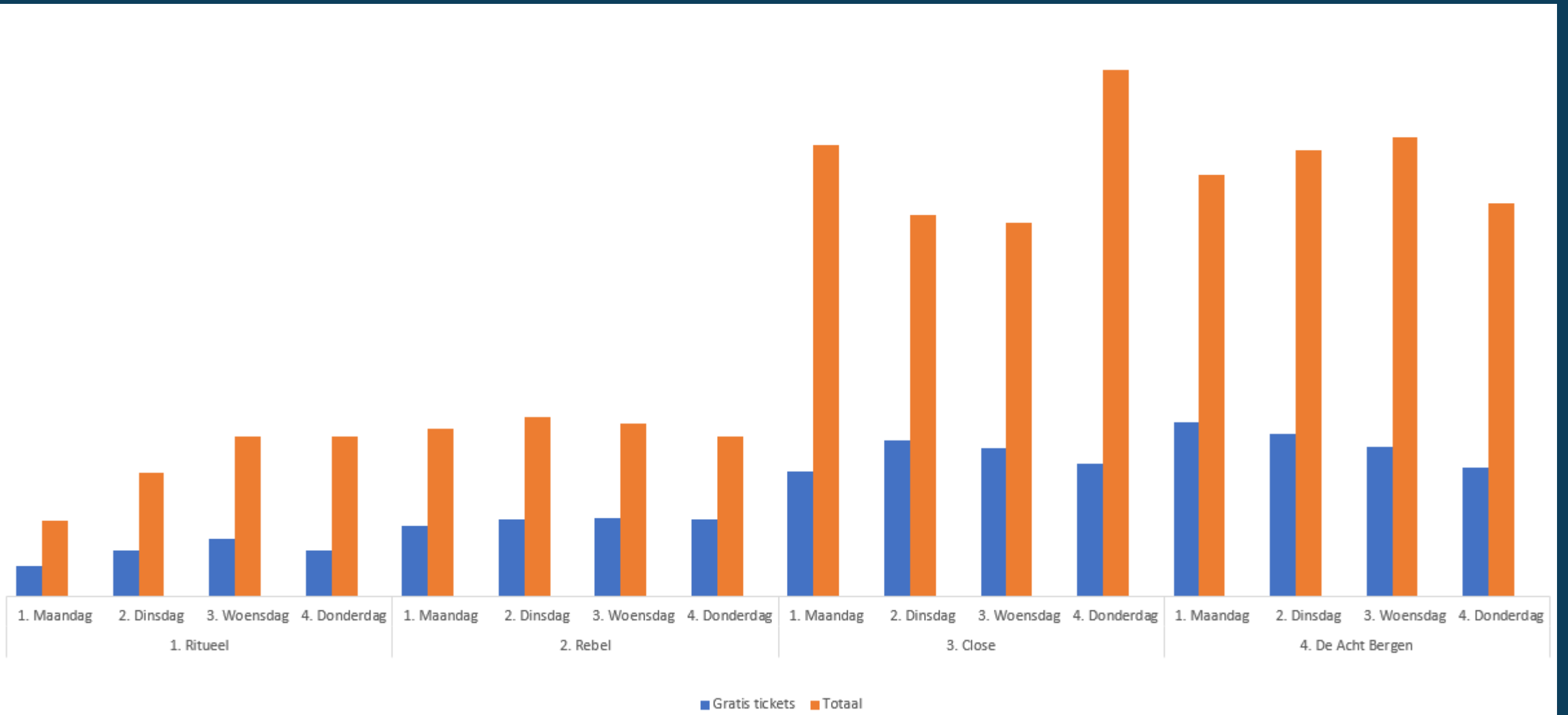
BEZOEKERS WEBSITE vlaamsefilmactie.be



BEZOEKERS WEBSITE via SOCIAL MEDIA

- Doel van social media campagne was niet om mensen te laten klikken, maar om te sensibiliseren, en zichtbaarheid te creëren.
- Dat zien we dus duidelijk in de cijfers via bereik: 480.000 mensen. Tevens zagen we een groot percentage rechtstreekse bezoekers naar de website.
- Bij gewone campagnes (“one-shot”) is direct en search meestal 35-40%. Bij herhalende campagnes zal je meer rechtstreekse trafiek zien door herkenbaarheid. Gezien dit op 86% ligt, is de campagne al minstens in zijn opzet geslaagd.

TICKETVERKOOP



TICKETVERKOOP - BIOSCOPEN

- De actie vond plaats in 29 gemeenten, in 42 bioscopen. Ter info: er zijn 47 bioscopen in Vlaanderen en Brussel.
- Niet elke bioscoop participeerde bij elke film.

Ritueel: 32

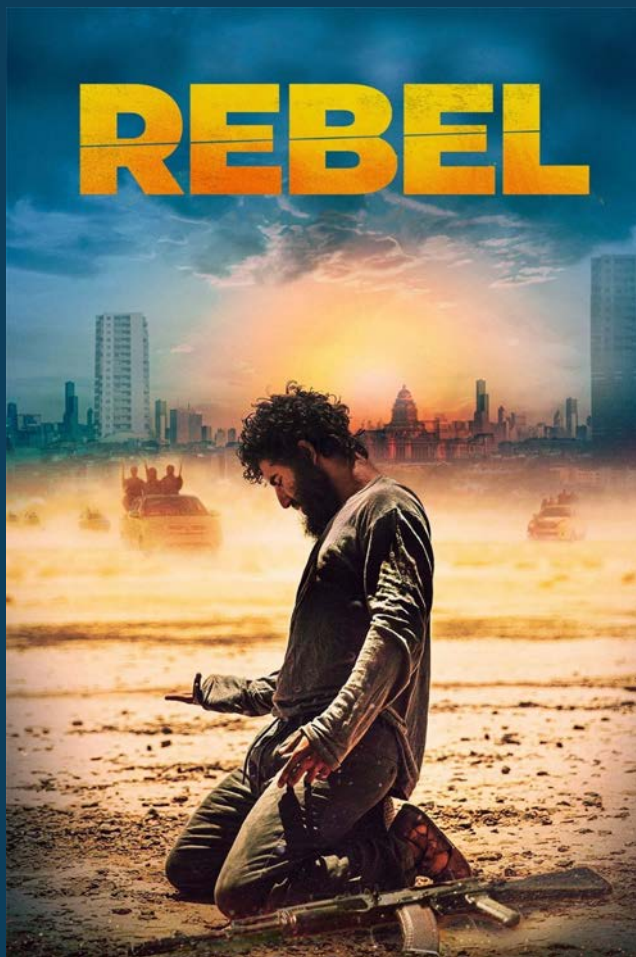
Rebel: 36

Close: 32

De Acht Bergen: 37

- In totaal hebben 22.893 bezoekers een gratis ticket gekregen.
- In Oost-Vlaanderen werden de hoogste aantal gratis tickets uitgedeeld (8.656).
- Tijdens de actieperiodes ging nationaal (inclusief niet-deelnemende bioscopen) 35,7% naar de film met een gratis ticket. (totaal 64.075 tickets)

TICKETVERKOOP REBEL



- Releasedatum: 05/10/2022
Actieperiode: maandag 17/10 - donderdag 20/10
- Regisseur: Adil El Arbi, Bilall Fallah
Scenarist: Adil El Arbi, Bilall Fallah, Kevin Meul
- 97.000 bezoekers in 2022 (5^{de} plaats Vlaams)
Totaal: 100.000 bezoekers

TICKETVERKOOP REBEL



TICKETVERKOOP REBEL

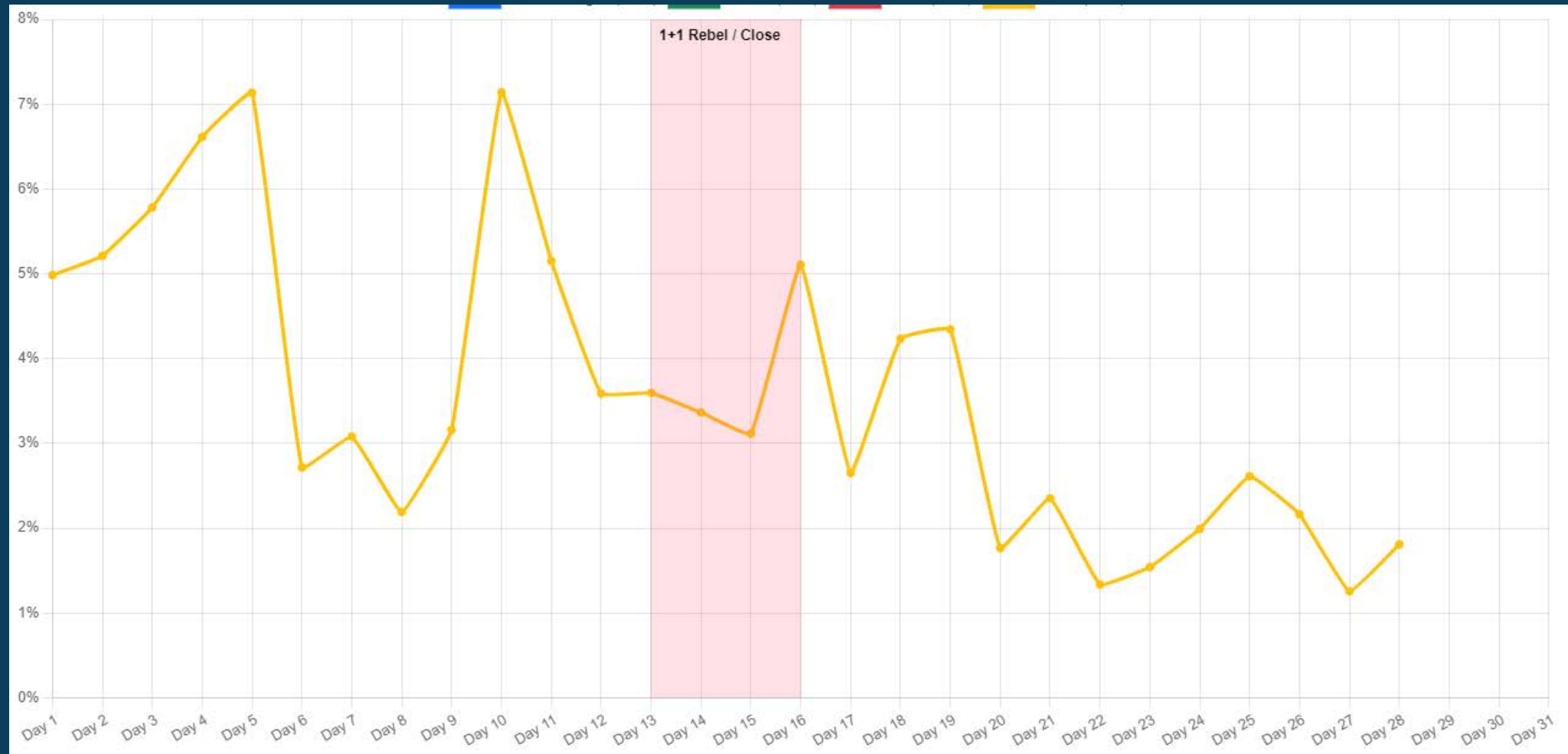
- Vertoont klassiek patroon zonder feestdagen en vakantieperiodes.
- Kent duidelijk een stijging tijdens de actieperiode. Het dal van de actieperiode zou normaal dieper moeten zijn dan het eerste dal.
- Verkocht 14-15% van de verkochte tickets tijdens de AP2.
Normaal: 8-9%
- Heeft vooropgesteld doel van 100k bereikt, maar eerder moeizaam.

TICKETVERKOOP CLOSE



- Releasedatum: 02/11/2022
Actieperiode: maandag 14/11 - donderdag 17/11
- Regisseur: Lukas Dhont
Scenarist: Lukas Dhont, Angelo Tijssens
- 207.000 bezoekers in 2022 (3^{de} plaats Vlaams)
Totaal: 256.000 bezoekers (t/m 06/02/2023)
- 40^{ste} plaats Vlaamse film ticketverkoop allertijden

TICKETVERKOOP CLOSE



TICKETVERKOOP CLOSE

- Vertoont zwaar afwijkend patroon door voorafgaande herfstvakantie en verlengd weekend.
- Verkocht 15% van de verkochte tickets tijdens de actieperiode. Zonder actie zou de film 6-9% gehaald hebben (vergelijking 2017-2019).
- Doel is cijfer van Girl evenaren. Doelstelling méér dan verwezenlijkt met momenteel 323.000 bezoekers in Vlaanderen

CONCLUSIES

1. De eerste weken die cruciaal zijn voor elke film kregen een boost doordat de eerste weekends verlengd werden met 4 dagen. Daardoor kregen de films ook meer mond-tot-mondreclame en hebben ze op lange termijn meer mensen bereikt. We hebben veel zichtbaarheid gecreëerd.
2. De ticketverkoop tijdens de actieperiodes lag dubbel tot driedubbel zo hoog als anders. Buiten de actieperiodes was geen verlaging waarneembaar.
3. Er is een versterkend effect geweest, geen verschuivend effect.

CONCLUSIES

4. Verschillende bioscopen rapporteerden dat er een extra publiek naar de voorstellingen kwam.
5. De keuze van de films bepaalt mee het succes van de campagne (vb: winnaars Cannes tegenover onbekende films)