

IS JOUW PRODUCT NIET VOOR IEDEREEN? DAN IS JE CAMPAGNE DAT OOK NIET. BEREIK JE DOELGROEP MET HET ART PACK.

VOTRE PRODUIT N'EST PAS DESTINÉ À TOUT LE MONDE ? ALORS VOTRE CAMPAGNE NON PLUS. TOUCHEZ VOTRE PUBLIC CIBLE AVEC LE ART PACK.

1 EEN SPECIFIEKE SELECTIE VOOR EEN SPECIFIEKE DOELGROEP UNE SÉLECTION SPÉCIFIQUE POUR UN PUBLIC SPÉCIFIQUE

Wil je een duidelijk afgebakende, hoogopgeleide en bovendien kapitaalkrachtige doelgroep bereiken met je campagne? Dan is ons Art Pack zeker iets voor jou.

Wekelijks selecteren we de meest kwalitatieve, non-mainstream films uit het aanbod. Jouw spot wordt dan samen met deze filmpareltjes vertoond. Zo garanderen we dat de liefhebbers van het betere filmwerk ook jouw spot te zien krijgen.

Voulez-vous toucher avec votre campagne un public particulièrement ciblé, très éduqué et, par-dessus tout, aisé ? Alors notre Art Pack s'adresse à vous.

Chaque semaine, nous sélectionnons dans l'offre générale les films de qualité non mainstream. Votre spot est alors projeté avant ces petits bijoux. Ainsi, nous pouvons vous garantir que les cinéphiles les plus exigeants ont l'occasion de voir votre spot.

2 TARIEVEN TARIFS

Het basistarief voor één passage van je bioscoopspot (max. 30 seconden) bedraagt slechts € 12.250. Je spot loopt dan één week lang aan Full Tempo in alle zalen waar onze selectie van kwalitatieve, non-mainstream films draaien.

Le tarif de base de votre spot cinématographique (max. 30 secondes) pour un passage vous coûtera seulement € 12.250. Il sera diffusé en Full Tempo pendant toute une semaine dans toutes les salles de notre sélection où tournent des films de qualité, non mainstream.

- !** Bezoek onze site voor een volledig en up-to-date overzicht van de bioscoopzalen waar je met Brightfish kan adverteren.
Visitez notre site pour découvrir la liste complète des salles de cinéma en régie chez Brightfish.

3 DOELGROEP CIBLE

Focus op sociale groepen 1-2

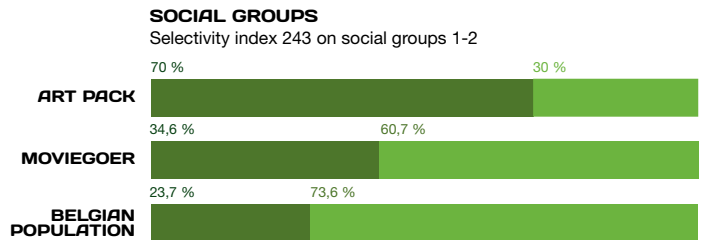
Een surrealistische score:

70% van alle ondervraagde bezoekers behoort tot de sociale groepen 1 & 2. En dat met een selectiviteitsindex van 243!

Focus sur les groupes sociaux 1-2

Un score surréaliste :

70% des spectateurs interrogés appartiennent aux groupes sociaux 1 & 2. Et cela avec un index de sélectivité de 243 !



SOCIAL GROUP 1-2
SOCIAL GROUP 3-8

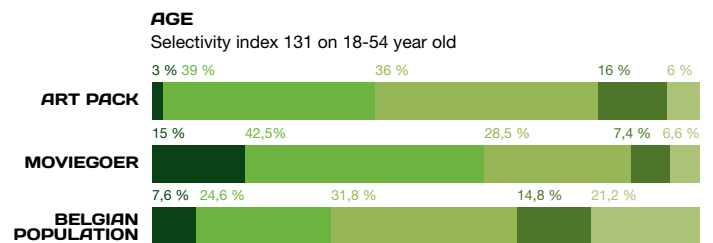
Source : CIM 2016-2017 /Art Pack Research Marketing Development 2008, 2015

Leeftijd: 18-54 jaar

Ook qua leeftijd heeft het Art Pack een uitgesproken profiel: bijna geen minderjarigen, 79% is tussen 18 en 54 jaar (index = 131). 16% is tussen 55 en 64 jaar.

Tranche d'âge : 18-54 ans

Le Art Pack présente aussi une particularité au niveau de la tranche d'âge qu'il offre à l'annonceur. Le profil est net : presque pas d'enfants ou adolescents mais un public qui a entre 18-54 ans (index = 131). 16% des cinéphiles ont entre 55-64 ans.



12-17 YEAR 18-34 YEAR 35-54 YEAR
55-64 YEAR 65 YEAR OR MORE

Source : CIM 2016-2017 /Art Pack Research Marketing Development 2008, 2015

Bezoekersfrequentie

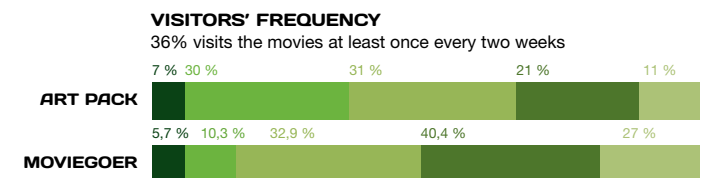
Ze hangen aan je lippen:

36% gaat minstens 1 keer om de 2 weken naar de bioscoop. Je kan dus een hoge repetitie van je contact opbouwen.

Fréquence des visites

Ils sont pendus à vos lèvres :

36% de ces cinéphiles vont au cinéma au moins une fois toutes les deux semaines. Vous pouvez donc tabler sur une répétition importante de votre contact.



ALWAYS (1/week or more)
VERY OFTEN (1/14 days)
OFTEN (1/3 weeks or 1/month)
NOW AND THEN (1/2 months or 1/3 months)
SELDOM (1/6 months or less)

Source : CIM 2016-2017 /Art Pack Research Marketing Development 2008, 2015