

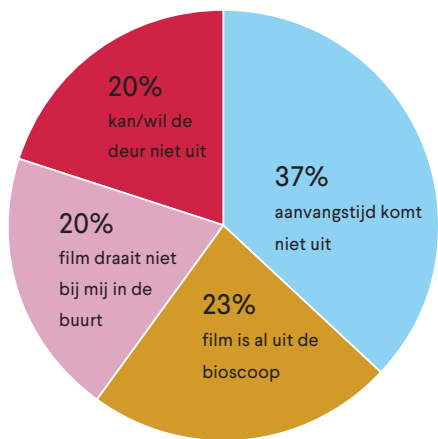
De online kijker

Onderzoek en data-analyse

Streaming is het afgelopen jaar steeds belangrijker geworden en gegroeid tot een onmisbaar onderdeel van een release. Naast een gebruiksvriendelijk platform waar je makkelijk de beste films vindt en bekijkt, is Picl ook een plek waar we onderzoeken en experimenteren; op het gebied van programma, maar zeker ook op het gebied van filmmarketing. Afgelopen jaar hebben we veel onderzoek gedaan naar de wensen en behoeftes van de online arthousekijker om daar beter op in te kunnen spelen.

Publieksonderzoek

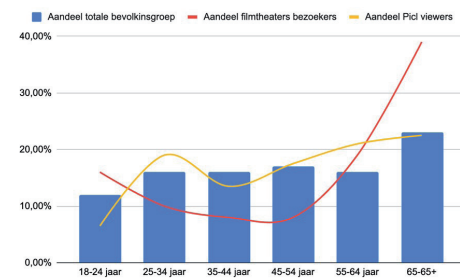
We hebben een uitgebreid publieksonderzoek gehouden, waarbij ruim 4.500 Piclkijkers een vragenlijst invulden en we vervolgens ruim 50 personen uitgebreid telefonisch spraken. De online kijker blijkt een echte arthouseliefhebber die Picl waardeert met een 8, maar ook aangeeft graag naar het filmtheater te gaan. Met de opgedane kennis hebben we een drietal publieksprofielen geformuleerd, die ieder hun eigen wensen en behoeftes hebben als het gaat om online films kijken. Dit heeft de basis gelegd voor een inzichtelijke marketingstrategie voor Picl, de filmtheaters en de distributeurs.



Waardering Picl-kijker: **8**

Nieuw publiek

Daarnaast zijn we uitgebreid in de data gedoken. Beginnend met een grondige data-analyse; een nulmeting, hebben we online marketingtesten opgezet om een nieuw publiek te enthousiasmeren voor arthousefilms. Dit zijn vooral liefhebbers die films nog onvoldoende kunnen vinden in het overweldigende aanbod van de grote streaming platforms. Door continue en op de juiste manier online aanwezig te zijn, bereiken we groepen mensen die (nog) geen filmtheaters bezoeken (zie grafiek). Deze kijkers zijn voor een individueel theater of per campagne lastig te activeren omdat het tijdrovend en kostbaar is. Door hierin collectief op te trekken binnen het platform Picl, liggen veel kansen en mogelijkheden. Want zoals uit ons publieksonderzoek al is gebleken: als mensen meer online kijken, zijn ze ook eerder geneigd om naar het filmtheater (te blijven) gaan.



Wij vinden het belangrijk om nieuwe inzichten die we opdoen uit onze gebruikersdata nog veel gericht en structureler in zetten voor marketing en programmering. Ons doel is om de sector te kunnen adviseren over de mogelijkheden op het gebied van hybride releases. Zo wordt 'online' een volwaardig maar ook lucratief onderdeel van releases voor alle partijen binnen de sector.

Picl Academy

Op 14 december organiseerden we net als voorgaande jaren een Picl Academy. Dé online bijeenkomst voor alle Piclpartners met als doel: inspireren en kennis uit te wisselen. Deze editie stond in het teken van online marketing, waarbij we 57 geïnteresseerden meenamen in ons onderzoek, onze werkwijze en de inzichten die we afgelopen jaar verworven hebben.

Organisatie

Bestuur

Het bestuur van de Stichting Nederlandse Filmpromotie bestaat momenteel uit: Bastiaan Driessen (voorzitter) Director Client Services bij Disney Streaming Services, Mark Drenth (penningmeester) Hoofd Film & Theater bij Concordia Film, Youssef Eddini (secretaris) Managing partner bij Van Luyken & De Trainingsstudio en Anne Vierhout (lid) Algemeen Directeur bij distributeur Cinema Delicatessen.

Stichting Nederlandse Filmpromotie onderschrijft de Governance Code Cultuur, Code Diversiteit & Inclusie en de Fair Practice Code en ziet er actief op toe dat de organisatie de principes van de code toepast (zie stichtingfilmpromotie.nl).

Medewerkers

Anke van Diejen – Directie
Noortje van de Sande – Directie
Genice Braamse – Operationeel Manager en Zakelijk Coördinator
Fe Wielemakers – Online Marketeer
Anniek Plomp – Junior Accountmanager
Viktor Vandevelde – Coördinator Picl.be

Financieel

Picl werd ook in 2021 gefinancierd door een percentage van de inkomsten per verkochte view, abonnementen van de deelnemende filmtheaters en een bijdrage van film distributeurs per titel. Een financiële bijdrage van Creative Europe maakte het mogelijk om met Picl internationale activiteiten te ontplooiën, waaronder de lancering van Picl.be. Het Filmfonds was medefinancier van een publieksonderzoek en – campagne gericht op jongere online arthousekijkers.

Vooruitblik

Sinds de start kende Picl een jaarlijkse verdubbeling van de views en omzet, die vanaf 2020 exponentieel zijn gegroeid. De uitbreiding van het platform heeft de afgelopen twee jaar plaats kunnen vinden door de nauwe samenwerking van de hele keten: filmtheaters, distributeurs en makers. Nu de acute crisis lijkt te zijn gaan liggen, staan we voor nieuwe uitdagingen: een evenwicht tussen on- en offline aanbod en het onderzoeken van nieuwe samenwerkingen. Daarnaast blijven we verbreden en meer divers maken van het (online) publieksbereik. We zien veel kansen en die willen we verder gaan onderzoeken; een aanpak gebaseerd op data-analyse, opgezet vanuit een iteratieve manier van werken en met als doel het verkrijgen van bruikbare nieuwe inzichten en tools voor de hele keten.

Wij kijken hoopvol naar de toekomst en zijn er klaar voor.

Co-funded by the European Union

NL FILM FONDS

picl

Meer weten?

stichtingfilmpromotie.nl

Zin in film?

picl.nl

Stichting Nederlandse Filmpromotie
Activiteitenverslag 2021



De cijfers op een rij

	2017	2018	2019	2020	2021
Aantal views	7.959	13.632	28.824	148.521	118.956
Aantal films	106	135	217	300	314
Aantal filmtheaters	18	20	21	39	40

Voor bioscopen was 2021 een historisch slecht jaar. Het aantal bezoeken is afgelopen jaar met 14,6 procent gedaald in vergelijking met 2020 en met maar liefst 62,4 procent in vergelijking met topjaar 2019 (NVBF). Een van de redenen daarvoor is het gebrek aan releases van nieuwe films en dit had ook zijn weerslag op de cijfers van Picl. De enorme groei aan views uit 2020 hebben we dit jaar niet kunnen evenaren. Met een creatieve programmering door middel van speciale programma's en samenwerking met externe partijen hebben we het filmaanbod op Picl toch interessant en divers weten te houden. Zo steeg ook de gemiddelde hoeveelheid films die een accounthouder via Picl keek.

Nog nooit eerder was een filmbezoek zo ingewikkeld als in 2021 en nog nooit eerder was het belang van het platform Picl voor de arthousefilm zo duidelijk. In 2021 zijn de filmtheaters in totaal 24 weken volledig gesloten en een aantal weken beperkt open geweest als gevolg van de coronamaatregelen. Filmtheaterbezoek was een half jaar lang niet mogelijk en dat vereiste een enorme flexibiliteit van de hele sector; veel filmreleases werden uitgesteld of aangepast. Voor Picl had dit tweeledige gevolgen: waar aan de ene kant streaming inmiddels een onmisbaar onderdeel is geworden van een filmrelease en van de programmering van een filmtheater, zijn aan de andere kant ook veel minder titels uitgekomen vergeleken met de jaren ervoor. Dat gaf ons de ruimte om het afgelopen jaar te gebruiken om de stichting verder te professionaliseren op organisatorisch vlak. Interne, administratieve en technische structuren van het platform zijn klaargemaakt voor verdere groei. Een groei die onlosmakelijk blijft verbonden met onze missie en in 2021 al is ingezet: arthousefilms breder beschikbaar maken en filmtheaters en -distributeurs ondersteunen in het klaarstomen voor de digitale toekomst. Want streamen is een onmisbaar onderdeel van een filmrelease geworden.

In 2021 lag onze focus daarnaast op het onderzoeken van behoeftes van online kijkers en het gericht inzetten van online marketing om potentieel nieuw publiek te enthousiasmeren voor arthousefilms. Daarmee willen we optimaliseren voor die eerder genoemde digitale toekomst en de sector ondersteunen en inzicht verschaffen in het huidige online publiek.

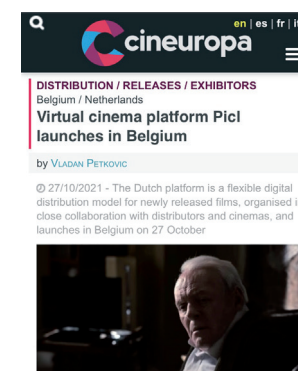
Anke van Diejen en Noortje van de Sande (directie), namens het bestuur van Stichting Nederlandse Film promotie

Best bekeken films 2021		Best bekeken NL films 2021	
The Burnt Orange Heresy	Cinéart	Yab Yum	Cinema Delicatessen
Police	Cherry Pickers	The Mole Agent	Cinema Delicatessen
Made in Italy	Paradiso Film	De Vogelwachter	Septemberfilm
The Human Voice	Cinéart	Kom hier dat ik u kus	Septemberfilm
The Assistant	Filmfreak	Descending the Mountain	Mokum Filmdistributie
The Nest	The Searchers	100UP	Amstel Film
Oliver Sacks: His Own Life	Periscoop	Pari	Topkapi Films
Druk	Septemberfilm	Quo Vadis, Aida?	Cinéart
Rifkin's Festival	Paradiso Film	Love in a Bottle	Septemberfilm
La dea fortuna	Arti Film	Camino	Periscoop

Internationaal succes

Bijna vijf jaar na de start van Picl, blikten we in november tijdens IDFA met Screen terug op de begindagen. Waarin wij als Nederland, met onze innovatieve en vooruitstrevende theaters en distributeurs voorop liepen in het samenbrengen van cinema en streaming. Als een van de eerste landen ter wereld hebben we een duurzaam verdienmodel geïnstalleerd voor online filmaanbod door filmtheaters.

De internationale belangstelling voor Picl blijft gelukkig niet alleen bij terugblikken. Op 27 oktober 2021 is Picl ook in België gelanceerd. In samenwerking met vijf cinema's en de onafhankelijke Belgische distributeurs, wordt nu ook in Vlaanderen Virtual Cinema aangeboden. Een greep uit de films die we konden aanbieden is: *The Father*, *Drunk*, *Promising Young Woman*, *Un Monde* en *Spencer* en deze werden aangeboden door Cinema Zed in Leuven, Buda in Kortrijk, Sphinx in Gent, The Roxy Theatre in Koersel en Netwerk Aalst in Aalst.



Samenwerking en programma

Pepr: krachtige films van zwarte makers
Gestart in eind 2020, bood Picl ook dit jaar een thuis aan Pepr. Hier zijn films van zwarte makers te zien die nog niet of nauwelijks in de Nederlandse filmtheaters of online aangeboden worden. Daarmee bieden we een podium aan meer cultureel verschillende verhalen en supportereren we de makers van deze verhalen. Pepr wordt ondersteund door het Filmfonds, het Nederlands Film Festival, Black Achievement Month, vrouwenplatform Black Ladies Talk en de Picl-theaters. Dit jaar presenteerden Pepr onder andere korte films van talentvolle makers en een drieluik van de Surinaams-Nederlandse filmmaker Cindy Kerseborn tijdens Srefidensi Dey, de dag waarop wordt stilgestaan bij de onafhankelijkheid van Suriname.

Voorpremières
Een beproeft concept uit het filmtheater: iedere week op dinsdag een verrassingsfilm die pas later in release gaat. Tijdens de lockdown werden de sneak previews in de filmtheaters door zowel makers als het publiek gemist. Na een aantal interessante experimenten met exclusieve online voorpremières, hebben we eind december – in samenwerking met de filmtheaters – ook sneak previews aangeboden. De publieksreacties van de online kijkers geven de distributeur een interessant eerste inzicht in hoe de film ontvangen wordt.

Speciale programma's	
Ultrakort	zes ultrakorte animatiefilms als voorfilm
EYE & Go Short	dag van de korte film
Cinekid	familiefilmprogramma
Keep an EYE Filmfestival	in samenwerking met de Filmacademie
Kijk Ons	voorpremière van Love in a Bottle
Van Eigen bodem	een programma van Nederlandse films tijdens het Nederlands Filmfestival
10 jaar Arabische Lente	in samenwerking met De Balie
internationale vrouwendag	
Picl Preview Weekend	exclusieve online voorpremières als vooruitblik op de heropening van de filmtheaters
Roze zomer	programma naar aanleiding van de Amsterdamse Pride ?
Honigmann classics	retrospectief van de films van Heddy Honigman
Won Kar Wai	retrospectief van de films van Won Kar Wai
Tilda Swinton	retrospectief van films met actrice Tilda Swinton

Lokaal talent	
Dokter Kees	Release van lokale maker in samenwerking met NatLab / Broet
13 dagen	Release van lokale maker en Gouden Kalf nominatie in samenwerking met Cinema Middelburg
Nimma aan Zee	in samenwerking met LUX/ Kunst voor Klimaat Festival

Schoolvoorstellingen	
Les Miserables	LantarenVenster en Filmhuis Den Haag
I Am Greta	Slieker Film
Calamity	Forum Groningen
Rocks	LantarenVenster

Exclusieve online voorpremières	
Undine	(Valentijn voorpremière)
Dear Comrades	
Sweat	
My Salinger Year	



FEATURES

Meet the Dutch duo who created Picl, one of the first digital platforms for arthouse theatres

BY GEOFFREY MACNAB | 25 NOVEMBER 2021

