

Le plan de communication



© Gilles Moins



Comeback © Autour de Minuit

Anima investit dans toutes les formes de communication possible, des médias traditionnels (presse papier, affichage, spots radio et télévisé) aux nouveaux médias (espaces web et réseaux sociaux). Notre budget s'élève à plus de 175.000€ pour assurer une visibilité efficace de notre événement envers le grand public.

SITE WEB

Entre le 26 janvier et le 21 février 2021, le site web www.animafestival.be (disponible en français, en néerlandais et en anglais) comptabilisait 110.844 sessions pour 869.074 pages vues.



© Gilles Moins

RÉSEAUX SOCIAUX

- Facebook** : 18.223 abonnés publics et 17.039 J'aime à ce jour.
- Instagram** : 3.474 abonnés à ce jour.
- Twitter** : 2.754 abonnés à ce jour.
- YouTube** : 325 abonnés à ce jour. Anima a pour projet de développer sa présence sur YouTube et d'y présenter des contenus toute l'année.
- LinkedIn** : 273 abonnés à ce jour. Ce réseau social touche principalement les professionnels de l'animation.

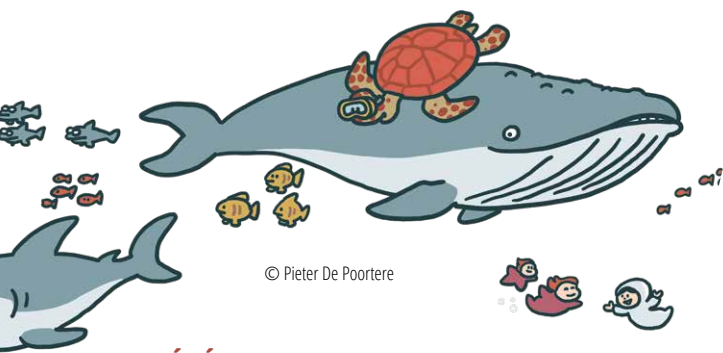
NEWSLETTERS

4.726 abonnés pour l'envoi d'une quinzaine de newsletters au grand public tout au long de l'année.

PRESSE

- ▶ **800 journalistes** abonnés à nos communiqués de presse pour une dizaine d'envois tout au long de l'année.
- ▶ **Achat d'espace presse papier** dans Le Soir, De Standaard, Le Vif, le Knack, Le Vif Focus, Knack Focus, Bruzz, Vertigo, Subbacultcha.
- ▶ **Achat d'espace presse web** dans Le Soir, De Standaard, le Portail Culture de la RTBF, Cinenews, Skwigly, Zippy Frames, Le Vif Focus, Focus Knack, Tipik, La Première, Vertigo, Subbacultcha.
- ▶ **Organisation d'une conférence de presse** un mois avant le lancement du festival et rédaction d'un dossier de presse de 25 pages.





© Pieter De Poortere

TÉLÉVISION

- **Spot de 20 secondes** diffusé environ 8 fois par jour en floating time sur La Trois, La Deux, La Une (RTBF), BeTV et Bruzz pendant 2 semaines.



© Gilles Moins

RADIO

- **Spot en français** diffusé 30 fois par jour pendant 3 semaines sur les chaînes nationales La Première, La Première BXL/BW, Vivacité BXL/BW, Tipik et Vivacité BXL.
- **Spot en néerlandais** diffusé 3 fois par jour pendant deux semaines sur la radio bruxelloise BRUZZ Radio.

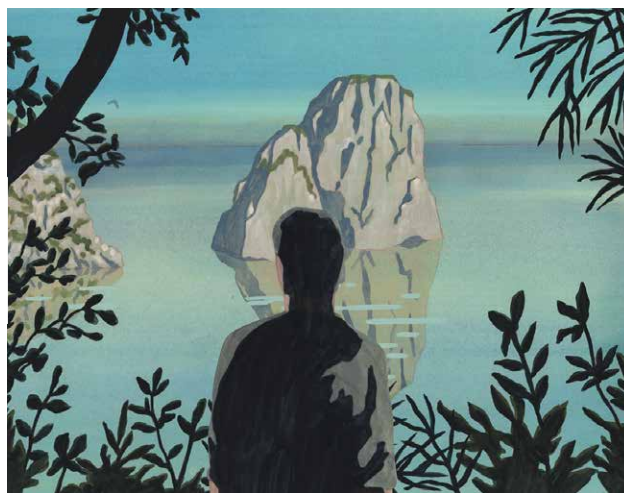
ÉCRAN GÉANT LED

Location de l'écran géant LED Urban Media situé à l'entrée du tunnel Delta (Auderghem, sortie autoroute E411) pour une durée de 4 semaines sur lequel est diffusé une version de version de ± 8 secondes de notre générique.



Sous la peau, l'écorce © Franck Dion

Plus de 850.000 personnes touchées sur le territoire belge



Noir-Soleil © Square Eyes

AFFICHES

Location d'espaces de panneaux d'affichage Arte-Pub (550 emplacements pendant minimum deux semaines dans toute la Région de Bruxelles-Capitale), Agrafa en Flandre (350 emplacements pendant deux semaines à Gand, Anvers, Hasselt, Mechelen et Leuven) ainsi qu'une autorisation d'affichage sur les panneaux JCDecaux & ClearChannel de certaines communes pendant 4 semaines.

Formats :

- 120x180cm : 50 ex.
- 120x160cm : 100 ex.
- 80x120cm : 650 ex.
- 40x60cm : 400 ex.
- 30x40cm : 100 ex.



Pingu
© Cinéma Public Films

IMPRESSIONS

- **Impression de 10.000 programmes** de 64 pages en format A4 déposé dans de nombreux endroits dans tout Bruxelles (bibliothèques, cinémas, centres culturels, théâtres, bars, magasins Club, Fnac, etc.) et à disposition des festivaliers dès le 1^{er} février jusqu'à la fin du festival. Celui-ci est également disponible en téléchargement sur notre site web en format PDF et envoyé par voie postale à plus de 2.500 adresses.
- **Impression de 10.000 cartes postales et 10.000 autocollants**
- **Impression de 200 dossiers de presse** de 25 pages en format A4 distribué lors de la conférence, mais également envoyé à nos 800 journalistes abonnés par voie postale et numérique.



© Pieter De Poortere