

THE INCREDIBLES & DE DUIVELS

JUNI 2018

INCREDIBLES 2

Op 27 juni doen de 'The Incredibles 2' hun intrede in de filmzalen, en dat in volle WK-periode. In een zwart-geel-rode outfit zullen ze de Rode Duivels steunen tijdens de meest prestigieuze internationale voetbalcompetitie.

ONZE KLANT EN ZIJN ACTIVITEIT

Pixar Animation Studios is een Amerikaans bedrijf dat deel uitmaakt van de Disney-groep en computergegenereerde 3D-animatiefilms



PRODUCTLANCERING

DE DOELGROEP : PRP 18-54 (& familie met kinderen)

DE UITDAGING

- De bioscooprelease promoten (27 juni 2018) van 'The Incredibles 2', een vervolg op de eerste 'Incredibles' -langspeelanimatiefilm die 14 jaar geleden verscheen.
- Sterke communicatie en zichtbaarheid creëren tijdens een periode waarin de meeste Belgen vooral aandacht hebben voor het WK in Rusland.

DE DOELSTELLINGEN

- Een link creëren tussen de film en de Rode Duivels door in te spelen op de gelijkenis tussen de zwart-geel-rode outfit van de animatiefilmhelden en de kleuren van ons nationale elftal.
- Vooral de gezinnen bereiken, in een voetbalcontext

DE STRATEGIE

- Een media- en een fieldcampagne combineren om het bereik en de impact van de actie te maximaliseren.
- Televisie: creatieve 'Incredibles'-billboards integreren in de 150 trailers die de uitzending van de matches op groot scherm aankondigen + klasieke spots rond de Rode Duivels-wedstrijden tussen 23/06 en 28/06.
- Field: op gezinnen gerichte activatie. Keuze: 'België/Tunesië'-match (zaterdagmiddag), groot scherm Dumonplein in Stokkel (gezellige locatie), stand 'Incredibles' bij de ingang, uitdeling T-shirts & fotoanimatie (foto laten maken met T-shirt in filmdecor), ...

MEDIA & EVENT ACTIVATION



500

Op het Dumonplein zijn tijdens de uitzending van de match 'België/Tunesië' op groot scherm, 500 zwart-geel-rode T-shirts met The Incredibles te zien.

DE RESULTATEN

Campagne TV Zuid (doelgroep VVA 18-54)

- 54% dekking
- 229 GRP

Field-actie

- 9.000 supporters op het Dumonplein in Stokkel
- 500 'Incredibles' T-shirts verdeeld
- 250 deelnemers aan de photobooth
- Extra, bovenop de cijfers: positieve en gemoedelijke sfeer, enthousiasme en interesse verzekerd

CONCLUSION

De 'The Incredibles 2'-case is een perfect voorbeeld van sponsoring en associatie met een groot evenement. Zowel op de RTBF-zenders als ter plaatse haalde de actie voordeel uit het enthousiasme van de bevolking voor het WK, en uit de steun van de Belgen aan het nationale elftal. Resultaat: intense proximiteit en optimale impact!

INFO?

Bel uw gebruikelijke contactpersoon of Dimitri Lemmens, Head of Content & Creativity: d.lemmens@rmb.be. Tel : 02 / 730 45 28