

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 321
van **MANUELA VAN WERDE**
datum: 25 september 2015

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Vlaams Audiovisueel Fonds - Internationaal beleid

Als de Vlaamse film het goed doet, dan is dat in eerste instantie te danken aan onze scenaristen, regisseurs, acteurs en alle andere mensen die op de sets werken. Ook de rol van het Vlaams Audiovisueel Filmfonds (VAF) verdient alle lof. Het VAF is tegelijk een brug tussen het Vlaamse filmbeleid en de sector, en realiseert dankzij zijn werking voor die sector een hefboomeffect.

De Vlaamse Regering verwacht van het VAF dat het voor onze filmproductie een internationaal beleid ontwikkelt, zoals vastgelegd in de beheersovereenkomst. Flanders Image promoot onze films in het buitenland, en het VAF deelt ook distributieprijzen uit voor internationale deals. In zijn strategische visienota kunsten onderkende de minister die opdracht, en noemde hij kunst en cultuur een verrijkende vorm van internationale uitwisseling en een belangrijk exportproduct voor Vlaanderen. In zijn beleidsnota engageerde hij zich om de sterke positie van de Vlaamse film in binnen- en buitenland nog verder uit te bouwen.

1. In de beleidsnota Cultuur geeft de minister aan dat er nog meer ingezet moet worden op de doorbraak van Vlaamse producties en hun makers op de internationale markt.
Welke initiatieven heeft de minister in 2015 ontwikkeld om de Vlaamse film in het buitenland en buiten ons taalgebied sterker te profileren? Staan er nog bijkomende initiatieven en maatregelen op til? Zo ja, enige toelichting graag.
2. Hoeveel prijzen voor promotie, distributie en reiskosten met het oog op internationale promotie, bestemd voor filmmakers en producten, werden door het VAF sinds september 2014 uitgekeerd?
3. De minister gaf in zijn beleidsnota Cultuur aan dat hij het belangrijk vindt om initiatieven op het vlak van spreiding en promotie over de landsgrenzen heen te ondersteunen.

Bedoelt hij hiermee dat de komende jaren meer middelen vrijgemaakt moeten worden, specifiek met dit doel? Of hoe ziet hij dit concreet?

ANTWOORD

op vraag nr. 321 van 25 september 2015

van **MANUELA VAN WERDE**

Het is inderdaad correct om te stellen dat het succes van de Vlaamse film in eerste instantie te danken is aan onze regisseurs, scenaristen, acteurs en alle andere mensen die in de audiovisuele creatiesector werken.

Het Vlaams Audiovisueel Fonds met Flanders Image kan dat talent nog verder stimuleren en zowel het talent als de creaties die ze maken extra onder de aandacht brengen in het buitenland.

Zoals in mijn beleidsnota aangegeven wordt er deze beleidsperiode, nog intensiever ingezet op de doorbraak van zowel Vlaamse audiovisuele creaties als van Vlaams talent. En dat gebeurt ook.

1. Bij het VAF heeft Flanders Image hiervoor een aantal initiatieven ontwikkeld die in 2015 verder werden geïntensifieerd of scherper gesteld. Wij sommen hier enkele hoofdpunten op:

a. Het uitnodigen van curatoren van internationale festivals:

De contacten met internationale curatoren werden dit jaar geïntensifieerd. Curatoren van o.a. Berlijn, Biarritz (Fipa), Busan, Cleveland, Kopenhagen (CPH:Dox), Les Arcs, Locarno, Parijs (SerieMania), Rome, Rotterdam, San Sebastian, Sundance, Toronto, Venetië (Venice Days), ... zijn dit jaar al langsgekomen, of komen nog langs om bij het Vlaams Audiovisueel Fonds nieuwe en recente creaties te bekijken. Indien door een curator gewenst, wordt de mogelijkheid geboden om kennis te maken met bv. de regisseurs en/of producenten van deze films. Met andere festivalcuratoren wordt er regelmatig contact gehouden tijdens festivals, alsook doorheen het jaar via bv. mail. Verder hebben curatoren, afhankelijk van hun status, geheel of gedeeltelijk toegang tot het screener.be digitaal promotieplatform waar ze audiovisuele creaties integraal kunnen bekijken.

b. Het informeren van het doelpubliek (curatoren, aankopers, internationale verkopers, media, agents, ...):

Dit gebeurt zowel actief als passief, alsook proactief. Flanders Image communiceert gericht naar individuele curatoren, en doet dit actief via een aantal digitale- en printpublicaties, alsook via berichten op sociale media. Daarvoor lanceerde Flanders Image ook de hashtags #talentmatters en #mustseecinema. Daarnaast communiceert Flanders Image ook passief via de flandersimage.com website die naast nieuws ook over een archief beschikt van Vlaamse audiovisuele creaties en publicaties.

c. Het duidelijk zichtbaar maken van onze audiovisuele creaties op belangrijke beurzen en festivals:

Advertentieruimte en banners maken professionelen vertrouwd met onze creaties. Soms wordt er ook een publicist ingehuurd en geparticipeerd in buitenlandse promotiekosten verbonden aan een geselecteerde film en/of reiskosten van het talent.

d. Het internationaal helpen zichtbaar maken van ons talent:

Dit gebeurt in eerste instantie via de audiovisuele creaties waar het VAF aan meewerkt, en daarnaast ook via communicatie: TalentMatters wordt

regelmatig ingezet om de verwezenlijkingen van ons talent (regisseurs, scenaristen, acteurs, cameramensen, ...) in het buitenland te ondersteunen.

- e. Focus op Frankrijk continueren als hét land waar filmtalent wordt ontdekt, in aanloop naar een internationale carrière (o.a. Matthias Schoenaerts, Michaël Roskam, Veerle Baetens):
Ook de volgende jaren zal deze focus behouden worden, niet alleen in Cannes maar ook via andere initiatieven. Zo sloot Flanders Image eerder dit jaar bv. ook een strategisch partnership af met het toonaangevende Franse filmvakblad Le Film Français. Verder hopen we, samen met de Vertegenwoordiging van de Vlaamse Regering in Parijs en andere publieke en/of privépartners, nieuwe initiatieven te kunnen ontwikkelen die Vlaamse audiovisuele creaties en het talent eraan verbonden meer zichtbaarheid te geven in Frankrijk.
- f. Zichtbaarheid van de Vlaamse film in Nederland verhogen:
In Nederland kijkt het VAF momenteel samen met De Brakke Grond en De Buren mogelijkheden om de Vlaamse film er beter zichtbaar te maken, in eerste instantie via de media. Naast De Brakke Grond zijn er natuurlijk ook contacten met de festivals in o.a. Rotterdam en Utrecht, waar regelmatig Vlaamse audiovisuele creaties te zien zijn of projecten worden voorgesteld aan potentiële financiers en aankopers.
- g. Aanwezigheid in Noord-Amerika:
In Noord-Amerika is zowel het festival- als het distributie- en exploitielandschap (met nieuwe spelers) in volle beweging. Ook hier dienen de bestaande initiatieven in het licht van deze veranderingen te worden geëvalueerd, en waar nodig vervangen door nieuwe projecten en accenten.

2. Sinds september 2014 tot en met september 2015 werden:

- a. 33 aanvragen tussenkomst reiskosten goedgekeurd;
- b. 12 aanvragen extra promotiesteun buitenland goedgekeurd;
- c. 8 aanvragen distributiesteun goedgekeurd.

M.b.t. de introductie van de distributiesteun merkte VAF op dat de nodige communicatie, gericht aan sales agents en distributeurs, noodzakelijk was. Initieel beschouwden sales agents en distributeurs die steun als een mechanisme via hetwelk zij hun normale kosten voor het verwerven van rechten (deels) konden recupereren. De bedoeling van distributiesteun was echter om Vlaamse films extra zichtbaarheid te geven, of beter te positioneren in buitenlandse markten. Vandaag merkt het VAF een duidelijke verbetering in de kwaliteit van de aanvraagdossiers, waardoor het aantal goedgekeurde aanvragen in de lift zit. Tussen nu en het einde van het jaar worden er nog drie tot vijf degelijke aanvragen verwacht.

3. Zoals uit het voorgaande blijkt, maakt VAF reeds werk van spreiding en promotie over de landsgrenzen heen. Bovendien is ook de distributiesteun een relatief nieuw instrument, ingeschreven in de nieuwe beheersovereenkomst VAF/Filmfonds 2014-2018. Sinds deze nieuwe beheersovereenkomst wordt er 1.100.000 euro voorzien voor het luik promotie. In de vorige beheersovereenkomst, die liep van 2011 tot 2013, bedroeg dit slechts 450.000 euro. Een nieuwe verhoging van de middelen voor promotie, is momenteel niet aan de orde.