

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 124
van **MANUELA VAN WERDE**
datum: 26 januari 2016

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

Vlaamse films - Buitenlandse belangstelling

In beleidsmatige evaluaties wordt het Vlaamse filmbeleid vaak vergeleken met het Deense model inzake filmbeleid. De Denen zijn er inderdaad in geslaagd de eigen audiovisuele industrie internationaal op de kaart te zetten. Een onderzoeksrapport van Econopolis (Made in Flanders, 2012) geeft aan dat toen 40% van de Deense films buiten Denemarken gedistribueerd werd en 30% van de tickets voor Deense films in het buitenland verkocht werden. Vooral op grote markten zoals het Verenigd Koninkrijk en Duitsland maakten de Denen de afgelopen jaren naam met succesvolle films en tv-series.

Vlaanderen maakt volop een inhaalbeweging, getuige daarvan zijn de talrijke onderscheidingen die onze films de voorbije vijf jaar te beurt vielen. De bezoekcijfers vertonen in eigen land een stevige groei, met 2015 als recordjaar.

1. Wat is het percentage van Vlaamse films dat de afgelopen 5 jaar buiten het grondgebied van de Vlaamse gemeenschap gedistribueerd werd?
2. Wat is het procentueel aandeel van het aantal verkochte tickets voor Vlaamse films die in het buitenland verkocht werden?

Kan hierbij het onderscheid gemaakt worden tussen bezoekcijfers op filmfestivals en reguleren vertoningen? Hoe evolueerden deze cijfers de laatste 5 jaren?

3. Hoe evalueert de minister de cijfers uit de deelvragen 1 en 2?

ANTWOORD

op vraag nr. 124 van 26 januari 2016

van **MANUELA VAN WERDE**

1. In de periode 2009-2014 werden 101 Vlaamse (co)producties van lange speelduur uitgebracht die steun ontvingen van het VAF. In dezelfde periode werden de rechten van 58 Vlaamse (co)producties van lange speelduur die gesteund werden door het VAF, in het buitenland verkocht.

In deze verkoopcijfers heeft fictie met 38 titels het grootste aandeel, gevolgd door documentaire (14). Fictieprojecten werden in deze periode in 132 verschillende landen verkocht, terwijl dit voor animatie en documentaire in respectievelijk 117 en 76 landen gebeurde. Van 11 producties werden de rechten wereldwijd verkocht. Aan Europese landen werden 46 titels verkocht, in Azië 35 en in Noord-Amerika 24. In het geval van verkoop aan Azië, gebeurt dit voornamelijk aan het Midden-Oosten (22 titels) of Oost-Azië (21 titels). Op het niveau van de landen worden de meeste rechten (23 titels) verkocht aan Frankrijk (en in veel gevallen bij uitbreiding aan de Franssprekende regio's en Franse overzeese gebieden), gevolgd door de Verenigde Staten (18 titels).

De producties die in deze periode verschenen, zijn vanzelfsprekend in veel gevallen niet dezelfde titels die in diezelfde periode in het buitenland verkocht werden. Aangezien er geen vaste tijdsinterval bestaat tussen de Belgische release en de verkoop van de rechten in het buitenland, is een procentuele vergelijking niet mogelijk. Bovendien ben ik voor deze cijfers afhankelijk van de informatie die VAF één keer per jaar opvraagt bij producenten in het kader van hun jaarverslag waardoor deze niet volledig sluitend zijn.

2. Majoritair en minoritair Vlaamse (co)producties van lange speelduur die in de periode 2010-2014 voor het eerst werden vertoond in binnen- of buitenland realiseerden gemiddeld 60,78% van hun ticketverkoop in het buitenland. Voor majoritair Vlaamse producties bedraagt dit percentage 43,55%, voor minoritaire 78,01%. Bij de majoritair Vlaamse producties zijn het vooral de animatiefilms "The House of Magic", "Sammy's avonturen: de geheime doorgang" en "Sammy 2" die een zeer groot aandeel (+97%) van hun succes in het buitenland genereren, gevolgd door "Noordzee", "Texas", "Double Take" en "Grande Hotel" (+81%). Hierbij dient de kanttekening gemaakt te worden dat het absoluut aantal tickets in verscheidene gevallen slechts bescheiden is, waardoor het aandeel dat internationaal verkocht wordt gemakkelijk de bovenhand neemt. Toch zijn er ook Vlaamse producties met een groot aantal nationale bezoekers die toch een aanzienlijk aandeel van hun ticketverkoop realiseren in het buitenland. Voorbeelden hiervan zijn "The Broken Circle Breakdown" en "Rundskop" waarvan respectievelijk 65,45% en 39,40% van het totaal aantal bezoekers in het buitenland werden geregistreerd.

De informatie over buitenlandse ticketverkoop komt uit LumierePRO, een databank die gedeeld wordt met alle fondsen van de Europese lidstaten. De individuele lidstaten staan zelf in voor de controle van deze cijfers. De betrouwbaarheid is niet absoluut. Deze percentages zijn enkel gebaseerd op producties waarvoor VAF zowel over nationale als internationale bezoekerscijfers beschikt.

Er kan geen onderscheid gemaakt worden tussen bezoekerscijfers op festivals en bezoekerscijfers van reguliere vertoningen. De bezoekerscijfers op filmfestival worden niet als dusdanig geregistreerd. Festivals maken slechts totale bezoekerscijfers bekend, in plaats van cijfers voor individuele films.

3. De methodologische kanttekeningen die ik bij bovenstaande cijfers maakte, laten geen voortvarende uitspraken toe. Toch zie ik de resultaten als positief en maken ze duidelijk dat ik blijvend moet inzetten op internationale promotie en distributie. Met Flanders Image, heeft het Vlaams Audiovisueel Fonds, de Vlaamse audiovisuele creaties tot een sterk merk gemaakt. VAF onderhoudt intensieve contacten met internationale curatoren. Ze worden uitgenodigd bij VAF, individueel per mail gecontacteerd, ontvangen digitale en print publicaties over de Vlaamse creaties. Deze creaties worden ook zichtbaar gemaakt op de festivals zelf. Daarenboven blijft de strategische focus op Frankrijk, het land waar filmtalent wordt ontdekt, belangrijk.