

# Tariefkaart

inkoopmogelijkheden bioscoopreclame

JEAN MINEUR  
MEDIAVISION







**SUPERMAN**

JULI, 10



# Inhoudsopgave

---

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| <b>Hoe werkt het</b>          | 4  |
| <b>Inkooproutes</b>           |    |
| Global Vision                 | 6  |
| Family Vision                 | 6  |
| Film Follow                   | 6  |
| Selectief                     | 6  |
| Art Vision                    | 7  |
| Top 15                        | 7  |
| Movie grafix                  | 7  |
| Flex Vision                   | 8  |
| Lengte index                  | 9  |
| <b>Campagne optimalisatie</b> |    |
| 3D & 4D commercials           | 11 |
| Sampling                      | 11 |
| Ladies Night                  | 11 |
| Product Placement             | 12 |
| Bestickering                  | 12 |
| Automotive                    | 12 |
| Headbanners                   | 12 |
| Live Commercials              | 12 |
| <b>Contact</b>                | 14 |

# Hoe werkt het

---

Wij hebben verschillende inkooproutes gecreëerd om zo doeltreffend mogelijk bij te dragen bij het opzetten van je bioscoopcampagne en je doelgroep zo effectief mogelijk te bereiken. Het is mogelijk om niet alleen ons gehele netwerk in te zetten maar ook mogelijk om per film, doelgroep of bioscoop in te kopen.

De film zal altijd centraal staan bij een bioscoopbezoek maar het is de gehele ervaring die bioscoopreclame zo'n krachtig medium maakt en niet te vergelijken is met welk ander medium dan ook. Via ons digitale platform is het mogelijk op elk gewenst moment, voor, tijdens of na de film, de bioscoopbezoeker te bereiken en zorgen voor een blijvende impact. Aanwezigheid in de foyer, online of op het grote doek, al deze touchpoints voegen volume en frequentie toe aan je mediaplan.

## BIOSCOOPBLOK

In ons bioscoopblok kun je verschillende blokposities inkopen;

|                         |                 |                  |                                     |                         |                                     |                  |                                      |      |
|-------------------------|-----------------|------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------|------------------|--------------------------------------|------|
| 1                       | 2               | 3                | 4                                   | 5                       | 6                                   | 7                | 8                                    | 9    |
| JMM<br>OPENING<br>IDENT | MOVIE<br>GRAFIX | COMMER-<br>CIALS | LAATSTE<br>BLOK<br>POSITIE<br>(15%) | JMM<br>CLOSING<br>IDENT | TRAILER<br>BLOK<br>POSITIE<br>(20%) | FILM<br>TRAILERS | PREMIUM<br>/ 4DX<br>POSITIE<br>(35%) | FILM |
| →                       | →               | →                | →                                   | →                       | →                                   | →                | →                                    | →    |





# THE BAD GUYS 2

JULI, 30

# Inkooproutes

## ► GLOBAL VISION

### Op zoek naar maximale dekking en impact bij een brede doelgroep?

Met Global Vision bieden wij je de mogelijkheid om je commercial tegelijkertijd in alle bioscopen in ons netwerk te vertonen.

De commercial behaalt daarmee het maximale bereik in een brede doelgroep.

#### DETAILS

- een diversiteit aan films in een geselecteerde periode
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- kan alleen nationaal worden ingezet
- **k/1.000 € 89 o.b.v. 30"**

## ► FAMILY VISION

### Op zoek naar een manier om kinderen en boodschappers te bereiken?

Kinderen zijn in de bioscoop selectief te bereiken door het adverteren bij Nederlandstalige kinderfilms in het Family Vision pakket.

De bioscoop is een van de weinige plekken waar adverteerders de volle aandacht van kinderen en hun ouders krijgen.

#### DETAILS

- een diversiteit aan Nederlands gesproken kinderfilms in een geselecteerde periode
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- kan alleen nationaal worden ingezet
- **k/1.000 € 95 o.b.v. 30"**

## ► FILM FOLLOW

### Gericht jouw specifieke doelgroep bereiken?

Een Film Follow campagne volgt een specifieke film. Elke film heeft een eigen uniek bezoekersprofiel, dat maakt het mogelijk om de doelgroepen selectief te bereiken.

#### DETAILS

- inkoop van 1 of meerdere films boven de 250.000 bezoekers
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 145 o.b.v. 30"**

## ► SELECTIEF

### Alleen geïnteresseerd in bioscopen op bepaalde locaties?

Met een Selectief pakket heb je de mogelijkheid om te adverteren in een selectie van één of meerdere bioscopen uit ons netwerk. Selectieve inzet maakt het mogelijk om zowel demografisch als geografisch in te zetten.

#### DETAILS

- alle JMM bioscopen kunnen individueel worden ingekocht
- Afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 167 o.b.v. 30"**

# Inkooproutes

## ► ART VISION

### Op zoek naar hoger opgeleid en welgestelder publiek?

Met het Art Vision pakket verzekert je jezelf van zorgvuldig geselecteerde Arthouse bioscopen binnen ons netwerk. Het publiek is voornamelijk 25+ M/V, hoog opgeleid en hoger welstandig.

#### DETAILS

- hoger opgeleid en welgesteld publiek
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 164 o.b.v. 30"**

## ► TOP 15

### Een zo breed mogelijk publiek bereiken met een kleiner budget?

Jean Mineur Mediavision vertegenwoordigt 85% van alle bioscopen in heel Nederland. Het Top 15 pakket stelt een adverteerder in staat om een breed en groot publiek te bereiken door middel van de inzet van de 15 best bezochte bioscopen in ons netwerk.

#### DETAILS

- doelgroep met name een breed publiek van 20-49jr
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 137 o.b.v. 30"**

## ► MOVIE GRAFIX

### Adverteren in de bioscoop zonder live action commercial?

Movie grafix maken het mogelijk om in de bioscoop te adverteren wanneer je niet beschikt over een live action commercial of met een beperkt budget moet werken.

Movie grafix worden aan het begin van het reclameblok vertoond, eventueel ondersteund door stereo geluid.

#### DETAILS

- commercial van 10, 15 of 20"
- opgebouwd uit computeranimaties
- selectief per bioscoop in te zetten
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 65 o.b.v. 20"**

# Inkooproutes

---

## ► FLEX VISION

### Inzetten van bioscoopreclame op een flexibele manier?

Met Flex Vision kun je jouw campagnes eenvoudig aanpassen, doordat je per dag kunt starten en stoppen. Dit is ideaal voor actiegerichte campagnes met een specifieke start- of einddatum, zoals productlanceringen, seizoensacties of evenementen.

## DETAILS

- flexibele start- of einddatum
- JMM-bioscopen individueel te selecteren
- afgegeven bezoekersverwachting
- marge van 15% van toepassing in geval van een boven- of onderscore
- **k/1.000 € 99 o.b.v. 30"**
- minimale afname 50.000 bezoeken.  
Inzet onder minimum mogelijk zonder bezoekersgarantie of refund.

## TECHNISCHE KOSTEN:

- Beeld & Geluid bewerking € 400
- Handling € 550



# Lengte Index

| # seconde | algemeen | algemeen in december | movie grafix |
|-----------|----------|----------------------|--------------|
| 5         | 75       | 75                   | -            |
| 10        | 80       | 80                   | 80           |
| 15        | 85       | 85                   | 85           |
| 20        | 90       | 90                   | 90           |
| 25        | 95       | 95                   | 95           |
| 30        | 100      | 100                  | 100          |
| 35        | 115      | 115                  | -            |
| 40        | 125      | 125                  | -            |
| 45        | 140      | 140                  | -            |
| 50        | 150      | 150                  | -            |
| 55        | 165      | 165                  | -            |
| 60        | 175      | 175                  | -            |
| 65        | 185      | 200                  | -            |
| 70        | 195      | 215                  | -            |
| 75        | 200      | 220                  | -            |
| 80        | 205      | 225                  | -            |
| 85        | 215      | 235                  | -            |
| 90        | 225      | 245                  | -            |
| 95        | 235      | 250                  | -            |
| 100       | 245      | 255                  | -            |
| 105       | 250      | 265                  | -            |
| 110       | 255      | 275                  | -            |
| 115       | 265      | -                    | -            |
| 120       | 275      | -                    | -            |

Overige lengtes op aanvraag



# THE NAKED GUN

JULI, 31

# Campagne Optimalisatie

---

JMM biedt een breed scala aan mogelijkheden voor merken die de impact van cinema willen maximaliseren naast de traditionele commercial op het doek. Of het nu in de foyer of op het doek is, de beste creatieve oplossingen en tools om de verbeeldingskracht van het publiek vast te leggen zijn hier.

## 3D & 4D COMMERCIAL

Het gebruik van 3D en 4D technologie is de manier om je commercial van het bioscoopdoek te laten springen. 4DX / MX4D is een revolutionaire bioscoopervaring op vierdimensionaal niveau. De speciale 4DX/MX4D-zalen hebben twintig effecten, waaronder bewegende stoelen, weersimulaties en zelfs geuren, die synchroon lopen met de actie van de film.

---

## SAMPLING

Door het inzetten van promotieteams en samplingacties kun je je merk of product actief onder de aandacht van de bioscoopbezoeker brengen. Zowel in de foyer als bij uitloop van de zalen is er ruimte voor acties. Door sampling teams in te zetten kan de doelgroep de producten direct proberen, wat bij een positieve ervaring vaak gelijk leidt tot aankoop.

---

## LADIES NIGHT

De meest selectieve bioscoopavond van de maand. Zo'n 10 keer per jaar kun je in de bioscoop adverteren bij de Ladies Night, een avond waar het louter en alleen vrouwen onder elkaar zijn. Deze speciale bioscoopavond stelt je in staat om de vrouwelijke doelgroep te bereiken op het perfecte moment: met vriendinnen onder elkaar.



# Campagne Optimalisatie

---

## **PRODUCT PLACEMENT**

Met product placement wordt de bioscoop het verlengstuk van je showroom. Het plaatsen van stands, standees of democonsoles is allemaal mogelijk in de meeste van onze bioscopen.

---

## **BESTICKERING**

Met bestickering is het mogelijk de doelgroep al voor de film te bereiken met specifieke merk uitingen. Onder andere vloerstickers of bestickering van de zijkant roltrap zijn mogelijk.

---

## **AUTOMOTIVE**

De plaatsing van een personenauto ter promotie is mogelijk in een aantal van onze bioscopen. Deze vorm van product placement is bij uitstek geschikt om het publiek kennis te laten maken met de release van een nieuw model auto.

---

## **HEADBANNERS**

De inzet van hoofdsteunhoezen voor over de bioscoopstoelen is mogelijk in al onze bioscopen en kan per week worden ingekocht. De banners kunnen ingezet worden per bioscoop en per zaal.

---

## **LIVE COMMERCIALS**

Een uniek fenomeen in de bioscoop is de live commercial. Een live commercial combineert jouw uiting op het grote doek met een show in de bioscoopzaal, een live act.



# CAUGHT STEALING

AUGUSTUS, 28

# Contact

---

## Jean Mineur Mediavision BV – bioscoopreclame

Van Heenvlietlaan 200-B  
1083 CM Amsterdam  
Postbus 71920  
1008 EC Amsterdam

Telefoon +31 (0)20 502 23 88  
E-mail: [info@jeanmineurmediavision.nl](mailto:info@jeanmineurmediavision.nl)  
[www.jeanmineurmediavision.nl](http://www.jeanmineurmediavision.nl)  
[www.bioscoopreclame.nl](http://www.bioscoopreclame.nl)

**Marlene Wickel**  
Managing director  
[marlene.wickel@jeanmineurmediavision.nl](mailto:marlene.wickel@jeanmineurmediavision.nl)

**Mario Zanoni**  
Manager operations  
[mario.zanoni@jeanmineurmediavision.nl](mailto:mario.zanoni@jeanmineurmediavision.nl)

**Tako Boelens**  
Account manager  
[tako.boelens@jeanmineurmediavision.nl](mailto:tako.boelens@jeanmineurmediavision.nl)

**Julia Keuter**  
Sales executive  
[julia.keuter@jeanmineurmediavision.nl](mailto:julia.keuter@jeanmineurmediavision.nl)

**Corine Twisk**  
Traffic & productie  
[corine.twisk@jeanmineurmediavision.nl](mailto:corine.twisk@jeanmineurmediavision.nl)

**Mascha Colmans-de Graaf**  
Sales manager  
[mascha.colmans@jeanmineurmediavision.nl](mailto:mascha.colmans@jeanmineurmediavision.nl)

**Ivar Setz**  
Account manager  
[ivar.setz@jeanmineurmediavision.nl](mailto:ivar.setz@jeanmineurmediavision.nl)

**Lilian Evenblij**  
Account manager  
[lilian.evenblij@jeanmineurmediavision.nl](mailto:lilian.evenblij@jeanmineurmediavision.nl)

**Olga Jansen**  
Events & promotions  
[olga.jansen@jeanmineurmediavision.nl](mailto:olga.jansen@jeanmineurmediavision.nl)

JEAN MINEUR  
MEDIATION

