

2017 ANNUAL REPORT

SCENECS INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL
INHOUDELIJK VERSLAG EDITIE 2017

SCENECS 2017

Inhoud	
Voorwoord	3
1 Missie, visie, doelgroepen, strategische doelstellingen, doelstelling 2017	4
1.1 Missie	4
1.2 Visie	4
1.3 Doelgroepen	4
1.4 Strategische doelstellingen	4
1.5 Doelstelling editie 2017	5
2 Organisatie	6
2.1 Het bestuur	6
2.2 Directie/managementstaf	6
2.3 Juryleden	6
3 Inzendingen en de selectieprocedure	7
3.1 Werving inzendingen/geprogrammeerde films	7
3.2 Inzendtermijn	7
3.3 Technische en inhoudelijke selectie	7
3.4 Competitie en jurering	7
3.5 Nominaties en winnaars	7
4 Festival programma	8
4.1 Festival hoofdprogrammering	8
4.2 Festival panoramaprogrammering	8
4.3 Openingsfilm	8
4.4 Filmeducatie activiteiten	8
4.5 Cultuurparticipatie	9
4.6 SCENECS prijsuitreiking	9
5 Publiciteit	10
5.1 Overzicht communicatie en PR middelen en hun doelgroep	10
5.2 Drukwerk	11
5.3 Media	12
5.4 Internet/social media	12
5.5 Overige promotie	12
5.6 Free Publicity	13
6 Financiers en partners	14
6.1 Partnerschap	14
6.2 Goede doelen 2017	16
6.3 PR voor financiers/sponsors	16
7 Feiten en cijfers	17
7.1 Deelnemende producties	17
7.2 Winnaars	17
7.4 Bezoekersaantallen	18
7.5 Deelnemers	18
7.6 Samenvatting financieel verslag 2017	19
8 Toekomstvisie editie 2018	19
Bijlage 01 Foto's SCENECS 2017	20

VOORWOORD

In 2017 werd het filmfestival voor het eerst volledig in Hilversum georganiseerd, na 2016 waarin het filmfestival in zowel Amersfoort als Hilversum georganiseerd was. Dit bracht meer overzicht en focus met zich mee, waar wij als organisatie zeer blij mee waren. Tevens konden we hierdoor gericht het festival promoten en met onze doelgroep communiceren.

De bekendheid van SCENECS groeide bij deze editie duidelijk en het festival bereikte meer publiek dan de jaren daarvoor. Ook onder de filmmakers was SCENECS populair. In totaal werden 659 films uit 74 diverse landen ingezonden voor de programmering en competitie.

Naast de vooruitgang op het gebied van zichtbaarheid en programmering, bereikte we ook veel met onze partners. Het educatieprogramma SCENECS Campus kreeg meer vorm en de internationale samenwerking werd geïntensiveerd. Zover dat in september 2017 in Rome op het internationaal filmfestival Quindici19 een SCENECS Award voor het beste Italiaanse talent werd uitgereikt.

Als organisatie kunnen we tevreden terugkijken op deze editie. Een editie met mooie films, geïnteresseerd en divers publiek, uitgebreid educatie- en talentontwikkelingsprogramma, aanwezigheid van veel (inter)nationale debutant filmmakers en een spraakmakende programmering.

Dit alles heeft SCENECS te danken aan haar betrokken en hardwerkende medewerkers, maar ook zeker aan haar partners, financiers en sponsors. Mijn dank en waardering gaat dan ook naar al deze genoemde personen en partijen.

Wilt u SCENECS 2017 (her)belevén? klik dan *hier* voor het zien van de aftermovie 2017!



Arya Tariverdi
Festivaldirecteur

1 MISSIE, VISIE, DOELGROEPEN, STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN, DOELSTELLING 2017

1.1 Missie

SCENECS is *het* internationale filmfestival waar debuterende filmmakers van fictie en documentaire producties hun eerste of tweede productie tonen aan een breed en gemêleerd publiek. Tevens participeren ze in een internationaal spraakmakende en uitdagende competitie. Door deze debuutfilms heeft SCENECS altijd een vernieuwende en verrassende programmering aan haar publiek te bieden. Daarnaast stimuleert het festival door diverse onderdelen de ontwikkeling van de creatieve talenten, de creatieve sector en het filmproductieklimaat en verbindt deze met de samenleving. SCENECS onderscheidt zich van andere filmfestivals doormiddel van haar unieke debuutprogrammering, educatie en talentontwikkelingsprogramma's.

1.2 Visie

Film brengt verbinding en nuance in een maatschappij die verhardt en oppervlakkiger wordt. In de visie van het festival is het voor de branche noodzaak zichzelf steeds te innoveren van meerwaarde te blijven voor de maatschappij en dus om levend te blijven. Voor de gevestigde orde zijn al diverse filmfestivals. Juist de nieuwe internationale generatie filmmakers dient echter gestimuleerd en gefaciliteerd te worden, om haar talent verder te kunnen ontwikkelen en zo het creatieve potentieel te verbinden met de samenleving. En juist die generatie is interessant voor het publiek. SCENECS is het internationale platform voor debuterende fictie- en documentairemakers, de toekomstige storytellers. Het festival is bepalend voor verdere ontwikkeling en innovatie in de creatieve sector en filmproductieklimaat. SCENECS verbindt de nieuwe creatieve sector en de samenleving met elkaar.

1.3 Doelgroepen

Uit onze missie volgt dat SCENECS twee doelgroepen kent. De (inter)nationale **debuterende filmmakers** en **film liefhebbers/publiek**. Onder publiek verstaat SCENECS een zo breed mogelijke doelgroep met verschillende leeftijden en achtergronden.

1.4 Strategische doelstellingen

Vanuit deze passie en overtuiging werken we met de volgende doelstellingen: Onze eerste doelstelling komt voort uit die reeds genoemde overtuiging dat film als cultuurmiddel een verbindende rol vervult in onze maatschappij. Film verrijkt onze kijk op de werkelijkheid en laat ons meer gezichtspunten zien en dat brengt nuance in een vaak ongenueanceerde maatschappij. Deze nuance is een onmisbare schakel op weg naar onderling begrip en maatschappelijke cohesie. Dit proces van begrip doen we als festivalorganisatie met meer dan alleen de vertoning en verspreiding van een interessant en (inter)nationaal aanbod aan films en documentaires. Tijdens het festival organiseren we namelijk tal van nevenactiviteiten voor het publiek. Daarnaast is educatie en talentontwikkeling voor SCENECS een belangrijk subdoel. Hiermee krijgen de nieuwe makers de gelegenheid om zich verder te ontplooien, krijgt het publiek de kans om haar kennis te verbreden en is het tevens een kans voor verbinding tussen de filmmakers en het publiek. In het kader van cultuurparticipatie besteedt SCENECS ook aandacht aan minderheden. Voorbeelden hiervan zijn de vele themavertoningen, gericht op onder andere studenten, kinderen, ouderen en publiek met andere etnische achtergrond. In de visie van SCENECS bestaat de maatschappij immers niet uit een elitaire voorhoede, maar wordt de maatschappij gevormd door ons allen. Ook de jonge makers met minder budget, zoals studenten, krijgen via diverse

kortingsregelingen de kans om actief aan dit festival mee te doen. Daarnaast maakt SCENECS cultuurparticipatie al jaren mogelijk door de financiële drempel weg te nemen voor minder kapitaalkrachtigen, door het beschikbaar stellen van gratis festivalkaarten.

De tweede doelstelling komt voort uit onze visie op (de noodzaak van) innovatie in de filmindustrie en creatieve sector. Zonder nieuw talent dat doorbreekt in de filmindustrie verliest de filmindustrie haar zeggingskracht, allure en inspirerend vermogen. De nieuwe generatie filmmakers staat aan de basis van weer nieuwe ideeën, nieuwe verhalen en nieuwe ontwikkelingen. Omdat het voor beginnende/debutant filmmakers lastig blijkt om voet aan de grond te krijgen binnen de gevestigde orde van de filmindustrie, richt SCENECS zich juist op deze groep.* SCENECS biedt deze nieuwe generatie filmmakers een podium waarop zij zich internationaal kunnen meten. Daarnaast organiseert SCENECS gedurende het festival diverse goedbezochte netwerkkonferenties waar deze nieuwe generatie contact kan leggen met gevestigde filmmakers, producenten en belanghebbenden in de media en filmindustrie. Geen missie zonder ambitie en dat geldt zeker ook voor SCENECS. In de afgelopen 10 jaar heeft SCENECS weliswaar een enorme ontwikkeling doorgemaakt, de directie van SCENECS heeft nog volop ambities. Voor de directie van SCENECS aanleiding om in aanloop naar dit tiende festival zich te bezinnen op haar koers. Uit deze bezinning zijn een aantal noties naar voren gekomen die relevant zijn voor onze toekomst.

1.5 Doelstelling editie 2017

Op basis van bovenstaande strategische doelstellingen, stelde SCENECS zich het volgende ten doel voor editie 2017:

- Meer zichtbaarheid als festival
- Meer bekendheid onder een breed publiek
- De programmering beter positioneren
- (inter)nationale samenwerking verder ontwikkelen In deze verantwoording kunt u lezen op welke wijze de organisatie hieraan gewerkt heeft in en hoeverre zij dit gerealiseerd heeft.

* Overige Nederlandse filmfestivals hebben de doelgroep debutanten niet, of als randprogrammering opgenomen, waardoor de debutant in Nederland naast SCENECS geen enkel volwaardig vertonings- of prijzenpodium heeft.

2 ORGANISATIE

2.1 Het bestuur

Het SCENECS filmfestival wordt door de stichting SCENECS Dutch Film Institute georganiseerd. Deze stichting kent de volgende bestuursleden: Arya Tariverdi (voorzitter), Paul Kottrik (penningmeester), Marscha Bos (secretaris), Paul Morsch (algemeen bestuurslid/strategisch adviseur). Tevens beschikt de stichting over een Raad van Toezicht die het beleid van het festival en de beslissingen van het bestuur toetst en zo nodig bijstuurt. De toezichthouders van SCENECS zijn: de heer Albert Jan Vos (ex-directeur JT Bioscopen), de heer Ron Sterk (CEO Vue Cinema's), de heer Henk Brink (ex-wethouder van Economie, Werk en Beroepsonderwijs in Eindhoven) en de heer Ben Groenendijk (ex-eindredacteur NTR). De organisatie is ingericht en werkt volgens de Governance Code Cultuur.

2.2 Directie/managementstaf

De directie van SCENECS wordt door Arya Tariverdi als festivaldirecteur gevoerd. Onder zijn leiding opereerde in 2017 een managementteam bestaande uit 12 stafleden.

- Patrick Vranken (hoofd programmering)
- Timo Drent (hoofd vertoningstechniek)
- Martin Gouw (hoofd Vormgeving)
- Dolf Weiler (hoofd Marketing, Communication & Sales)
- Lianne de Gans (General Manager Operations)
- Mike Ravenhorst (producent openingsceremonie)
- Dennis Millenaar (hoofd coördinatie bezoekers)
- Eva de Zeeuw (hoofd coördinatie filmmakers)
- Irene Nuver (hoofd HR)
- Anja Kemp (hoofd talentontwikkeling en educatie)
- Laurens Martina (hoofd techniek)
- Evelien Ouwehand (producent prijsuitreiking Grand Gala Event)

2.3 Juryleden

De officiële jury van SCENECS 2017 bestond uit personen met brede achtergronden, expertises en kennis in de filmindustrie. De jury was verdeeld in de twee hoofdcategorieën, fictie en documentaire.

Fictie

- Atit Shah
- Jeroen Beker
- Farhad Vilki
- Sven Villerius

Documentaire

- Alma Oldert
- Tea Cejvanovic
- Maaïke Broos
- Reinout Steenhuizen

3 INZENDINGEN EN DE SELECTIEPROCEDURE

3.1 Werving inzendingen/geprogrammeerde films

Om voldoende en gevarieerde films voor de programmering aan te trekken, werden diverse communicatie en promotiekanalen ingezet om de (inter)nationale filmmakers aan te trekken. Deze kanalen waren onder andere:

- Verspreiding van flyers en PR materialen bij (inter)nationale film opleiding- en filmcentra
- Verzenden van een mailing aan de hand van de mailinglist met ruim 1000 adressen van (inter)nationale filmmakers
- Aankondigingen in vakbladen
- Aankondigingen op diverse filmfora en websites
- Oproep via alle brancheorganisaties
- Persoonlijk bezoek van programmeurs aan opleidingen om kandidaten te werven
- Samenwerking met internationale filmfestivals met een soortgelijke doelstelling als SCENECS waarbij deelnemers geworven werden
- (Inter)nationale distributeurs zijn benaderd en uitgenodigd om films van nieuwe filmmakers aan te melden
- Gebruik van het online filmfestival platform FilmFreeway

3.2 Inzendtermijn

De inzendtermijn van SCENECS startte op 15 juni 2016 en eindigde op 15 december 2016.

3.3 Technische en inhoudelijke selectie

In totaal werden in 2017 659 films ingezonden. Alle ingezonden films werden door de unit programmering zeer kritisch beoordeeld en geselecteerd. Tijdens de selectie werd onder andere gelet op de artistieke en technische kwaliteit van de producties. Hieronder wordt onder andere verstaan: kwaliteit en opbouw van scenario/verhaallijn, mise-en-scène, scène opbouw, regie, acteerprestatie, technische uitvoering (camera/licht/geluid), montagetechniek en afwerking (special effects). Als resultaat van deze selectie werden in totaal 62 producties geprogrammeerd tijdens de festivalweek.

3.4 Competitie en jurering

Van de 62 geprogrammeerde producties deden er 56 films mee in de competitie. Andere films waren o.a. films van partner filmfestivals, gast van het jaar en de film van Atit Shah (jurylid). De jury stelde de genomineerden en winnaars vast in de volgende categorieën; documentaire, fictie, fictie kort en de Oeuvre Award.

3.5 Nominaties en winnaars

De 14 genomineerde films werden tijdens de prijsuitreiking bekend gemaakt, waarna de winnaars werden beloond met de officiële SCENECS Award, "The Dutch Golden Stone".

Extra awards 2017

Naast de officiële SCENECS award, werden dit jaar ook de Vue Audience Award, Stadsfonds Hilversum Talent Award en de Ziggo Best Acting Award uitgereikt. De Vue publieksprijs ging naar de door het publiek best beoordeelde film. De Stadsfonds Hilversum Talent Award werd uitgereikt aan jong/lokaal talent en de Ziggo Best Acting Award ging naar een nieuwe getalenteerde acteur voor zijn speelfilmdebuut.

4 FESTIVAL PROGRAMMA

4.1 Festival hoofdprogrammering

Het filmfestival vond plaats van 26 mei t/m 2 juni 2017. De hoofdprogrammering, bestaande uit 62 fictie en documentaire producties, vond plaats bij VUE Hilversum en Filmtheater Hilversum. Afhankelijk van de doelgroep waren deze vertoningen in de avonden of overdag. Al deze films werden twee keer in de week geprogrammeerd, zodat de films voor het publiek makkelijker te bezichtigen waren. Het merendeel van de films werd afgesloten met een Q&A en een meet & greet met de filmmaker.

4.2 Festival panoramaprogrammering

Net zoals bij de vorige edities heeft SCENECS dit jaar een panoramaprogrammering gehad, met daarin een aantal geprogrammeerde films van gevestigde filmmakers. Op deze manier probeert het festival om jonge en gevestigde makers bij elkaar te brengen, zodat de deelnemers zich kunnen laten inspireren en kunnen netwerken. De films die het festival dit jaar vertoonde waren “Alleen maar nette mensen” van Jeroen Beker en “Spaak” van Steven de Jong. Beide makers gaven tijdens het festival een lezing en Q&A.

4.3 Openingsfilm

SCENECS opende haar festival dit jaar met “Spaak”, de nieuwste film van de regisseur Steven de Jong. Deze film zou pas in september in de Nederlandse bioscopen worden uitgebracht en kreeg haar eerste landelijke première tijdens de opening van SCENECS 2017. Bijzonder aan deze film was de hoofdrolspeler, Tim Douwsma. Tim was een debutant acteur en speelde in deze film zijn eerste rol in een bioscoopfilm. Na de vertoning van de openingsfilm had het publiek de gelegenheid om onder genot van een hapje en drankje met de makers en andere genodigden in contact te komen.

4.4 Filmeducatie activiteiten

Een kenmerkend en belangrijk onderdeel van het festival blijft elk jaar weer educatie en informatievoorziening. Kennis is een van de basisbehoeftes voor een succesvolle carrière van een jonge en nieuwe filmmaker. Ook dit jaar werd volop aandacht aan educatie en netwerk besteed via diverse activiteiten.

- Lezing door gast van het jaar

De gast van het jaar was bij deze editie de Nederlandse regisseur en producent, Jeroen Beker. Tijdens het festival konden de deelnemers en geïnteresseerd publiek zijn lezing over zijn rol als producent volgen. Tijdens deze lezing vertelde Jeroen over zijn eigen ervaringen en gaf de deelnemers praktische tips.

- SCENECS Campus

Na een succesvolle pilot in 2016, werd de SCENECS Campus dit jaar voor nog meer studenten uit alle delen van Nederland georganiseerd. Een actief coaching programma met inhoudelijke workshops als scenario schrijven, camera, greenscreen en monteren, werd ontwikkeld en beschikbaar gesteld voor VMBO MediaSchool Hilversum. De studenten kregen hulp en ondersteuning bij het maken van een korte film van maximaal 3 minuten. Voor de categorie MBO en HBO was er een open inschrijvingsmogelijkheid om een 3 minuten film in te zenden. In totaal zijn 1089 studenten via het Campus programma bereikt, onder andere van de MediaSchool, Dutch Filmers Academy, ROC van Amsterdam (Hilversum en Amsterdam).

- Studenten Award

Speciaal voor alle gemaakte films van het SCENECS Campus programma, organiseerde we dit jaar een studenten Award avond. Tijdens deze avond werden in de categorieën VMBO, MBO en HBO films genomineerd en bekroond met de SCENECS studenten Award. De winnaars per opleidingsniveau van deze avond gingen vervolgens als genomineerden voor de Stadsfonds Hilversum Talent Award door naar de finale prijsuitreiking, het Grand Gala Award Event.

- SCENECS Meeting Point

Ook nieuw dit jaar, was de SCENECS Meeting Point. De locatie City aan de Herenstraat werd omgebouwd naar een filmcafé, waar de filmmakers, deelnemers en het publiek gedurende de festivaldagen terecht konden voor een drankje. Hier kregen ze de gelegenheid om met elkaar in contact te komen, te netwerken en van gedachten uit te wisselen. Ook kon het publiek op deze locatie met haar vragen over de programmering bij de medewerkers van SCENECS terecht.

- SCREENNEXT

In de SCENECS Studio werd dit jaar voor het eerst tijdens de festivaldagen dagelijks een online TV programma geproduceerd in samenwerking met de studenten van onze partner Dutch Filmmakers Academy. Tijdens dit programma, welke via SCENECS Facebook en Youtube verspreid is, werden de filmmakers geïnterviewd over hun film en beleving van het festival. Daarnaast kreeg het publiek informatie en tips over de films die de volgende dag bij het festival te zien waren.

4.5 Cultuurparticipatie

Jaarlijks besteedt SCENECS aandacht aan specifieke doelgroepen die minder snel een filmfestival (kunnen) bezoeken. Gericht op de deze doelgroep programmeert het festival films met een gericht gezocht thema. Deze vertoningen werden deels in samenwerking met diverse instanties en organisaties georganiseerd. Aan de hand van de gewenste doelgroep werd niet alleen een film met geschikt genre en thema gekozen, maar werd deze ook op een voor de doelgroep handige dag en tijdstip geprogrammeerd. Tevens werd zo nodig voor deze doelgroepen extra kortingsregeling en begeleiding ingezet.

De doelgroepen waar we tijdens deze vertoningen aandacht aan hebben besteed waren:

- Kinderen, benaderd in samenwerking met Besseling (vervoer) en diverse scholen (OBS JP Minckelers, OBS De Wilge, OBS De Kleine Dichter) een kindervertoning voor 150 kinderen.
- Ouderen, benaderd in samenwerking met Stichting 4 het Leven en eigen netwerk, filmkaarten aangeboden voor films met relevante thema's.
- Scholieren en studenten, benaderd in samenwerking met diverse scholen en opleidingen en op vertoon van geldige CJP of studentenkaart, 50% korting geboden.
- Vrijwilligers, benaderd via Versa Vrijwilligerscentrale en eigen netwerk, filmkaarten aangeboden.

4.6 SCENECS prijsuitreiking

Op vrijdagavond 2 juni werd in Studio21 het Grand Gala Award Event georganiseerd. Tijdens deze prijsuitreiking, gepresenteerd door Christoph Haddad, werden de winnaars van de verschillende categorieën bekend gemaakt en beloond met de officiële SCENECS Award, The Dutch Golden Stone.

5 PUBLICITEIT

5.1 Overzicht communicatie en PR middelen en hun doelgroep

	Doelgr. 1	Doelgr. 2	Doelgr. 3	Doelgr. 4	Doelgr. 5
	Festivalbezoekers	Filmmakers	Prospects	De pers	Relaties
<i>Drukwerk</i>					
Programmaboekje	X	X		X	X
Flyer	X	X	X	X	X
A2 posters	X		X	X	X
Banners	X	X	X	X	X
<i>Media</i>					
Teaser internet	X	X	X	X	X
Commercial bioscoop/TV	X		X	X	X
Commercial internet	X	X	X	X	X
Commercial Radio NH	X			X	X
Advertentie online/offline	X	X	X		
<i>Internet/social media</i>					
Website	X	X	X	X	X
Youtube	X	X	X	X	X
Twitter/Facebook	X	X	X	X	X
<i>5.5 Overige Promotie</i>					
SCENECS auto	X	X	X		X
Korting accommodaties	X	X	X		
Walking Billboards	X				
Nieuwsbrief	X	X		X	X
Prijsvragen	X				
Korting toegangskarten	X				X
SCREENEXT TV	X	X			X
<i>Aankleding</i>					
Rode loper door het centrum	X	X	X	X	X
Photowall	X	X			X
Vlaggen	X	X	X	X	X



5.2 Drukwerk

Flyer
A6
60.000 stuks
Landelijk

Programmaboek
A4
35.000 stuks
Landelijk

SCENECS Banners Diverse
formaten
60 stuks
Regionaal

Poster
A2, A1, A0
700 stuks
Regionaal

Sponsor banners
Diverse formaten
70 stuks
Regionaal



5.3 Media

- Advertenties

BDU Uitgevers, diverse kranten, oplage 172.000

Krant Filmtheater Hilversum, oplage 9.000

De Filmkrant, oplage 380.000

EnterMedia Uitgever, diverse kranten, oplage 145.000

Groupon website, kortingsactie voor passe-partouts en Grand Gala kaarten

NCD website (Nederlandse Vereniging voor Commissarissen en Directeuren)

- Teaser & TV/Radio Commercial

Dit jaar produceerde de organisatie meerdere teasers en commercials. De teasers werden maanden vooraf al ingezet om vooral via social media aandacht voor het festival te genereren. Vervolgens maakte de organisatie voor de festivaldagen en de prijsuitreiking twee aparte commercials van verschillende lengtes. Deze waren onder andere te zien via social media, landelijke Vue bioscopen, Ziggo kanaal 13 en RTV NH. Tevens werd ook een radio commercial geproduceerd, welke op RTV NH radio te horen was.

5.4 Internet/social media

- Website

De website van SCENECS is een dynamische site met per periode relevante informatie voor festivalbezoekers en de filmmakers. De website heeft in 2017 gemiddeld 11.000 unieke bezoekers per maand. In 2017 – tot oktober gemeten - waren volgens de statistieken 74% van de bezoekers afkomstig uit Nederland, 16% uit Europa en 10% uit de rest van de wereld.

- Social Media

Twitter en Facebook werden voor diverse soorten berichtgeving bij deze editie ingezet. Zowel voor betaalde berichten als niet betaalde. De facebook pagina van SCENECS telt op dit moment ongeveer 22.800 likes en twitter account ongeveer 15.000 volgers.

5.5 Overige promotie

- SCENECS gezicht 2017

Elkaar kiest SCENECS een Gezicht, als ambassadrice voor het filmfestival, om daarmee een brede doelgroep en veel free publicity te bereiken. Voor deze elfde editie werd Tessa Le Conge, Miss Beauty of Gelderland 2016, gekozen tot het gezicht van SCENECS. Samen met haar werd de vormgeving voor het festival gemaakt en diverse promotie activiteiten uitgevoerd, zoals prijsvragen via social media.

- Vlaggen

SCENECS plaatste in 2017 42 vlaggen op diverse locaties in de stad Hilversum. Deze vlaggen leverde duidelijk een bijdrage aan de festival sfeer en aankleding/levendigheid in de stad.

- Korting Accommodaties

Elk jaar maakt SCENECS prijsafspraken met diverse hotels, zodat de geselecteerde nieuwe filmmakers voordelig in de buurt kunnen verblijven. Dit jaar kon tevens het publiek voor speciale tarieven bij NH Hotels een kamer boeken. Doel hiervan is om de bezoek van het festival een extra service aan te bieden, wat indirect voor een goede PR voor het festi zorgt.

- Prijsvragen

Via verschillende instanties en kanalen werden prijsvragen uitgezet om het publiek te verleiden om het festival te bezoeken. Deze instanties/kanalen waren: Veronica magazine, BDU kranten, Glamourland en via de SCENECS Facebookpagina.

- Rode loper door het centrum

Dit jaar legde SCENECS een rode loper van 467 meter door het centrum van Hilversum. Deze rode loper verbond de twee locaties waar de hoofdprogrammering van het festival plaatsvond. Deze rode loper was tevens wereldwijd de langste rode loper die ooit voor een filmfestival of een filmactiviteit was neergelegd.

5.6 Free Publicity

SCENECS genereert elke editie ook free publicity. In 2017 gaat het om free publicity via de volgende kanalen:

- Interviews in lokale kranten (via Enter Media en BDU uitgevers)
- Online interviews en artikelen (Gay.nl, HKU, lokale en nationale vloggers)
- Radio interview (NH Nieuws)
- PR rondom en door het Gezicht



6 FINANCIERS EN PARTNERS

6.1 Partnerschap

SCENECS wordt mede mogelijk gemaakt door haar inhoudelijke, organisatorische partners en haar financiële partners (sponsors en subsidienten). Inhoudelijk en organisatorisch samenwerken met andere instanties is voor SCENECS altijd belangrijk geweest. Ook dit jaar is SCENECS met een aantal nieuwe organisaties een samenwerking aangegaan op lokaal maar ook internationaal vlak. Op deze wijze hoopt de organisatie de programmering en de bekendheid van het festival verder te verbreden, maar ook inhoudelijk uit te kunnen wisselen. Hieronder ziet u een overzicht van de partners, sponsors en subsidienten.

Uitvoerders

- ATP Film Studios B.V.
- Vue Cinemas

Subsidenten

- Gemeente Hilversum
- Stadsfonds Hilversum
- Gemeente Amersfoort
- Prins Bernhard cultuurfonds
- KfHein fonds

Internationale partners

- Film Freeway
- Roma Creative Contest, Italië
- Quindici19, Italië
- Ambassade van Rusland
- Ambassade van Indonesië
- Ambassade van Brazilië
- Buitenlandse distributeurs: Aug&ohr medie (Berlijn), Promofest (Madrid), Tobis Film (Berlijn), Festagent (Moskou), Digital 104 Film Distribution (Tenerife).

Nationale partners

- Dutch filmers academy, Hilversum
- Miss beauty of the Netherlands
- Werkgevers service punt Gooi en Vechtstreek
- Kijkwijzer, Hilversum
- Beeld en Geluid, Hilversum
- AMF researchediensten, Hilversum
- CampusDoc, Utrecht
- ROC van Amsterdam, Hilversum
- On Stage ROC Flevoland, Almere
- Top sponsors
- Studio Opmerkelijk, Amersfoort
- Ziggo, Utrecht
- Data Video, Utrecht
- Studio 21, Hilversum
- The Outsiders, Amsterdam

Lokale Partners

- MediaSchool, Hilversum
- Dutch Filmers Academy, Hilversum
- Versa Vrijwilligerscentrale, Hilversum
- Filmtheater Hilversum
- Het Organisatiekantoor, Amsterdam
- Shooten.nl, Amersfoort

Sponsors

- BVHilversum, Hilversum
- Miss Pearl, Den Haag
- Misura Sartoria, Amersfoort
- NCD, Doorn
- Afdeling Geluk, Hilversum
- Amrath hotels, Hilversum
- AV Sales, Nijkerk
- Baroqco, Engeland
- Besseling, Hoevelaken
- Egripment, Nederhost den Berg
- Regardz, Amersfoort
- Meeús, Hilversum
- SBF, Veenendaal
- Skoda, Hilversum
- Sligro, Hilversum
- Fletcher Hotels, Amersfoort
- Unbranded, Hilversum

Subsponsors

- Kox & Ramak Music Design Studio, Amersfoort
- VDH Media, Nieuwegein
- The Host Facility Services, Hilversum
- Dutch Moving Media, Hilversum
- CineFox, Amsterdam
- Kimono, Hilversum
- Pro Facilities, Drachten
- Protime, Waddinxveen
- Miss Sjerpen, Amsterdam
- Accordo notarissen, Amersfoort
- NH Hoteles, Amersfoort, Bussum, Naarden
- Ai Bamboe, Hilversum
- Luxonos, Soest
- Smit en Dorlas, Mijdrecht
- Ai Uchi, Hilversum
- De Vlaggen Producent, Soest
- Sign2Plus, Hilversum

Nationale media partners

- Enter Media, Weesp
- NH Nieuws, Amsterdam
- Ziggo, Utrecht
- ANP, Rijswijk
- Cinema.nl
- De Filmkrant, Amsterdam
- Glamourland, Amsterdam
- BDU Uitgevers, Barneveld
- Hilversums nieuws, Weesp
- Veronica magazine, Amsterdam

6.2 Goede doelen 2017

Zoals elk jaar ondersteunt SCENECS onder andere via haar programmering en PR een goed doel. Dit jaar heeft er een samenwerking plaatsgevonden met de goede doelen van 2016 en met een nieuw goed doel, namelijk Kids Rights. De overige goede doelen voor 2017 waren Stichting Opkikker, stichting Vier het Leven en Muziekids.

6.3 PR voor financiers/sponsors

Voor SCENECS is het enorm belangrijk om zo uitgebreid mogelijk aandacht aan haar financiers en sponsors te besteden. Hieronder ziet u een overzicht van de middelen en momenten waarop de financiers en sponsors aan het publiek gepresenteerd zijn;

- Logo, naam en/of indien beschikbaar een commercial tijdens alle reclameblokken in alle bioscoopzalen gedurende het festival.
- Logo/naamvermelding in het programmaboek
- Logo/naamvermelding op de website met een doorlink naar de site van de instelling
- Indien beschikbaar advertenties in het programmaboek
- Logo/naamvermelding op flyers en posters
- Logo/naamvermelding in een dankadvertentie in de krant
- Logo/naamvermelding op sponsorbanners

7 FEITEN EN CIJFERS

7.1 Deelnemende producties

In totaal werden dit jaar 659 producties ingezonden uit in totaal 74 diverse landen. Uit de ingezonden producties werden 62 producties geselecteerd voor de programmering.

7.2 Winnaars

Op vrijdag 2 juni werd het Grand Gala Award Event in Studio21 in Hilversum georganiseerd. Tijdens deze avond werden de winnaars in diverse categorieën bekend gemaakt.

De winnaars van SCENECS 2017 zijn:

Categorie: Fictie kort

Titel: The Wedding Patrol

Regie: Rogier Hardeman

Land: Duitsland

Categorie: Fictie

Titel: Tenderness

Regie: Emilia Zielonka

Land: Polen

Categorie: Documentaire

Titel: Closer to Maarten

Regie: Raimond Griembergen

Land: Nederland

Categorie: Vue Audience Award

Titel: A Lifetime of Love

Regie: Carilijne Pieters

Land: Nederland

Categorie: Ziggo Best Acting Talent

Winnaar: Tim Douwsma (voor zijn rol in de film "Spaak")

Land: Nederland

Categorie: Stadsfonds Hilversum Talent Award

Titel: Always move forward

Regie: Fergus Riem Vis

Land: Nederland

Categorie: Oeuvre Prijs

Winnaar: Jeroen Beker

Criteria: De beste ondersteuning en inspiratie voor nieuw talent in de filmindustrie

7.4 Bezoekersaantallen

SCENECS heeft bij haar elfde editie in totaal **18.264** bezoekers mogen ontvangen. Hiervan zijn er 10.841 betalende bezoekers geweest. Niet betalende bezoekers zijn educatiedeelnemers, prijswinnaars, genodigden en medewerkers/relaties van partnerorganisaties/sponsors die vrijkaarten hebben gekregen.

De bezoekersaantallen zijn als volgt opgebouwd:

- Festivaldagen VUE 13082
- Festivaldagen Filmtheater 1605
- Studenten award uitreiking 1448
- Grand Gala Award Event 1040
- Campus programma 1089

TOTAAL 18264 bezoekers

De leeftijd van de bezoekers wordt in grote lijnen geschat tussen de 17 en 65 jaar. Deze bezoekers waren uit diverse steden afkomstig. Naast de bezoekers uit regio Gooi, lag de concentratie in 2017 op grotere steden zoals Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Den Haag.

7.5 Deelnemers

Aan de competitie van deze editie deden 56 films van debutanten mee. Tijdens de festivaldagen waren er 21 buitenlandse en 28 Nederlandse filmmakers aanwezig.

7.6 Samenvatting financieel verslag 2017

Totale lasten activiteiten

Organisatie	19,6%	€	103.669
Uitvoering	51,8%	€	273.658
Marketing & publiciteit	26,8%	€	141.636
Nazorg & verantwoording	1,7%	€	8.860
Onvoorzien	0,0%	€	-

Totaal generaal lasten

€ 527.823

Totale baten activiteiten

Publieksinkomsten	14,8%	€	77.998
Sponsors	58,5%	€	308.870
Subsidies	13,7%	€	72.500
Fondsen	12,9%	€	68.000
Eigen bijdrage stichting SCENECS	0,1%	€	455

Totaal generaal baten

€ 527.823

8 TOEKOMSTVISIE EDITIE 2018

Aan de hand van de resultaten en de reacties van de deelnemers en het publiek, kunnen we concluderen dat we een mooie editie in 2017 hebben gehad. Desondanks moet de organisatie van SCENECS scherp en kritisch blijven en haar programmering, processen en organisatie blijven verbeteren.

Aan de hand van interne en externe evaluaties zijn onder andere de volgende verbeterpunten voor de komende editie naar voren gekomen:

- Blijven investeren in het bereiken van (nieuwe) bezoekers, om meer (terugkerende) bezoekers aan te trekken. Via marketing, maar ook via inhoudelijke samenwerkingen met relevante Hilversumse organisaties / initiatieven.
- Bij communicatie uitingen consistenten zijn met stijl en de manier waarop dat gebeurt.
- Enkele promotie/communicatie uitingen eerder gereed hebben en verspreiden.
- Meer inzet op het bereiken van en samenwerken met internationale gemeenschappen om zo het internationale karakter van het festival zichtbaarder vorm te geven.
- De internationale uitstraling van het festival breder doortrekken in de programmering en uitvoering, zoals Engelse ondertiteling bij alle films.
- Gemaakte afspraken beter op papier zetten, zodat de externe partijen zich ook aan de gemaakte afspraken houden.

BIJLAGE 01 - FOTO'S SCENECS EDITIE 2017

