

Persbericht

Warner Bros. Pictures promoot Dune via in-feed reclame met Invibes Advertising en blue2purple

Gent, 12 oktober 2021 – Invibes Advertising en blue2purple hebben hun samenwerking kracht bijgezet met een nieuwe campagne voor Warner Bros. Pictures. Die liep van 17 tot 29 september 2021 ter promotie van de film *Dune*, die nu in de bioscoop draait.

Om ruchtbaarheid te geven aan de Belgische release van [Dune](#), een film van regisseur Denis Villeneuve, heeft [Warner Bros. Pictures](#) ook online, in-feed reclame ingeschakeld. Het productiebedrijf nam hiervoor contact op met blue2purple en Invibes Advertising. Met het digitale reclameplatform van Invibes kunnen organisaties eenvoudig audiovisuele reclame integreren in redactionele artikels van mediawebsites.

“Invibes Advertising en blue2purple hebben er een werkelijk interactieve showcase van gemaakt, volledig aangepast aan het online publiek”, verklaart **Justine Dries, Marketing Manager bij Warner Bros. Pictures**. “Met het in-feed format kunnen we trailers, beelden, recensies en informatie over onze films tonen, het is erg compleet. We kunnen via de commercials surfers ook gemakkelijk toegang geven tot een online ticketingsysteem, waar ze hun plek in de bioscoop reserveren. Eerder hadden we voor onze films *Tom & Jerry*, *In The Heights* en *Malignant* al gebruik gemaakt van in-feed content met Invibes. Het concept zet onze producties echt in de online schijnwerpers.”

In-feed reclame vergroot impact

Met zijn in-feed formats garandeert Invibes Advertising een betere conversie van surfers. Het platform heeft een bereik van 200 miljoen unieke bezoekers, dankzij een netwerk van 1.000 partnersites in heel Europa.


Sami Battikh, Country Director Frankrijk en Benelux bij Invibes Advertising, zegt: “Het vertrouwen van Warner Bros. Pictures - een wereldwijde referentie in entertainment - is een belangrijke erkenning voor ons. Het is inmiddels bijna een jaar geleden dat we ons in België vestigden en ondanks de pandemie zitten we op de geplande kruissnelheid. We zullen onze positie in België verder versterken, met extra focus in veelbelovende sectoren als technologie, mode, banken, huishoudtoestellen, energie, enzovoort. En we kijken ook naar toerisme en entertainment, twee segmenten die het sinds kort weer goed doen zoals blijkt uit het huidige fenomeen *Dune*.”

Warner Bros. Pictures voerde eerder al campagnes met Invibes Advertising, meer bepaald voor de films *In The Heights* en *Tom & Jerry*. Ze zorgden respectievelijk voor 250.000 en 235.000 weergaves. Op basis van die goede prestaties beslisten

blue2purple en de filmstudio om hun samenwerking met het digitale reclameplatform voort te zetten.

Voorbeelden van de Dune-campagne:


Voorbeeld 1 – Full Play



A Facebook advertisement for the movie 'Dune: Part Two'. The main image shows the title 'DUNE' in a glowing, golden, stylized font against a dark background with intricate geometric patterns. A speaker icon is in the top left, and the Warner Bros. (WB) logo is in the top right. Below the image, the text reads 'Dune, nu in de bioscoop' and 'De langverwachte laatste film van Denis Villeneuve'. A blue 'Ontdekken' button is on the right. At the bottom right, it says 'Inspired by invibes'.

Dune, nu in de bioscoop
De langverwachte laatste film van Denis Villeneuve

[Ontdekken](#)

Inspired by  invibes

Voorbeeld 2 – Invibes Play RS



A Facebook advertisement for 'Dune: Part Two'. The main image shows a close-up of a character with dark hair, looking intensely at the camera. A quote is overlaid: 'Een groot man gaat niet op zoek naar macht.' A speaker icon is in the top left, and the WB logo is in the top right. Below the image, the text reads 'Dune, nu in de bioscoop'. A rating of 'Lieven Trio ★★★★★' is shown. Below the rating, the text says 'De big screen experience is definitief terug van weggeweest. Een...'. A blue 'Ontdekken' button is on the right. At the bottom right, it says 'Inspired by invibes'.

Een groot man gaat niet op zoek naar macht.

Dune, nu in de bioscoop

Lieven Trio ★★★★★

De big screen experience is definitief terug van weggeweest. Een...

[Ontdekken](#)

Inspired by  invibes

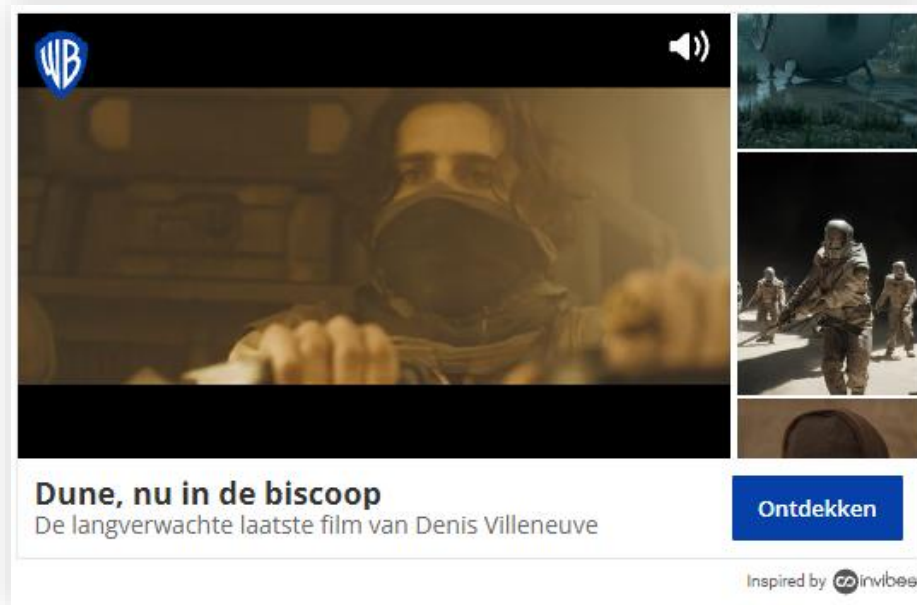
[Voorbeeld 3 – Invibes Cinema](#)



[Voorbeeld 4 – Invibes Play C](#)



Voorbeeld 5 – Play Reel



Over blue2purple

blue2purple is een onafhankelijk Belgisch adviesbureau voor digitale media-aankopen. Het pakt samen met adverteerders de digitale uitdagingen rond media-investeringen aan. blue2purple stelt een team van gepassioneerde experts ter beschikking en de meest geavanceerde digitale middelen. De adviseurs werken in team bij de klanten, of leveren consultancy op basis van methodologieën om een performant ecosysteem te vormen.

Bezoek www.blue2purple.com voor meer informatie.

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising maakt geavanceerde technologie voor de publicatie van digitale reclame. Zijn vernieuwende publicitaire aanbod is gebaseerd op een in-feed reclameformat, tussen online persartikels.

Invibes heeft zijn format geïnspireerd op sociale netwerken en zijn technologie helpt merken beter communiceren met consumenten. Ze is geoptimaliseerd voor verspreiding op een gesloten netwerk van mediawebsites zoals Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer en vele andere. Onder zijn klanten vinden we grote merken zoals Mercedes, Samsung, Levis en IBM.

Invibes Advertising is opgericht in 2011 en staat genoteerd op Euronext Growth in Parijs (ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316). Voor meer informatie, bezoek www.invibes.com.

Onze recentste persberichten vindt u op:

<https://www.invibes.com/be/nl/investors.html>

Volg het laatste nieuws van Invibes Advertising live:

LinkedIn @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes_adv

PR-contacten:

Contactpersoon in de Benelux

Sami Battikh

Country Director

sami.battikh@invibes.com

+33 6 09 17 46 98

Perscontact

Factivity

Philémon Heutte

philemon@factivity.be

+32 477 97 66 02