

IMPACT CAMPAGNE

THE
MIND GAME

FILMPACT

BEVRIJDINGSFILMS
VZW

Prospektor

IMPACT CAMPAGNE

THE MIND GAME

Filmpact zet een impact campagne op poten waarbij de documentaire *The Mind Game* de hefboom vormt tot actie, interactie en uitiem ook sociale verandering.

Deze documentaire is een indringende en verhelderende film die de impact toont van onze asielprocedure op jonge minderjarige asielzoekers in België.

Met een uitgebreide campagne gaan we de film inzetten om de sociale cohesie in gemeenten met een asielcentrum te versterken, om de buddywerking laagdrempeliger te maken en om de perceptie van jongeren over asielzoekers bij te stellen en te nuanceren.

THE
MINDGAME

De campagne start in maart 2024
met een reeks acties die lopen tot midden 2025.

Verder willen we de film duurzaam implementeren in
zowel het onderwijs (regulier & OKAN onderwijs), als in
de training en opleiding van
toekomstige hulpverleners voor mensen met een
migratieachtergrond.

We lanceren deze campagne in samenwerking met
Sajid Khan Nasiri (protagonist en co-regisseur) en
deze prioritaire campagnepartners:
Fedasil, het Rode Kruis, Agentschap Integratie en
Inburgering (AI), Federatie Mondiale Democratische
organisaties (FMDO), Refu Interim, SOS kinderdorpen
en JEF.

THE
MINDGAME

FILMPACT

BEVRIJDINGSFILMS
VZW

"It was a fake smile. A game on myself."

Prospektor & KRO-NCRV present

THE MIND GAME

a film by Sajid Khan Nasiri, Eefje Blankevoort & Els van Driel

DIRECTED BY SAJID KHAN NASIRI, EEFJE BLANKEVOORT & ELS VAN DRIEL. CAMERA: TON PETERS NSC, MAARTEN KRAMER NSC, EEFJE BLANKEVOORT
EDITOR: FRANCESCO INDACO. SOUND: ELS VAN DRIEL. COSTUME DESIGNER: WILHELM HENS ZIMMERMAN. COMPOSER: RUI REIS MAIA. CATALYST: JOHN THORBORG
PRODUCED BY LAURA VERDIJN. FILM DESIGNER: JELLE PETER DE RUITER. CO-PRODUCER: YOLANDE VAN DER BLIJ

SHADOW
GAME

Prospektor CoBo krooncrv

© 2023 Prospektor/KRO-NCRV

Een impact campagne?

Een impact campagne is een doordachte strategie met sociale impact als ultiem doel.

Deze elementen worden afgebakend binnen de strategie:

DE DOELGROEP

Wie willen we bereiken?

HET IMPACT DOEL

Welke impact willen we bereiken bij die doelgroep?

DE IMPACT ACTIE

Met welke actie bereiken we dit impact doel?

DE STRATEGISCHE PARTNERS EN EXPERTS*

Met welke organisaties realiseren we bovenstaande plannen?

*De partners en experts zijn een cruciale schakel in een impact campagne omdat de impact doelen mede door hen worden bepaald. Die ontstaan vanuit een sociale nood of urgentie die zij ervaren binnen hun expertise en praktijk. Bovendien hebben zij ze vaak ook de schakel naar het juiste publiek.

Impact campagne

The Mind Game

Doelgroep 1

DOELGROEP

Jongeren in een onderwijscontext

IMPACT DOEL

**Een groter bewustzijn creëren rond het
lot van jonge vluchtelingen**

IMPACT ACTIE

**Schoolvoorstellingen van de film met
ruime omkadering**

STRATEGISCHE PARTNERS EN EXPERTS

JEF

Jeugdfilmorganisatie

Mastershot

Productiehuis voor digitale content

Wendy Montellano

Filmmaker met migratieachtergrond

Bilal Abbas

Intercultureel deskundige Fedasil

Machelen

THE
MIND GAME

EXTRA INFO BIJ IMPACT ACTIES

We zetten **nagesprekken** op bij de film met met Sajid Khan Nasiri.

We lanceren een **call to action** en roepen jongeren op hun stem te laten horen!

We verzamelen feedback & opinies rond het thema migratie met beeldopnamen.

Met de **workshop Mobile Journalism** worden jongeren ondergedompeld in de uitdagingen van mobiele journalistiek.

We zetten **reflectiesessies** op onder de noemer '**Memories of Home**' op voor jongeren met een vluchtverleden. Hiermee wordt ingespeeld op het belang van herinneringen voor de ontwikkeling van hun identiteit in een nieuwe context.

Een digitaal educatief lespakket biedt context bij de film en reikt de leerkracht methodieken aan om actief in de klas rond de film & thematiek te werken.

Impact campagne

The Mind Game

Doelgroep 2

DOELGROEP

Vlamingen en asielzoekers in gemeenten met een asielcentrum

IMPACT DOEL

Vlamingen en nieuwkomers leren elkaar beter kennen. We versterken de sociale cohesie van de gemeente.

IMPACT ACTIE

**Filmvertoningen in gemeenten met een asielcentrum + call to action:
Word een buddy!**

STRATEGISCHE PARTNERS

**Fedasil, Rode Kruis, Refu Interim, FMDO*
locale buddywerkingen verbonden All**,
SOS Kinderdorpen**

*Federatie van Mondiale en Democratische Organisaties

**Agentschap Integratie en Inburgering

THE
MINDGAME

EXTRA INFO BIJ IMPACT ACTIES

Bij elke vertoning volgt een getuigenis van een duo buddy & nieuwkomer uit de buurt en lanceren we een warme oproep aan het publiek om zich kandidaat te stellen als buddy.

Een buddy is vaak een cruciale eerste schakel naar integratie. Net zoals Sajid Khans buddy 'Uncle Belgium' die we zien de film.

Waar dat past in het programma organiseren we speeddates en potlucktafels om spontane ontmoetingen te vergemakkelijken tussen Vlamingen en nieuwkomers.

Impact campagne

The Mind Game

Doelgroep 3

DOELGROEP

Beleidsmakers en politici

IMPACT DOEL

**Pleiten voor een betere
traumabegeleiding en een minder harde
scheiding tussen -18/+18 in de zorg voor
jonge vluchtelingen**

IMPACT ACTIE

**Filmvertoning voor de nieuwe commissie
die bevoegd is voor het beleid van asiel
en migratie.**

STRATEGISCHE PARTNERS

**Lobby organisaties: Vluchtelingenwerk
Vlaanderen, 11.11.11, Amnesty
International, SOS Kinderdorpen en
Caritas**

THE
MINDGAME

EXTRA INFO BIJ IMPACT ACTIES

Het is bij deze cruciaal om de stem van de jonge vluchtelingen deel laten uitmaken van dit debat én ook de verzamelde opinies van jongeren (zie doelgroep 1) hierbij te laten horen.

We zetten deze filmvertoning op na de verkiezingen van 2024 voor de nieuwe delegatie politici die bevoegd is voor domein asiel en migratie. We stimuleren een dialoog tussen de politici en de sleutelorganisaties uit het middenveld om de noden uit de praktijk aan te kaarten.

Synthese impact campagne!

Doelgroepen

- Jongeren in een onderwijscontext
- Vlamingen en asielzoekers in gemeenten met een asielcentrum
- Beleidsmakers en politici bevoegd voor asiel & migratie

Impact doelen

- Een groter bewustzijn creëren rond het lot van jonge vluchtelingen
- Sociale cohesie versterken in gemeenten met een asielcentrum
- Meer aandacht voor traumabegeleiding en een minder harde scheiding tussen -18/+18 in de zorg voor jonge vluchtelingen.

Impact acties

- Schoolvoorstellingen van de film met ruime omkadering + jongeren oproepen om hun stem te laten horen.
- Vertoningen in gemeenten met asielcentra + oproep naar buddies
- Vertoning voor nieuwe commissie asiel en migratie + dialoog met middenveld

Strategische partners & experts

- Fedasil, Rode Kruis, Refu Interim, FMDO, Agentschap Integratie en Inburgering en SOS Kinderdorpen, Vluchtelingenwerk Vlaanderen, 11.11.11, Amnesty International, SOS Kinderdorpen, Caritas, JEF, Mastershot, Wendy Montellano en Bilal Abbas.



Meer info?

Volg ons!

Via de instagrampagina [@themindgame_film](#)
en blijf op de hoogte van vertoningen en de campagne.

The Mind Game maakt deel uit van een groter multimediaal project met oa de eerste documentaire *Shadow Game*, shortdocs, fotoverhalen, onderzoek, sneakpeek... Meer info vind je [online](#).

The Gambling Game van SKaGeN

Ontdek ook deze multimediale theaterproductie geïnspireerd op *Shadow Game* & *The Mind Game*. Die gaat in première op 21.03.24 - [MEER INFO](#)

Zelf een vertoning organiseren?

Info via filmdistributeur [Bevrijdingsfilms](#)
Een specifieke vraag over vertoning?
Mail naar Rik Loens rloens@bevrijdingsfilms.be

Meer info over deze impact campagne?

Contact: Tine Van Dycke - impact producent
tine@filmpact.be - tel 0479 613814

FILMPACT

Impact, dat maak je. Met films. Daar zijn wij bij Filmpact rotsvast van overtuigd. Film is een krachtige eyeopener die mensen kan mobiliseren om samen een verschil te maken. Film houdt een spiegel voor, roept vragen op en verbreedt je kijk op de wereld. Het kan dat eerste dominosteentje worden dat al de rest in beweging zet. Het kan de start zijn van verandering.
<https://www.filmpact.be/>

THE
MINDGAME