**MARKNADSFÖRINGS- OCH DISTRIBUTIONSPLAN**DOKUMENTÄR- OCH KORTFILM

*I formuläret ska de uppgifter anges som man har vid den aktuella tidpunkten och formuläret ska uppdateras när lanseringen framskrider.*

**1. GRUNDLÄGGANDE UPPGIFTER**

***UPPGIFTER OM PRODUKTIONEN***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Datum | dd.mm.åååå | Manusförfattare |       |
| Filmens titel |       | Regissör |       |
| Titel på engelska |       | Produktionsbolag |       |
| Längd  | min. | Producent  |       |
| Huvudsakligt språk i dialog |       | M&D-ansvarig i produktionsbolaget |       |
| Genre  | drama-, dokumentär, eller animationsfilm eller film för barn eller unga i långfilmsformat |
| Huvudroller |       |
| Produktionskostnader totalt |       |
| Produktionsstöd från Finlands filmstiftelse |       |
| Tv-kanal som finansierar/visar (Finland) |       |
| Tv-kanaler som finansierar/visar (internationellt) |       |
| Försäljningsbolag |       |

***MARKNADSFÖRING***

|  |  |
| --- | --- |
| Distributionsbolagets ansvariga person |       |
| Kommunikationsansvarig |       |
| Sociala medier-ansvarig |       |
| ***DISTRIBUTION*** |  |  |  |
| Distributionsbolag |       | Publikmål för biografdistribution (högsta mål) |       |
| Premiärdatum i biografer |       | Publikmål för biografdistribution (lägsta mål) |       |
| Antalet dukar vid premiär (uppskattning) |       | Publikmål (1:a veckoslutet) |       |
| Break-even point i biografdistribution (uppskattning) |       | Publikmål (1:a visningsveckan) |       |
| Tidsplaner för visnings- och distributionsfönster |       |
| Försäljningsmål för visnings- och distributionsfönster |       |

***FINANSIERING***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Uppskattad totalkostnad för M&D |      € |  |
| Ansökt marknadsförings- och distributionsstöd från Finlands filmstiftelse |      € |      % |
| Annan finansiering |      € |      % |
| Självfinansiering |      € |      % |

***KOSTNADER (siffror från kostnadskalkylen för m&d)***

|  |  |
| --- | --- |
| Testvisning och exit poll |       |
| Marknadsföring |       |
| Biografdistribution |       |
| Utgivning på fysisk bärare (DVD/ Blu-ray) |       |
| Digital utgivning (EST/VOD) |       |
| Sammanlagda kostnader, totalt |       |

***VINSTFÖRDELNING (procent av distributionsavtal)***

Distributionsbolagets %-andel Produktionsbolagets %-andel

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Biografdistribution, Finland |       |       |
| Fysisk bärare |       |       |
| VOD |       |       |
| Pay TV |       |       |
| Free-TV |       |       |
| Annat, vad?       |       |       |

**2. PLAN FÖR LANSERINGEN**

***FILM OCH REGISSÖR***

|  |
| --- |
| Sammanfattning av filmens handling för marknadsföringen:      |
| Beskrivning av filmen och dess tema för marknadsföringen:      |
| **Inhemska jämförelsefilmer** Hämta siffrorna från Finlands filmstiftelses statistik: [ses.fi/katsojaluvut/](https://www.ses.fi/katsojaluvut/) Använd endast de filmer som finns i den officiella statistiken och siffrorna för dem.  |
| **Filmens titel** | **Regissör** | **Utgivningsår** | **Publik i biograferna** |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
| Regissörens och rollbesättningens betydelse och utnyttjande i lanseringen:      |
| Regissörens tidigare filmer (titel, år, publikantal):      |

***MÅLGRUPP***

|  |
| --- |
| Primär målgrupp och dess storlek:      |
| Sekundär målgrupp och dess storlek:      |

***MARKNADSFÖRINGS- OCH DISTRIBUTIONSSTRATEGI***

|  |
| --- |
| Målsättningar och strategi för uppnåendet av målen:      |
| SWOT (styrkor, svagheter, möjligheter, hot):Styrkor     Svagheter     Möjligheter     Hot      |
| SWOT-analys Hur och med vilka åtgärder hanteras SWOT-analysens resultat?      |
| Marknadsförings- och distributionsstrategi (målsättningar och strategi för uppnåendet av målen, huvudbudskap och teman, kommunikationsstrategi osv.)      |

***TIDSPLAN FÖR LANSERINGEN***

|  |
| --- |
| Hela tidsplanen för lanseringen under filmens livscykel och de viktigaste åtgärdspunkterna      |
| Ansvarsfördelningen mellan distributions- och produktionsbolaget i olika skeden      |

***KONKURRENSSITUATION I BIOGRAFDISTRIBUTIONEN***

|  |
| --- |
| Andra filmer som har premiär (ange datum) samtidigt (+/- 2 veckor från premiären)      |
| Motivering för val av tidpunkt (filmens potential i konkurrensen med tanke på målgrupper, dukar och kommunikation)      |

***TESTVISNING OCH EXIT POLL FÖR FILMEN (resultaten bifogas som bilaga till ansökan i det elektroniska systemet)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Testvisning genomförs av |       | Tidpunkt |       |
| Mål för testvisningen      |
| Hur kan man reagera på testvisningens resultat tidsmässigt och hur har resurserna för detta ordnats?      |
| Hur reagerar man på resultaten från exit poll?      |

**3. ÅTGÄRDER**

***VISUELLT UTTRYCK OCH MATERIAL***

|  |
| --- |
| Affischer, teaser, trailer, digitala medier (webbplats osv.), reklam, exempel på visuellt uttryck (presenteras på valfritt sätt)      |

***KOMMUNIKATION***

|  |
| --- |
| Evenemang och åtgärder före inspelningen      |
| Evenemang och åtgärder under inspelningen      |
| Evenemang och åtgärder före biografdistributionen      |
| Medievisningar och turné (orter, tidsplan, deltagare)      |

***REKLAM***

|  |
| --- |
| **Printmedia** Viktigaste medier     Tidpunkt      |
| **Tv-kampanj**Kanaler     Tidpunkt      |
| **Radiokampanj**Kanaler     Tidpunkt      |
| **Utomhusreklam**Orter     Tidpunkt      |
| **Digitala medier**Sociala medier, innehållsmarknadsföring, influerarmarknadsföring       |
| **Annan mediesynlighet**      |

***SAMARBETSPARTNER***

|  |
| --- |
| Samarbetspartner      |
| Samarbetsformer       |
| Hur utnyttjas partnerskapet i marknadsföringen av filmen?      |

***PÅVERKANSARBETE***

|  |
| --- |
| Planering och genomförande av filmens påverkansarbete (impact & outreach)[ ]  För filmen planeras eller genomförs en påverkanskampanj |
| Om du svarade ja, beskriv kort målen för påverkansarbetet (önskad påverkan, att förstå gemenskapen, att mäta engagemanget, vilka åtgärder som krävs, verifiering av påverkan):Skriv text genom att klicka här. |
| Hur stödjer påverkanskampanjen filmens marknadsförings- och distributionsplan?      |
| Eventuell tidsplan för påverkanskampanjen, orter, deltagare      |
| Har man bekräftat några partner till påverkansarbetet?[ ]  Nej [ ]  Ja, följande partner är bekräftade:Skriv text genom att klicka här. |

***FESTIVALSTRATEGI OCH TIDSPLAN (i Finland och internationellt)***

|  |
| --- |
| Hur utnyttjas festivaldistributionen i lanseringen av filmen?       |
| Lista över inhemska och internationella festivaler till vilka filmen har antagits/erbjudits/planeras att erbjudas       |

***TILLGÄNGLIGHET***

|  |
| --- |
| Textning för hörselskadade och syntolkning för synskadade är sedan början av 2019 obligatorisk för drama- och dokumentärfilmer i långfilmsformat. Om dialogen i filmen huvudsakligen är på något annat språk än finska eller svenska, kan filmstiftelsen bestämma om att befria filmen från syntolkningsförpliktelsen. Om befrielse meddelas skriftligen.[ ]  Filmen har försetts eller kommer att förses med syntolkning och undertexter för personer med hörselnedsättning.[ ]  Filmen är befriad från syntolkningsförpliktelsen. Filmen har försetts eller kommer att förses endast med undertexter för personer med hörselnedsättning. |
| Enligt vilken tidsplan kommer dessa åtgärder att genomföras eller har genomförts? Vem kommer att ansöka eller har ansökt om stöd för dessa åtgärder?       |
| Distributionskanaler där syntolkning eller undertexter för personer med hörselnedsättning utnyttjas |
| **Syntolkning** | **Undertexter för personer med hörselnedsättning** |
| [ ]  Biografdistribution | [ ]  Biografdistribution |
| [ ]  DVD/Bluray | [ ]  DVD/Bluray |
| [ ]  VOD/EST, vilken plattform: | [ ]  VOD/EST, vilken plattform: |
| [ ]  Annat, vad: | [ ]  Annat, vad: |
| Hur utnyttjas dessa i olika distributionskanaler? Hur kommuniceras ärendet till exempelvis biografer och strömningstjänster? Vad har avtalats?      |
| Kommer biografversioner göras på andra språk än de inhemska språken? Om ja, vilka språk?      |
| Andra eventuella specialvisningar eller tillgänglighetsåtgärder      |

**4. DISTRIBUTIONSPLAN**

|  |
| --- |
| **Biografdistribution**Antalet dukar (uppskattning)     Premiärorter     Distributionsansvar efter biografdistribution, ansvarsfördelning?      |
| **Distribution på DVD/Blu-ray** Utgivningsdatum     Distributör     Uppskattning om distributionens framgång och åtgång      |
| **EST/VOD-distribution**Utgivningsdatum     Distributör     Uppskattning om distributionens framgång och åtgång      |
| **Tv-visningar**Tidpunkt     Kanal      |

**5. UNDERSKRIFTER**

DistributionsbolagProduktionsbolag

Namn Namn

BILAGOR TILL ANSÖKAN:

[ ]  Kostnadskalkyl
 [ ]  Finansieringsplan
[ ]  Distributionsavtal

[ ]  Samarbetsavtal
[ ]  Sökandens tidsenliga bilagor om registrerad sammanslutning (se [stödguide](https://www.ses.fi/sv/stodverksamhet/stodguider/stodguide-marknadsforings-och-distributionsstod-for-dokumentar-och-kortfilmer/))

[ ]  Andra bilagor: Här kan du specificera de övriga bilagorna