**MARKNADSFÖRINGS- OCH DISTRIBUTIONSPLAN**LÅNG FIKTIONSFILM

*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 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? |

***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 |
| EST/VOD, vilken plattform: | EST/VOD, 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/marknadsforings-och-distributionsstod-for-langa-fiktionsfilmer/))

Andra bilagor: Här kan du specificera de övriga bilagorna