**DATO FOR INDSENDELSE:**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PROJEKT TITEL:**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PITCH:**

**Filmens pitch til publikum – max. 4 linjer**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**FILMENS PRÆMIS:**

**Formulér kort filmens præmis i en sætning eller to og supplér med overvejelserne bag. Følg gerne op med overvejelser om filmens forventede tematik(ker).**

*(Filmens præmis er filmens bærende idé og kan formuleres som en påstand eller et spørgsmål.)*

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PUBLIKUM:**

**Præsentér filmens forventede målgruppe(r) og underbyg med overvejelserne bag.**

**Primær målgruppe:**

*(Den målgruppe filmen primært forventes at appellere til og dermed skal positioneres i forhold til)*

**Evt. sekundær målgruppe:**

*(Den/de målgruppe(r) filmen sekundært forventes at appellere til og dermed skal positioneres i forhold til)*

**POSITIONERING:**

**Præsentér hvordan publikum skal opleve filmen, før de har set den. Supplér gerne med overvejelser omkring filmens styrker og udfordringer i mødet med publikum.**

*(I positioneringen fremhæves de aspekter af filmen, som – gerne sammen med filmens præmis – vil appellere særligt til filmens publikum. Positioneringen bør danne grundlaget for det videre arbejde med PR- og lanceringsstrategi samt kampagneelementer.)*

**DISTRIBUTIONS- OG LANCERINGSOVERVEJELSER:**

**Præsentér kort filmens distributionsvinduer samt jeres overvejelser omkring lanceringsstrategi og mulige samarbejdspartnere.**

**SUCCESKRITERIER:**

**Præsentér de foreløbige kvantitative og/eller kvalitative succeskriterier for filmens møde med publikum.**

**INITIATIVER TIL UDVIKLING AF LANCERING OG DISTRIBUTION:**

**Præsentér initiativer i forhold til udvikling og/eller tilrettelæggelse af filmens distribution og lancering, som igangsættes parallelt med produktionen.**

*(Dette kan fx være præcisering af målgruppe, positionering, strategi, opdyrkelse af samarbejdspartnere, sikring af PR-stills, tests/undersøgelser, udformning af kampagneelementer etc. Udgifterne kan indgå i produktionsbudgettet, hvis dette godkendes af DFI).*