

## KRITERIER FOR FILM STØTTET PÅ MARKEDSORDNINGEN

Markedsordningen støtter film med populærkulturelle kvaliteter, der gennem emne, historie eller fortælleform henvender sig til et bredt publikum, eller til et bredt publikum inden for en særlig målgruppe, fx børn og unge. Filmene skal have både *kvalitet* og *publikum*, og begge kriterier skal vurderes overvejende positivt, for at en film kan modtage støtte. Nedenfor følger en uddybning af kriterierne, og den måde som de vil blive anvendt på.

### KVALITET

Kvalitet på Markedsordningen er film som på en original og inkluderende måde handler om forhold, der har relevans og interesse for et stort publikum. *Kvalitet* på Markedsordningen vurderes ud fra:

#### *Fortælling*

Filmens fortælling vurderes på baggrund af manuskriptets kvalitet. Det er en dramaturgisk vurdering af historiens tema, præmis, genre, karakterer, forløb, plot og struktur, og en vurdering af om fortællingen har den nødvendige klarhed og tilgængelighed for et bredt publikum, fx i forhold til identifikation med karaktererne, underholdende kvaliteter og indfrielse af forventninger.

#### *Produktion*

Filmen skal have en høj produktionsmæssig kvalitet med hensyn til lyd, billede, produktionsdesign, musik, mv. Der skal være tale om en teknisk og håndværksmæssig kvalitet, der mindst er på højde med danske film som helhed. Det vurderes ud fra de produktionsmæssige og økonomiske forhold, bl.a produktionskoncept, hold, selskab, budget og finansiering og gennemførlighed.

#### *Markedsposition*

Filmen skal have en *unik* markedsposition i forhold til det samlede udbud på markedet, og være bredt appellerende og inkluderende. Filmens fortælling og genre skal være genkendelig for publikum, men filmen skal ikke være en gentagelse. Ordningen skal afvise det gentagende, det kopierede og det ordinære.

### PUBLIKUM

Film støttet på Markedsordningen skal have et stort publikumspotentiale. Filmene skal ikke nå et bestemt estimat, men de skal støttes ud fra forventning om, at de vil have et publikum, der er større end gennemsnittet. Filmenes *publikum* vurderes ud fra:

#### *Potentiale*

Filmens publikumspotentiale og markedets interesse vurderes på baggrund af manuskript, hold og cast, samt viden om publikumspræferencer og -adfærd. Det er en vurdering af filmens primære målgruppe og eventuelle sekundære målgrupper. I vurderingen skal målgrupperne beskrives, begrundes i forhold til filmen og anslås størrelsesmæssigt. På den baggrund skal filmens samlede publikumspotentiale estimeres.

### *Distribution*

Filmens distributionspotentiale vurderes med udgangspunkt i marketing- og distributionsplanen og andet materiale, som indgår i ansøgningen. Det er en vurdering af filmens landsdækkende premierepotentiale og samlede publikumspotentiale i biografen på baggrund af antallet af bookninger og biografer.

### *Markedsføring*

Filmens markedsføringsstrategi vurderes med udgangspunkt i marketingplan- og budget og med vægt på brand, positionering og unikke selling points, herunder vurdering af art work, filmens billede, musik, stil og lignende. Det er en vurdering af markedsføringsplanens originalitet og potentiale i forhold til at ramme filmens primære og øvrige målgrupper.

Redaktionens vurdering er en samlet kvalitativ vurdering af filmens kvalitet og filmens publikum, og der anvendes ikke kvantitative metoder i vurderingen. Vurderingen tager udgangspunkt i den enkelte films særegenhed, og der er ikke tale om, at alle kriterier skal vægtes i samme omfang, men at begge hovedkriterier om kvalitet og publikum skal vurderes overvejende positivt.