|  |  |
| --- | --- |
| **DET DANSKE FILMINSTITUT** |  |
| **LANCERINGSOPLÆG**  ***For DFI er det at forholde sig tidligt til publikum uadskilleligt fra at vurdere filmprojektets kvalitet. Det betyder, at publikums oplevelse altid er væsentlig og kvalificerende i produktionen af et filmprojekt samt i forventningsafstemning af projektets succeskriterier.***    *For DFI bliver det at arbejde med publikum som kvalitativ størrelse uadskilleligt fra det at vurdere filmprojektets kvalitet, og det betyder, at publikums oplevelse altid er til stede i vurderingen og udviklingen af et filmprojekt.*  *For DFI bliver det at arbejde med publikum som kvalitativ størrelse uadskilleligt fra det at vurdere filmprojektets kvalitet, og det betyder, at publikums oplevelse altid er til stede i vurderingen og udviklingen af et filmprojekt.* | |
|  | |
| **(**udfyldes af instruktør og/eller producer) | |

**PITCH**

*(max 4 linjer)*

**FILMENS PRÆMIS**

**Hvad er filmens præmis?**

*(Formuler kort filmens præmis/bærende ide i en sætning eller to. Følg gerne op med overvejelser om filmens forventede temaer.)*

**PUBLIKUM**

**Hvem er filmens publikum? Og hvilken oplevelse vil filmen give publikum?**

*(hensigten med ovenstående spørgsmål på udviklingsstadiet er at forventningsafstemme og skærpe filmens udvikling kunstnerisk og i forhold til at møde et publikum (stort eller lille))*

**FILMENS STYRKER OG SVAGHEDER I MØDET MED PUBLIKUM?**

*(Identificér og forhold jer kort til, hvor projektets styrker og svagheder er i forhold til et evt. senere møde med publikum)*

**POSITIONERING**

**Hvordan skal publikum opleve filmen, før de har set den?**

*(I positioneringen af filmen fremhæves de aspekter af filmen, som typisk vil appellere til publikum/målgruppen (bl.a. genre, cast, relevans, identifikation, aktualitet, etc.) gerne i kombination med filmens præmis.)*

**SUCCESKRITERIER**

**Hvad er de kvalitative og kvantitative succeskriterier for filmens møde med publikum?**

*(aktualitet, anfægtelse, eksperiment, overraske, bevæge, udfordre, debatskabende, underholde, stærkt liv på festivaler, billetsalg)*

**DISTRIBUTION**

**Hvilke tanker gøres på nuværende tidspunkt omkring filmens fremtidige distribution på tværs af vinduer?**

**MATERIALER TIL LANCERING**

**Skitser jeres overvejelser omkring sikring af elementer under optagelserne, der kan bruges i den videre kommunikation/lancering.**

*(For at optimere og sikre filmens fremtidige kommunikationspotentiale foretages en række overvejelser forud for optagelserne – herunder overvejelser omkring valg af nøglescener/stillmotiver/evt. tilknytning af stillfotograf etc.)*