**DATO FOR UDFYDELSE:**

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

**PROJEKTETS TITEL:**

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

**PRÆMIS:**

**Hvad er projektets præmis? Max 1-2 sætninger.**

*(Præmissen er projektets bærende idé eller den konklusion, som publikum forventes at drage efter at have set projektet)*

**Supplér gerne med overvejelser om projektets forventede tema(er).**

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

**PUBLIKUM:**

**Hvem er projektets publikum? Og med hvilken begrundelse?**

**POSITIONERING:**

**Hvilket indtryk ønskes det, at publikum har af projektet, inden de har set det?**

*(I positioneringen fremhæves de aspekter af projektet, som – gerne sammen med præmissen – vil appellere særligt til projektets publikum.)*

**Supplér gerne med overvejelser om projektets både styrker og udfordringer i forhold til mødet med publikum.**

**PITCH TIL PUBLIKUM – max 4 linjer:**

**DISTRIBUTIONS- OG LANCERINGSOVERVEJELSER:**

**Hvad er projektets forventede distributionsvinduer? Og hvad er overvejelserne omkring lanceringsstrategi og mulige samarbejdspartnere i forhold til de relevante distributionsvinduer?**

**SUCCESKRITERIER:**

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

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

**Hvilke initiativer i forhold til udvikling og/eller tilrettelæggelse af projektets distribution og lancering igangsættes nu parallelt med projektets tilblivelse?**

*(Dette kan fx være afsøgning og præcisering af interessenter, samarbejdspartnere og/eller målgrupper, positionering, strategi, tests/undersøgelser, sikring af stills, udformning af kampagneelementer etc. Udgifterne kan indgå i produktionsbudgettet, hvis dette godkendes af Filminstituttet).*