

Gefaseerde opbouw distributie speelfilm, animatiefilm en documentaire

FASE 1 – VOORNEMEN TOT SUBSIDIEVERLENING REALISERING | VISIE OP UITBRENG

In de aanvraag geven de **producent en de regisseur zelf een korte visie op de uitbreng** met daarin ideeën over:

- de positionering van de filmproductie met daarin onder meer een beschrijving van de must see factor, genre, aanduiding arthouse/cross over of mainstream en het beoogde publieksbereik
- swot-analyse, waarin de sterke en de zwakke punten van de filmproductie worden genoemd, alsmede de kansen en de bedreigingen.
- een marktvergelijking met vergelijkbare filmtitels en de door die films behaalde resultaten

Om te komen tot een voornemen tot verlening van de realiseringsbijdrage dient de visie op de uitbreng voldoende te zijn uitgewerkt. Naar het oordeel van het Fonds moet daarbij voldoende vertrouwen bestaan in de positionering en het beoogde publieksbereik.

Indien er bij de aanvraag verklaringen (intenties of garanties) van een eventuele distributeur, salesagent, omroep en/of andere exploitanten gevoegd zijn dan wegen die mee in de beoordeling. Bij een aanvraag voor een cross over of mainstream film wordt de *projectmanager marketing & distributie* actief betrokken bij de productioneel-zakelijke beoordeling van het geselecteerde filmplan.

FASE 2 – BESLUIT TOT SUBSIDIEVERLENING REALISERING | DISTRIBUTIESTRATEGIE

In dit stadium is een **intentie- dan wel garantieverklaring** van een filmdistributeur vereist. De producent dient tevens een **marketing- en distributiestrategie** in te leveren die in overleg met de distributeur is samengesteld.

Daarin (verder) uitgewerkt de punten uit Fase 1:

- de positionering van de filmproductie met daarin onder meer een beschrijving van de must see factor, genre (arthouse/cross over/mainstream) en een specificatie van de doelgroep
- swot-analyse, waarin de sterke en de zwakke punten van de filmproductie worden genoemd, alsmede de kansen en de bedreigingen.
- een marktvergelijking met vergelijkbare filmtitels en de door die films behaalde resultaten

En daarnaast:

- de beoogde releasedatum en grootte van de uitbreng toegelicht door de aanvrager.
- de (voorlopige) marketing- en distributiekosten gesplitst in een begroting van de producent en een begroting van de filmdistributeur
- de estimates van de verschillende exploitatievormen met doorberekening naar terugbetaling/recoupment, inclusief het break-even point voor de distributeur (vooral van belang bij mainstream en cross over films)
- potentie artistiek: festivals, speciale vertoningen of buitenlandse distributie (vooral van belang bij arthouse films)

Om te komen tot een besluit tot verlening van de realiseringsbijdrage dient de distributiestrategie in Fase 2 voldoende uitgewerkt te zijn. Naar het oordeel van het Fonds moet daarbij voldoende vertrouwen bestaan in het bereiken van een optimaal publieksbereik.

Bij een film met een zeer beperkte commerciële maar hoge artistieke potentie kan het zijn dat de film minder geschikt is voor een reguliere bioscoopuitbreng. In een dergelijk geval dient de

alternatieve distributiestrategie te overtuigen. Dan dient dat in deze fase ter beoordeling aan het Fonds voorgelegd te worden.

Bij een positieve beoordeling kan een producent voor een Documentairefilm, een Onderzoek & experiment-project of een Korte Film een *aanvullende bijdrage voor marketingactiviteiten* in de realiseringsfase aanvragen.

FASE 3 - UITVOERINGSOVEREENKOMST | DISTRIBUTIEOVEREENKOMST

Voor een speelfilm, lange animatiefilm of documentaire die zowel in Fase 1 als 2 positief beoordeeld is moet uiterlijk voorafgaand aan de uitvoeringsovereenkomst een gedetailleerde **overeenkomst met de filmdistributeur** aangeleverd worden waarin wordt aangegeven wat de eventuele minimum garantie (ofwel investering in de productiekosten) en/of investering in prints & advertising zal zijn, tegen welke voorwaarden de film zal worden geëxploiteerd (fees, kosten en royalty verdeling) en voor welke vormen van exploitatie er wordt gekozen. Indien van toepassing dient ook een overeenkomst met een sales agent aangeleverd te worden.

FASE 4 – WERKOPIE VERTONING | MARKETING & DISTRIBUTIEPLAN

Na vertoning van werkkopie kunnen de ingediende onderdelen van de distributiestrategie worden aangevuld met nieuwe informatie en/of gedetailleerde uitwerking. Op basis daarvan kan een ***voortgangsgesprek plaatsvinden tussen het Fonds, de filmdistributeur en de producent.***

Uit de *marketing- en distributiebegroting* moet blijken wat de voorgenomen financiële inspanning van zowel producent als filmdistributeur rond de uitbreng zal zijn.

Daarnaast bevat het *marketing- en distributieplan* de volgende aanvullingen op de distributiestrategie uit fase 2:

- het publiciteits-, advertentie- en promotieplan. De free publicity-aanpak, uitgewerkt in een tijdsplan met stadia van voorpubliciteit tot bioscoopuitbreng, een toelichting op de strategie voor social media, virals, online en acties
- de (beoogde) communicatiepartners; media, (non) commerciële organisaties, omroepen
- een concurrentie analyse wat betreft de uitbreng van vergelijkbare filmtitels in dezelfde periode (indien mogelijk)
- een toelichting op de creatieve strategie en de visuele elementen in de campagne (w/o poster, teaser, trailer, cross trailering)
- een (creatieve) marketingstrategie hoe specifiek deze film in de markt onder de aandacht te brengen
- bij kinder- en jeugdfilm een strategie omtrent filmeducatie
- vanuit de producent dient de festivalstrategie en internationale uitbreng aangevuld te worden.

De producent en/of distributeur houdt de *projectmanager marketing & distributie* op de hoogte van het verdere verloop van het marketing en distributietraject.

Een speelfilm, lange animatiefilm of documentaire, die met een reguliere realiseringsbijdrage van het Fonds is gerealiseerd kan in aanmerking komen voor een beperkte *bijdrage in de bioscoopdistributie en bijbehorende marketing* (zie Hoofdstuk 2 Financieel & Productieel Protocol – Richtbedragen).