



## AYUDAS A LA PRODUCCIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES

DOSSIER DEL PROYECTO MODELO PLAN DE DISTRIBUCIÓN				
AGRUPACIÓN DE INTERÉS ECONÓMICO: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			CONVOCATORIA:	
PRODUCTORA SOLICITANTE:				
TÍTULO:		AÑO:		NACIONALIDAD:
CATEGORÍA:				
LARGOMETRAJE DE FICCIÓN <input type="checkbox"/>	LARGOMETRAJE DE ANIMACIÓN <input type="checkbox"/>	DOCUMENTAL <input type="checkbox"/>	CORTOMETRAJE <input type="checkbox"/>	CORTOMETRAJE DE ANIMACIÓN <input type="checkbox"/>

A. DIFUSIÓN, LANZAMIENTO Y CAMPAÑA DE DISTRIBUCIÓN DE LA OBRA AUDIOVISUAL	
CONCEPTO:	IMPORTE:
ELABORACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA:	
· Piezas promocionales de difusión y lanzamiento	
· Difusión	
· Campaña de instalación de la película	
<b>TOTAL:</b>	
ELABORACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA (descripción de la campaña publicitaria):	
IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (target, mercado, ámbito, periodo...):	



B. PREVISIÓN DE GASTOS DE LANZAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN EN SALAS DE EXHIBICIÓN	
CONCEPTO:	IMPORTE:
<b>A- TIRAJE DE COPIAS</b>	
· Master digital de la película y/o avance	
· Duplicado digital de la película y/o avance	
· Clave de protección (KDM) Internegativo óptico de la película y/o avance	
· Copias en 35mm de la película y/o avance	
· Gastos en concepto de VPF (virtual print fee)	
· Otros (especificar):	
<b>B- SUBTITULADO</b>	
<b>C- DOBLAJE</b>	
<b>D- PUBLICIDAD</b>	
<b>D1. MATERIALES</b>	
· Diseño, adaptación e impresión del cartel (publi. exterior)	
· Diseño e impresión folletos, dísticos y similares Diseño e impresión cartel (publi. salas cinematográficas)	
· Diseño de anuncios para prensa e Internet Producción de anuncios para TV y cuñas para radio	
· Otro material publicitario (especificar):	
<b>D2. COMPRA Y ALQUILER DE ESPACIOS</b>	
· Televisión	
· Radio	
· Diarios y Suplementos	
· Revistas	
· Exterior	
· Internet	
· Salas cinematográficas	
· Otros espacios (especificar):	
<b>E- MATERIALES DE PROMOCIÓN</b>	
· Dosieres, envíos y proyecciones de prensa	
· Contratación específica de agentes de prensa y publicistas	
· Gastos viaje promoción estreno (limitados)	
· Recepciones, fiestas y eventos promocionales estreno	
· Investigación mercado (test proyección, materiales, etc..)	



· Página específica y otras aplicaciones para internet de la película	
· Nuevas tecnologías de distribución	
· Otros (especificar):	
<b>TOTAL:</b>	

### C. PREVISIÓN RAZONADA DE INGRESOS EN LA DISTRIBUCIÓN

CONCEPTO:	IMPORTE:
DISTRIBUCIÓN EN SALAS	
DISTRIBUCIÓN EN PLATAFORMAS Y OTROS (ESPECIFICAR)	
OTROS	
<b>TOTAL:</b>	

### INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA



## INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACIÓN DEL MODELO DE PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y LANZAMIENTO EN SALAS DE EXHIBICIÓN

El modelo de plan de distribución y lanzamiento incluye tres apartados que deben ser cumplimentados.

En el apartado A. “Difusión, lanzamiento, campaña de distribución y plan de lanzamiento en salas de exhibición de la obra audiovisual” deberá describir brevemente los aspectos relacionados con la campaña de publicidad y la determinación del público objetivo según los campos habilitados para ello.

En el apartado B. “Previsión de gastos de lanzamiento y distribución en salas de exhibición”, deberán indicarse el nombre de los medios empleados para el lanzamiento de la obra audiovisual, así como el nombre, localización y número de copias de las distribuidoras, junto a los costes incurridos en la campaña.

En el apartado C. “Previsión razonada de ingresos en salas de exhibición”, podrá escribir razonadamente la previsión de ingresos que se esperan y cuantificarlo posteriormente en la casilla correspondiente.

Una vez cumplimentada la información requerida rellene los datos de la productora y el proyecto que aparecen en el pie de página para completar la identificación del modelo.