

XXI EDIÇÃO

CAMINHOS FILM FESTIVAL

27 de Novembro a 5 de Dezembro de 2015
Coimbra

PROPOSTA DE PARCERIA



 CAMINHOS
DO CINEMA PORTUGUÊS

Centro de Estudos
 C.E.C.
Cinematográficos

Breve Descrição de capacidade de Comunicação e Planos de Apoio ao Festival

Desde 1988 tivemos o privilégio, enquanto organização de ver e (con)viver com o melhor da produção nacional portuguesa ao longo das últimas XX edições, mas igualmente de acompanhar a evolução de toda a indústria cinematográfica portuguesa. Abrimos o evento aos Juniores, às Escolas de Cinema, às editoras e livreiros, à toda a produção portuguesa transformando-o na verdadeira montra do cinema nacional em Portugal. Uma montra, que tem apostado em aproximar os criadores, todos os criadores, dos seus públicos, apostando na interacção em todos os níveis.

A vigésima edição conseguiu associar-se a fortes marcas nacionais através do naming de alguns dos prémios do festival. Alcançar parcerias com marcas como a FNAC, Melom, Europcar é sinal de reconhecimento e qualidade do evento a nível nacional. O festival tem assumido nas últimas edições, cada vez mais, um papel social não só de mobilizar e sensibilizar, mas acima de tudo despertar consciências. Através de iniciativas conjuntas do festival com os parceiros, como foi o caso do Instituto Português do Sangue e da Transplantação (IPST) e dos Serviços de Acção Social da Universidade de Coimbra na disponibilização de ofertas de atividades de tempo parcial para estudantes carenciados.



De realçar o programa Portugal Sou Eu, promovido pelo Ministério da Economia, através da parceria com a AEP - Associação Empresarial de Portugal que visa a valorização da produção nacional e como tal, todos os produtos oferecidos às crianças que participaram em massa às sessões dos Caminhos Juniores eram de produção nacional.

Comissão de Honra da última edição

Com o Alto Patrocínio de Sua Excelência
O Presidente da República Prof. Doutor Anibal Cavaco
Silva

Com o Alto Patrocínio de Sua Excelência, pelo segundo
ano consecutivo,
A Presidente da Assembleia da República Doutora
Assunção Esteves

Sua Excelência O Primeiro Ministro
Doutor Pedro Passos Coelho

Secretário de Estado da Cultura
Jorge Barreto Xavier

Magnifico Reitor da Universidade de Coimbra
Prof. Doutor João Gabriel Silva

Vice-reitora da Universidade de Coimbra
Doutora Clara Almeida Santos

Presidente da Câmara Municipal de Coimbra
Dr. Manuel Machado

Director do Instituto do Cinema Audiovisual I.P.
Dra. Filomena Serras Pereira

Presidente da Direcção da Federação Portuguesa de
Cineclubes
Dra. Natacha Moreira

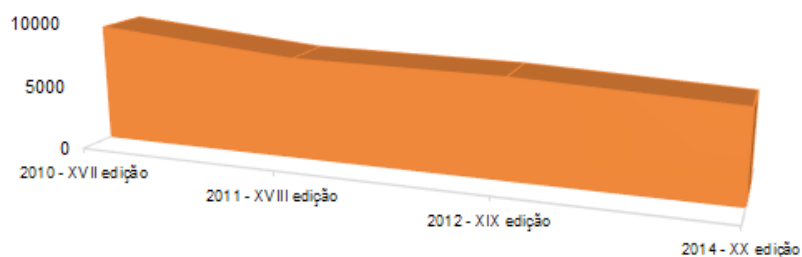
Turismo do Centro de Portugal
Dr. Pedro Machado

Director do Teatro Académico Gil Vicente
Dr. Fernando Matos de Oliveira

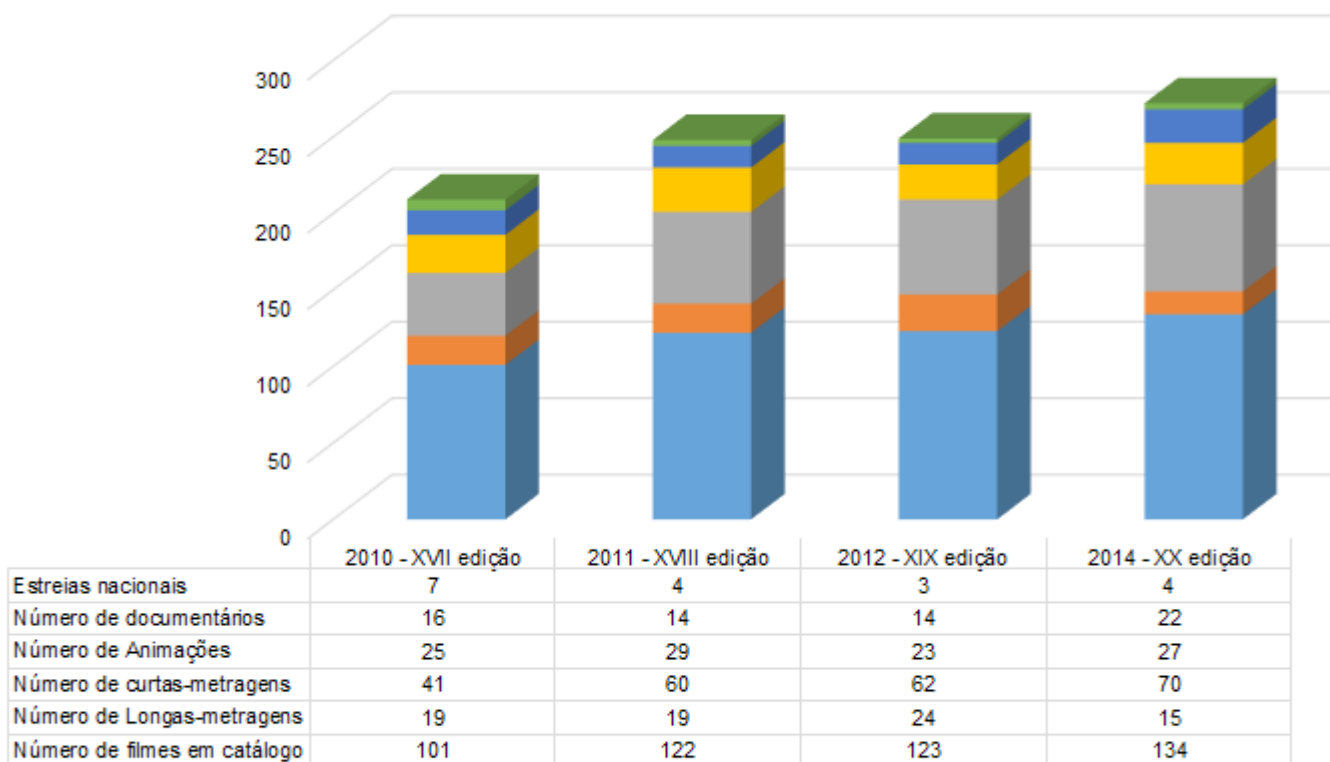
Evolução dos espectadores e programação nas últimas edições



Audiências 2010 - 2014



Programação das últimas 4 edições



■ Número de filmes em catálogo
 ■ Número de Longas-metragens
 ■ Número de curtas-metragens
■ Número de Animações
 ■ Número de documentários
 ■ Estreias nacionais

Área geográfica de promoção do festival

Com forte divulgação nos distritos de Coimbra, Viseu, Leiria, Aveiro, Porto e Lisboa.

Divulgação a nível nacional protocolada com vários municípios nos seus circuitos de cartazes.

Meios de divulgação a produzir com inclusão de todos os parceiros do festival

- 500 cartazes Mupi.
- 500 cartazes 70*50cms
- 500 cartazes A3
- 500 cartazes A4
- 500 cartazes “Call for Entries” dirigidos a todas as produtoras cinematográficas e escolas artísticas portuguesas.
- 1000 cartazes dedicados ao programa de formação Cinemalogia dirigidos a escolas artísticas e de comunicação portuguesas
- 5000 vouchers “de boas-vindas” para novos alunos da Universidade de Coimbra e Instituto Politécnico de Coimbra. Permite uma sessão grátis aos novos alunos da cidade.
- 2000 convites direcionados à Comissão de Honra, individualidades de reconhecido mérito cultural e artístico, governação e entidades patrocinadoras e seus parceiros.
- 25000 programas do festival

Os municípios poderão ainda receber extensões do festival, onde todos os parceiros e spots publicitários figurarão nos mesmos moldes que durante o festival.

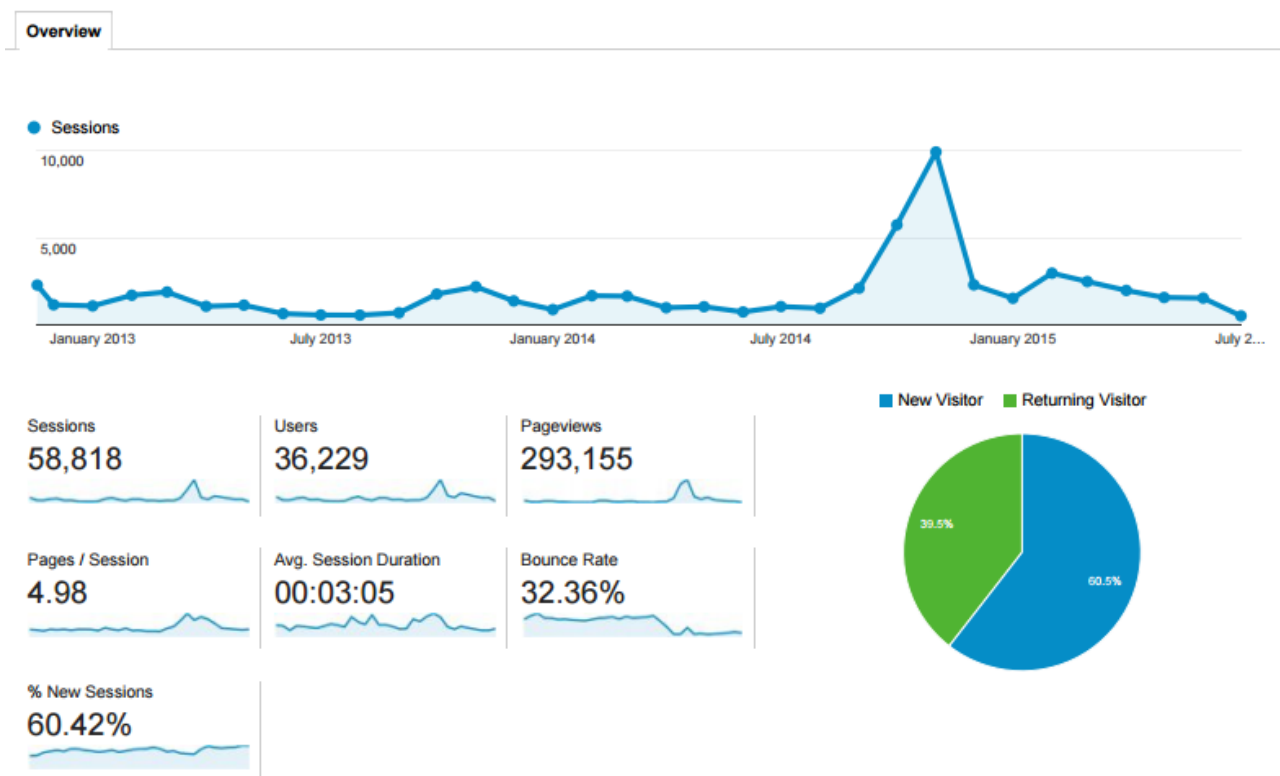
- 20000 programas do programa do curso de Cinema Cinemalogia
- 3000 Postais
- 4000 livros de actividade Caminhos Juniores
- 300 certificados de participação no festival e no programa de formação
- 500 catálogos de festival distribuídos aos convidados e imprensa.
- 4 Outdoors na cidade de Coimbra
- 2000 pins
- 300 sacos tira-colo
- 10000 autocolantes divulgação do festival
- 30000 flyers do festival a distribuir em todas as estações da CP
- 10000 flyers a distribuir pelas lojas FNAC a nível nacional

Renovação de parcerias de divulgação com os Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra e Autocarros Moisés com 8 óculos traseiros de autocarro a promover o evento.



Capacidades de comunicação do festival

Site www.caminhos.info com 36.229 visitantes, em que mais de 60% são novos visitantes.



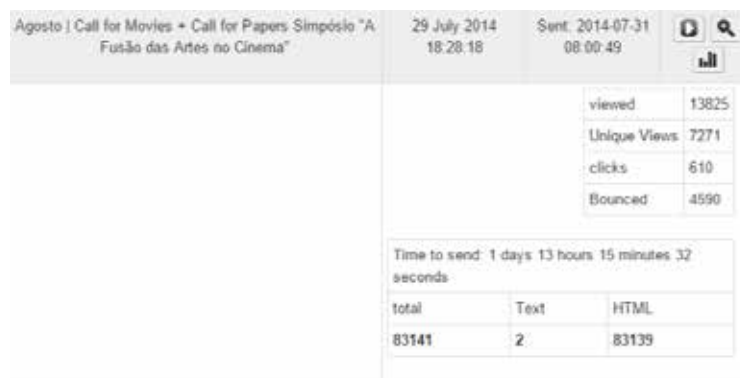
STATISTICS OVERVIEW

Listing 31 to 40

	SENT	INCL	INDEX	WORDS
Centenas de Orensá P... or Movies	2540	548	0	265
DATE: 11 SEP 2014 / RATE: 11.35 %				
Agosto Call for Mo... no Cinema"	82818	4690	4	7271
DATE: 14 JUL 2014 / RATE: 1.28 %				
Actividades em Maio... Portugal	72406	4426	1	3547
DATE: 22 MAY 2014 / RATE: 1.16 %				
Brevemente / Cham... rama Final	71046	6283	0	8342
DATE: 4 APR 2014 / RATE: 12.71 %				
Actividades em Abril... Portugal	73434	6717	0	5999
DATE: 28 APR 2014 / RATE: 1.39 %				
Actividades em Março... Portugal	61156	5025	0	3942
DATE: 8 MAR 2014 / RATE: 1.62 %				
Brevemente - Cham... de Março!	90064	3781	2	6710
DATE: 21 FEB 2014 / RATE: 14.82 %				

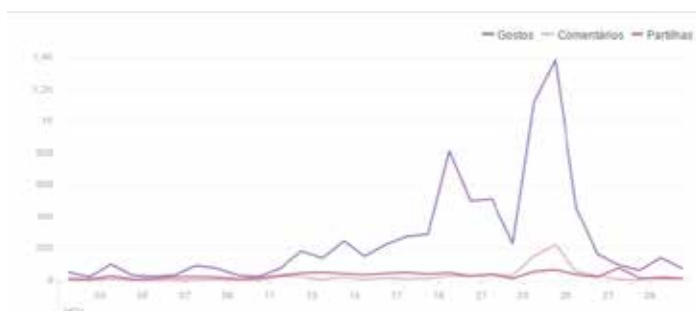
Newsletter do festival

Actualmente, com 100000 subscritores, com uma média de leitura na ordem dos 10% e de 1% em clicks.



Facebook do festival com 11700 seguidores

Alcance orgânico de comunicação chega a atingir os 15000 utilizadores do facebook durante o mês de Novembro.



Comunicação com a imprensa da XX edição

A vigésima edição do festival Caminhos do Cinema Português contou com várias presenças nos meios televisivos, radiofónicos, impressos e online nacionais e internacionais. De destacar os dois directos televisivos em espaços noticiosos de grande audiência. O primeiro, na RTP Informação, fechou o bloco noticioso das 19h e contou com uma entrevista de resumo do festival ilustrada, em peça previamente lançada para o ar, com imagens do documentário Pára-me De Repente o Pensamento, película vencedora do Grande Prémio “Portugal Sou Eu” do festival.

No Porto Canal, a entrevista estendeu-se por todos os eixos da programação do evento, permitindo apresentar publicamente os seus vários projectos e secções.

De destacar, ainda, são as reportagens emitidas no programa Portugal em Directo (RTP 1 e RTP Internacional) acerca da programação do festival, no Jornal das 9 (RTP2) e da presença no programa Portugal Alive do Porto Canal.

No caso da rádio, a cobertura fez-se, fundamentalmente, através de peças noticiosas elaboradas pela Antena 1.

É, ainda, de destacar, a produção própria, realizada pela equipa de imprensa do festival que, através do site oficial, produziu uma média de três notícias diárias e um acompanhamento fotográfico permanente.

As estatísticas das redes sociais e de visitas ao site oficial apresentaram um crescimento na ordem dos 100% em relação ao ano anterior.

O A Cuarta Parede, site espanhol de cinema, destacou um jornalista para o festival e publicou um resumo alargado.



Alguns dos órgãos de comunicação social que elaboram peças sobre o festival

- RTP Informação
- RTP2.
- SIC online
- TVI24
- Porto Canal
- Centro TV
- ESEC TV
- Antena 1
- Observador
- Revista VIP
- Lusa
- Correio da Manhã
- Cultur'Arte Mag
- Notícias de Coimbra

Alguns números:

- 10 minutos em directo na televisão nacional
- 36 minutos de tempo de antena em televisão e rádio nacional
- 180 menções em órgãos de comunicação social nacionais e internacionais
- 1330 visualizações nos conteúdos produzidos para youtube



Planos de apoio e contrapartidas oferecidas pelo festival

1 — Plano Platina

Naming ao festival

→ XXI edição Caminhos do Cinema Português “*Empresa parceira*” o que permitirá inserir o nome da “*Empresa parceira*” em destaque em toda a divulgação e comunicação com a imprensa do festival. Todas as referências ao evento serão com este nome.

→ Flâmula postal comemorativa da XXI edição com o nome do festival Caminhos do Cinema Português “*Empresa parceira*” durante as 4 semanas antecedentes ao festival em toda a correspondência do centro de distribuição de Coimbra. A flâmula posta não é realizada no centro de distribuição postal de Coimbra há cerca de vinte anos. A última foi realizada por ocasião da Queima das Fitas de 1993.

→ Inserção de banner no topo das newsletter, 100.000 subscritores,

→ Inserção de publicidade na página principal do festival à “*Empresa parceira*”

→ Página inteira em jornal nacional a produzir.
Valor comercial — 14190€
Referência: <http://www.controlinveste.pt/storage/ng2553718.pdf>

→Prémio Grande Prémio do Festival “*Empresa parceira*”

→Spot publicitário de 15” no início de todas as sessões regulares. Estão previstas mais de noventa sessões.

→Dupla Página no catálogo oficial do festival junto aos alto-patrocínios.

→Atribuição de duzentos convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

→Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 30890€

Contrapartidas pedidas à “*Empresa parceira*”

→ Apoio financeiro de 20.000€

→Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.

Este apoio pode ser protocolado para uma ou mais edições.



2 — Plano Ouro

Naming da “Seleção Caminhos” para “Seleção Caminhos “Empresa parceira”

- Banner no topo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros.
- Banner no rodapé do site oficial
- 1/2 página no encarte de um jornal nacional
Valor comercial 9550€.
- Spot publicitário de 15’ no início de cada sessão.
- Dupla Página no catálogo oficial do festival junto aos alto-patrocínios.
- Prémio Melhor Longa-Metragem “*Empresa parceira*”
- Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival em posição de destaque.
- Atribuição de cento e cinquenta convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”
- Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 16600€

Contrapartidas pedidas à “Empresa parceira”

- Apoio financeiro de 10.000€
- Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.

3 — Plano Prata

Naming da Secção “Ensaaios” para “Ensaaios Empresa parceira”

- Banner no fundo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros
- Banner no rodapé do site oficial
- rodapé no encarte de um jornal nacional,
Valor comercial de 3300€
- Spot publicitário de 15” no início de cada sessão
- Dupla Página no catálogo oficial do festival junto aos alto-patrocínio.
- Prémio Melhor Ensaio Internacional “*Empresa parceira*”
- Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival em posição de destaque.
- Atribuição de cem convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”
- Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 9000€

Contrapartidas pedidas à “Empresa parceira”

- Apoio financeiro de 6.000 €
- Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.



4 — Plano Bronze

Naming da Secção Caminhos Juniores para “Caminhos Juniores “Empresa parceira”

- Banner no fundo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 80000 membros
- Banner no rodapé do site oficial
- rodapé no encarte de um jornal nacional, Valor comercial de 3300€
- Spot publicitário de 15” no início de cada sessão
- Dupla Página no catálogo oficial do festival junto aos alto-patrocinio.
- Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival em posição de destaque.
- Atribuição de cem convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”
- Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente.

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 8000€

Contrapartidas pedidas à “Empresa parceira”

- Apoio financeiro de 4.000 €
- Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta ao público desta secção, estima-se que rodem as 3500/4000 crianças do concelho de Coimbra.



5 — Plano PRÉMIO OFICIAL

Naming de um dos seguintes Prémios:

- Grande Prémio do Festival
- Prémio para a Melhor Longa-metragem
- Prémio para a Melhor Curta-metragem
- Prémio para a Melhor Animação
- Prémio para o Melhor Documentário
- Prémio Revelação

- Banner no topo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros
- Rodapé no encarte de um jornal nacional, Valor comercial de 3300€
- Rodapé no encarte de um jornal nacional
- Spot publicitário de 15” no início de cada sessão
- Página no catálogo oficial do festival
- Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival
- Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.
- Atribuição de cinquenta convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 6500€

Contrapartidas pedidas à “Empresa parceira”

- Grande Prémio do Festival - Apoio financeiro de 5.000 €
- Naming Prémio - Apoio financeiro de 3.500 €
 - * Melhor Longa-metragem
 - * Melhor Curta-metragem
 - * Melhor Animação
 - * Melhor Documentário
 - * Prémio Revelação
- Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.

6 — Plano PRÉMIO OFICIAL

Naming de um dos seguintes Prémios:

- Grande Prémio do Festival
- Prémio para a Melhor Longa-metragem
- Prémio para a Melhor Curta-metragem
- Prémio para a Melhor Animação
- Prémio para o Melhor Documentário
- Prémio Revelação

→Banner no topo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros

→Rodapé no encarte de um jornal nacional, Valor comercial de 3300€

→Rodapé no encarte de um jornal nacional

→Spot publicitário de 15” no início de cada sessão

→Página no catálogo oficial do festival

→Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival

→Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.

→Atribuição de cinquenta convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 6500€

Contrapartidas pedidas à “*Empresa parceira*”

→ Grande Prémio do Festival - Apoio financeiro de 5.000 €

→ Naming Prémio - Apoio financeiro de 3.500 €

- * Melhor Longa-metragem
- * Melhor Curta-metragem
- * Melhor Animação
- * Melhor Documentário
- * Prémio Revelação

→ Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.

7 — Plano PRÉMIO DO PÚBLICO “*Empresa parceira*”

→Banner no rodapé de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros

→Rodapé no encarte de um jornal nacional, Valor comercial de 3300€.

→Naming do Prémio do Público “*Empresa parceira*”.

→Spot publicitário de 15” no início de cada sessão

→Página no catálogo oficial do festival

→Presença do logo da “*Empresa parceira*” em destaque nas fichas de sala e boletins de voto

→Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival

→Atribuição de cinquenta convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

→Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 6000€

Contrapartidas pedidas à “*Empresa parceira*”

→Apoio financeiro de 4.000 €

→ Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.



8 — Plano PRÉMIO Categoria Técnica

Naming de um dos seguintes Prémios:

- Melhor Actor;
- Melhor Actor Secundário;
- Melhor Actriz;
- Melhor Actriz Secundária;
- Melhor Direcção Artística;
- Melhor Fotografia;
- Melhor Guarda Roupa;
- Melhor Realizador;
- Melhor Caracterização;
- Melhor Montagem;
- Melhor Som;
- Melhor Argumento Original;
- Melhor Argumento Adaptado;
- Melhor Banda Sonora Original;

→Spot publicitário de 15” no início de cada sessão

→Página no catálogo oficial do festival

→Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival

→Possibilidade de acções de promoção directas aos espectadores junto à entrada do Teatro Académico de Gil Vicente e do Conservatório de Música de Coimbra.

→Atribuição de vinte convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 3500€

Contrapartidas pedidas à “*Empresa parceira*”

→Apoio financeiro de 2.000 €

→ Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.

9 — Plano Divulgação de Produto

→Banner no fundo de todas as Newsletters enviadas aos cerca de 80000 membros

→Banner no rodapé do site oficial

→Spot publicitário de 15” no início de cada sessão

→Logo da “*Empresa parceira*” no material de divulgação do festival

→Página no catálogo oficial do festival

→Atribuição de vinte convites para os parceiros e colaboradores da “*Empresa parceira*”

Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 1500€

Contrapartidas pedidas à “*Empresa parceira*”

→Apoio financeiro de 500 €

→ Cedência de produtos “*Empresa parceira*” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.



10 — Plano Latão

→ Logo em todas as Newsletters enviadas aos cerca de 100.000 membros

→ Logo da “Empresa parceira” nas redes sociais do festival.

→ Logo da “Empresa parceira” no material de divulgação do festival

→ 1/4 de página no catálogo oficial do festival

→ Atribuição de dez convites para os parceiros e colaboradores da “Empresa parceira”



Avaliação Comercial das contrapartidas oferecidas: 800€

Contrapartidas pedidas à “Empresa parceira”

→ Apoio financeiro de 100 €

→ Cedência de produtos “Empresa parceira” para oferta aos convidados do festival de onde se destacam as equipas de júris, comissão de honra.



NOTA:

O Festival está abrangido pela lei do mecenato. Todos os donativos, em produto ou valores poderão ser majorados a nível fiscal em 120%.

Os parceiros do festival poderão ter aceitação, para efeitos fiscais, como custos, até ao limite de 6/1000 do volume de vendas e/ou dos serviços prestados, dos donativos concedidos, majorados em 20%. Os donativos atribuídos ao abrigo de contratos plurianuais celebrados para fins específicos, beneficiam de uma majoração de 30%.

Fonte: <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/primeiro-ministro/secretario-de-estado-da-cultura/quero-saber-mais/sobre-o-ministerio/mecenato-cultural.aspx>

Mais fotos do evento e vídeo:

→ https://www.facebook.com/caminhoscinema/photos_stream

→ www.flickr.com/caminhos_cinema_portugues

Clipping online (ainda em actualização das edições anteriores):

→ <http://bundlr.com/u/ccp>

Relatórios detalhados das edições XX e XIX em:

→ www.caminhos.info/docs/relatorio2014.pdf

→ www.caminhos.info/docs/relatorio2012.pdf

Projecto da XXI edição em:

→ www.caminhos.info/docs/projecto2015.pdf

