

Innowacje w sektorze  
audiowizualnym



Kreatywna  
Europa  
MEDIA

Kreatywna  
Europa



Konferencja „Innovate Create Share. Where Innovation and Creativity Meet” © Creative Europe Desk Polska

## INNOWACYJNOŚĆ projektów dofinansowanych w ramach komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa to jedno z najważniejszych kryteriów przy ocenie wniosku przez niezależnych ekspertów.

### W tym kontekście szczególne znaczenie mają:

- Rozwój realizowanych do tej pory inicjatyw i wzbogacanie ich o nowe elementy odpowiadające potrzebom zmieniającego się rynku;
- Nowe rozwiązania technologiczne wypracowane lub rozwijane w ramach proponowanych projektów;
- Rozszerzenie strategii dystrybucji o nowe kanały;
- Nowe metody dotarcia do publiczności;
- Zwiększenie potencjału promocyjnego i marketingowego np. dzięki wykorzystaniu baz danych i innych narzędzi IT;
- Skuteczne strategie pozyskiwania partnerów i sponsorów;
- Propozycje związane z nowymi sposobami finansowania (np. crowdfunding, współpraca z biznesem i prywatnymi inwestorami);
- Efektywne wykorzystanie funduszy (np. crowdsourcing, udostępnianie rezultatów projektów partnerom, sieciowanie, wymiana wiedzy i know-how).





Konferencja „Game Story 2. Między filmem a grą” © Creative Europe Desk Polska

## Przykłady innowacji w polskich projektach dofinansowanych z komponentu MEDIA

### Development - pakiet projektów i projekt pojedynczy: „Twój Vincent”, prod. BreakThru Films

- Nowa technika animacji;
- Crowdfunding – kampania na Kickstarterze;
- Prywatni inwestorzy;
- Merchandising (buty, koszulki z motywem z obrazów Van Gogha), wystawy i sprzedaż obrazów - strategia promocyjna rozwijana wspólnie z partnerami.

### Development gier video: „Frostpunk”, prod. 11 Bit Studio

- Nowy gatunek gry fabularnej society survival: rozgrywka toczy się w czasie rzeczywistym, łącząc elementy survivalowe i budowania osady;
- Przerzyniki filmowe przygotowane przez Platige Image – ciekawa współpraca branży gier i filmowej.

### Dostęp do rynków: „Pitch the Doc”, Marrubium

- Platforma internetowa umożliwiająca obniżenie kosztów związanych z poszukiwaniem partnerów/źródeł finansowania/dystrybutorów/agentów sprzedaży itp. dla filmów dokumentalnych;
- Stworzenie możliwości nawiązania międzynarodowej współpracy pomiędzy profesjonalistami za pośrednictwem narzędzi internetowych.

### Szkolenia i warsztaty: „Film Spring Open”, Fundacja Film Spring Open

- Wykorzystanie innowacyjnego mobilnego studia filmowego – Cinebusa do szkolenia młodych profesjonalistów;
- Nowy model produkcji filmowej wykorzystany jako punkt wyjścia do stworzenia programu szkoleniowego,

### Promocja on-line: „O! Europa”, Onet.pl

- Promocja istniejącej platformy VOD w ramach projektu prezentującego europejskie kino on-line;
- „O! Europa” jako jeden z katalogów platformy VOD Onet.pl, obok „O! Dokument” – budowanie rozpoznawalnej marki, wykorzystywanie i poszerzanie istniejących kanałów promocji i marketingu.

### Festiwale filmowe: „Kino Dzieci”, Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

- Festiwal realizowany w całej Polsce;
- Warsaw Kids Forum organizowane w ramach festiwalu jako nowa propozycja dla profesjonalistów branży audiowizualnej pracujących przy filmach i animacjach dla młodego widza i filmach rodzinnych;
- Wykorzystanie kontaktów i sieci stworzonych przez Dział Edukacji Stowarzyszenia Nowe Horyzonty m.in. przy realizacji projektu edukacji filmowej „WRAP!” dofinansowanego przez komponent MEDIA.

# Innowacyjność – jak o nią zadbać?

## PYTANIA POMOCNICZE:

- |                                                                                 |                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Czym mój projekt różni się od podobnych utworów / inicjatyw / festiwalu?</b> | Czy wprowadzi nową jakość na rynku audiowizualnym – polskim, europejskim i światowym?                                                                   |
| <b>Jaką mam konkurencję?</b>                                                    | <b>Jakie są jego mocne strony?</b>                                                                                                                      |
| <b>Czym mój projekt różni się od tego, co robią inni?</b>                       | W jakich obszarach związanych z realizacją projektu mogę wykazać się innowacyjnością?                                                                   |
| <b>Jakie przewiduję źródła finansowania?</b>                                    | <b>Czy mam oryginalny pomysł na promocję i marketing,</b><br>czy planuję wykorzystać nowe technologie, jakich partnerów planuję zaprosić do współpracy? |
| <b>Czym mój projekt różni się od tego, co robiłem/łam do tej pory?</b>          | <b>Jak poradzę sobie po zakończeniu okresu współfinansowania z MEDIA?</b>                                                                               |
| <b>Jak się zmieniał?</b>                                                        |                                                                                                                                                         |
| <b>Na jakie potrzeby odpowiada?</b>                                             |                                                                                                                                                         |

### WARTO:

- Uczestniczyć w warsztatach i szkoleniach dofinansowanych z komponentu MEDIA: [http://bit.ly/MEDIA\\_szkolenia](http://bit.ly/MEDIA_szkolenia);
- Uczestniczyć w wydarzeniach organizowanych przez Creative Europe Desk Polska: <http://kreatywna-europa.eu>;
- Obserwować rynek i śledzić nowe trendy;
- Rozwijać nowe pomysły, najlepiej w oparciu o staranną ewaluację dotychczasowych działań i badanie potrzeb potencjalnych odbiorców;
- Myśleć międzysektorowo: szukać punktów wspólnych pomiędzy działaniami realizowanymi przez różne firmy, branże, organizacje;
- Myśleć w kontekście międzynarodowym: szukać partnerów zagranicznych, którzy zwiększą potencjał, zasięg i możliwości zdobycia finansowania.



Creative  
Europe  
Desk Polska

#### Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41, 00-540 Warszawa  
tel. + 48 22 44 76 180  
[www.kreatywna-europa.eu](http://www.kreatywna-europa.eu)  
[www.facebook.com/kreatywnaeuropa](https://www.facebook.com/kreatywnaeuropa)  
[www.instagram.com/creative\\_europe\\_desk\\_polska](https://www.instagram.com/creative_europe_desk_polska)