



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska





05

VARIA

- 05 www.erdk2018.pl – polska strona internetowa Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018
- 06 Fundusze UE w obszarze wartości i mobilności po 2020 roku – konsultacje publiczne
- 07 Szkolenie dla wydawnictw – zwiększ swoje szanse na zdobycie dofinansowania!
- 08 Konkursowe sukcesy filmów dofinansowanych z komponentu MEDIA
- 09 Europejskie Stolice Kultury 2018
- 10 Europejskie Forum Kultury 2017

II

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 11 CEE Animation Workshop – relacja z wydarzenia
- 14 68. Berlinale – obecność programu Kreatywna Europa na festiwalu
- 18 Europejskie Forum Filmowe
- 20 Spotkania informacyjne komponentu MEDIA w 2018 roku

21

ROZMOWY

- 21 Rozmowa z Rafałem Basajem ze studia Bloober Team

24

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 24 Polskie sukcesy w programie Kreatywna Europa – podsumowanie osiągnięć w 2017 roku

Szanowni Państwo,

nowy rok rozpoczął się dla nas bardzo intensywnie. Zaczęliśmy go od licznych spotkań informacyjnych, których podsumowanie znajdą Państwo w dziale Inicjatywy i współpraca. Najpierw komponent MEDIA zorganizował w Warszawie spotkanie dla developerów gier wideo (30 stycznia) oraz dla producentów audiowizualnych i nadawców TV (8 lutego), następnie komponent Kultura opowiedział 15 marca w Poznaniu o możliwości zdobycia dofinansowania na realizację międzynarodowych działań kulturalnych i kreatywnych. Nie zwalnimy tempa i już 10 kwietnia zapraszamy Państwa na szkolenie dla osób planujących złożyć aplikację w obszarze grantowym Tłumaczenia literackie.

Na łamach pierwszego w tym roku wydania Magazynu chwalimy się sukcesami filmów dofinansowanych z programu Kreatywna Europa na międzynarodowych festiwalach i rozdaniach nagród filmowych oraz przybliżamy zagadnienia związane z Europejskim Rokiem Dziedzictwa Kulturowego 2018 oraz Europejską Stolicą Kultury 2018. Opowiemy również o zakończonych 8 marca prowadzonych przez Komisję Europejską konsultacjach publicznych dotyczących funduszy unijnych w obszarze wartości i mobilności po 2020 roku.

Na kolejnych stronach cofniemy się w czasie i zabierzemy Państwa do trzech europejskich miast, w których odbyły się trzy wyjątkowe wydarzenia – warsztaty CEE Animation w Lublanie opracowane dla producentów filmów animowanych z Europy Środkowej i Wschodniej, Europejskie Forum Kultury w Mediolanie, podczas którego odbyła się oficjalna inauguracja Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018, oraz pierwsze w tym roku Europejskie Forum Filmowe poświęcone przyszłości branży audiowizualnej oraz kształtowi nowej, rozpoczynającej się w 2020 roku edycji podprogramu MEDIA, które odbyło się w lutym w podczas Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie.

Zachęcamy Państwa do lektury wywiadu z przedstawicielem studia Bloober Team, beneficjenta komponentu MEDIA w ramach schematu Development gier wideo, z którym rozmawialiśmy o cyberpunkowej wizji przyszłości, tajnikach produkcji gier wideo w Polsce oraz o tym, dlaczego horror jako gatunek cieszy się taką popularnością.

Na koniec przedstawiamy Państwu roczne podsumowanie polskich osiągnięć w programie Kreatywna Europa. 2017 rok obfitował w europejskie sukcesy naszych beneficjentów oraz dotacje dla polskich wnioskodawców. Z przekonaniem, że rok 2018 będzie dla nas równie satysfakcjonujący, wchodzimy w drugi kwartał roku.

Życzymy przyjemnej lektury,
Zespół Creative Europe Desk Polska

2018 
**EUROPEJSKI ROK
DZIEDZICTWA
KULTUROWEGO**
#EuropeForCulture



www.erdk2018.pl **– polska strona internetowa** **Europejskiego Roku** **Dziedzictwa Kulturowego 2018**

Na początku stycznia została uruchomiona polska strona internetowa Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018 (ERDK 2018).

W serwisie będzie można znaleźć informacje na temat krajowych i zagranicznych wydarzeń organizowanych w ramach ERDK 2018, a także kalendarium, materiały wideo, zdjęcia oraz artykuły związane z tematyką dziedzictwa kulturowego. Ze strony można także pobrać dokumenty, które są niezbędne do otrzymania patronatu Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018. Szczegółowe informacje o warunkach ubiegania się o patronat dostępne są w zakładce Przyłącz się > Patronat ERDK.

Równocześnie zostały uruchomione polskie kanały ERDK 2018 w mediach społecznościowych:

- Facebook,
- Instagram,
- Twitter,
- You Tube.

Europejski Rok Dziedzictwa Kulturowego (ERDK 2018) to ogólnoeuropejska kampania, której celem jest poszerzanie wiedzy o społecznym i gospodarczym znaczeniu dziedzictwa kulturowego. W całej Unii Europejskiej odbędą się z tej okazji setki wydarzeń i projektów prezentujących nie tylko dziedzictwo poszczególnych społeczności, lecz także jego rolę i znaczenie w życiu każdego z mieszkańców Europy. ERDK 2018 ma uwidocznic bogactwo dziedzictwa kulturowego Europy, ukazując jego rolę w umacnianiu poczucia wspólnej tożsamości i budowaniu przyszłości Europy. Celem inicjatywy jest dotarcie do jak najszerszej grupy odbiorców. Organizacja ERDK 2018 opiera się na współpracy instytucji unijnych, państw członkowskich oraz lokalnych władz z sektorem dziedzictwa, lokalnymi społecznościami i organizacjami pozarządowymi. Decyzją Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego rolę polskiego koordynatora obchodów pełni Międzynarodowe Centrum Kultury w Krakowie. MCK podejmie w ramach ERDK 2018 szereg różnorodnych aktywności o charakterze badawczym, edukacyjnym oraz informacyjnym.

PUBLIC CONSULTATION

THE FUTURE OF EU FUNDING

Fundusze UE w obszarze wartości i mobilności po 2020 roku – konsultacje publiczne

Od 9 stycznia do 8 marca Komisja Europejska prowadziła konsultacje publiczne dotyczące funduszy unijnych w obszarze wartości i mobilności, które będą dostępne po 2020 roku.

Konsultacje przeprowadzono w związku z tworzeniem wieloletniego planu finansowego (ang. Multiannual Financial Framework) po roku 2020, czyli długoterminowego budżetu Unii Europejskiej, i koniecznością podjęcia decyzji o sposobie podziału środków na konkretne fundusze i mechanizmy finansowe. Planując swoje działania w nowych edycjach programów wspierających sektory kultury, audio-wizualny, kreatywny, edukacji czy działalność obywatelską, Komisja Europejska chce czerpać zarówno z doświadczeń osób i organizacji zaangażowanych we współpracę międzynarodową, jak i tych, które działają na poziomie lokalnym i znają potrzeby swoich regionów, szkół czy instytucji.

Celem konsultacji było poznanie opinii osób mających doświadczenie z funduszami i programami unijnymi (m.in. Kreatywna Europa, „Europa dla obywateli” oraz Erasmus+) związanymi z kategoriami wartości i mobilności oraz zebranie

opinii wszystkich zainteresowanych stron dotyczących tego, w jaki sposób najlepiej wykorzystać środki z unijnego budżetu. Respondenci w internetowym kwestionariuszu mogli wyrazić swoje zdanie w kwestii m.in.:

- wyzwań stojących przed Europą w nadchodzących latach,
- skuteczności obecnej polityki oraz mechanizmów finansowych,
- ewentualnej zmiany w zakresie celów dostępnych funduszy,
- pożądanых zmian dotyczących procedur administracyjnych dostępnych funduszy.

Dzięki uczestnictwu w konsultacjach obywatele UE mogą mieć wpływ na to, jak będą wydawane środki dostępne w ramach nowej perspektywy finansowej, gdyż opinie wyrażane przez zainteresowane strony będą brane pod uwagę w procesie tworzenia przyszłego budżetu UE.

Szkolenie dla wydawnictw – zwiększ swoje szanse na zdobycie dofinansowania!

Wydawnictwa oraz wydawców posiadających doświadczenie w tłumaczeniach literackich zachęcamy do udziału w szkoleniu dotyczącym możliwości zdobycia dofinansowania w ramach komponentu Kultura programu Kreatywna Europa.

10 kwietnia w Warszawie odbędzie się szkolenie przeznaczone dla osób planujących złożyć aplikację do obszaru grantowego Tłumaczenia literackie. Celem spotkania jest przekazanie wiedzy na temat wymogów programu oraz zapoznanie z dokumentami wymaganymi do złożenia aplikacji.

Szkolenie połączone z częścią warsztatową będzie dotyczyło następujących zagadnień:

- cele i priorytety obszaru Tłumaczenia literackie,
- wytyczne wypełniania wniosku,
- dodatkowe dokumenty konieczne do aplikacji,
- tworzenie budżet projektu,
- procedura składania wniosku.

Gościem szkolenia będzie reprezentant polskiego wydawnictwa, które zdobyło dofinansowanie w ramach obszaru grantowego Tłumaczenia literackie. Beneficjent programu podzieli się doświadczeniami związanymi z realizacją projektu oraz poda przykłady dobrych praktyk, które pozwoliły wydawnictwu stworzyć wartościowy wniosek.

Jakie zmiany czekają wnioskodawców w najbliższym naborze wniosków?

Nabór wniosków do obszaru Tłumaczenia literackie został otwarty w marcu i potrwa dwa miesiące. W tym roku wydawcy po raz ostatni będą mogli wybrać jedną z dwóch kategorii dofinansowania.

Kategoria 1 – projekty dwuletnie	Kategoria 2 – umowy ramowe o partnerstwo (ostatni nabór wniosków)
Projekt zakładający tłumaczenie od 3 do 10 utworów	Projekt zakładający tłumaczenie od 3 do 10 utworów rocznie
Dofinansowanie do 100 tys. euro	Dofinansowanie do 100 tys. euro rocznie
Wkład własny min. 50 %	
Projekt trwający maksymalnie 24 miesiące	Projekt trwający maksymalnie 36 miesięcy

Kryteria oceny projektów, maksymalna łączna liczba punktów oraz maksymalna liczba punktów do zdobycia w danym kryterium pozostają bez zmian, tj.:

- zgodność z celami programu – 40 pkt.
- jakość treści i działań – 25 pkt.
- promocja i upowszechnianie – 20 pkt.
- książki wyróżnione nagrodą literacką Unii Europejskiej (tzw. punkty automatyczne) – 15 pkt.

Warto dodać, że choć nie zmieniła się maksymalna liczba punktów za włączenie do projektu tłumaczeń utworów wyróżnionych **nagrodą Unii Europejskiej w dziedzinie literatury** (EUPL – European Union Prize for Literature), to zmienił się system ich przyznawania. Poniżej przedstawione są różnice między naborem w 2017 a 2018 roku.

2017	2018
1 książka = 3 pkt.	1 książka = 5 pkt.
2 książki = 6 pkt.	2 książki = 10 pkt.
...	3 książki = 15 pkt.
5 książek = 15 pkt.	

Jakie są główne założenia obszaru grantowego Tłumaczenia literackie?

Głównymi celami obszaru Tłumaczeń literackich są:

- wspieranie różnorodności kulturalnej i językowej Unii Europejskiej,
- promowanie międzynarodowego obiegu wysokiej jakości utworów literackich.

Dofinansowania przeznaczone są dla:

- projektów tłumaczeń z jednego języka europejskiego na inny język europejski – kwalifikowane są języki urzędowe krajów uczestniczących w Programie (państwa członkowskie Unii Europejskiej, Islandia, Norwegia, Albania, Bośnia i Hercegowina, Czarnogóra, Macedonia, Serbia, Gruzja, Mołdawia, Ukraina i Tunezja) oraz łacina i starożytna greka;
- utworów obejmujących beletrystykę (fikcja literacka) niezależnie od gatunku (powieść, opowiadanie, sztuka teatralna, poezja, komiks i utwory dla młodych czytelników).

Środki można przeznaczyć nie tylko na tłumaczenie, lecz także na marketing oraz promocję autorów i tłumaczy. O dofinansowanie mogą ubiegać się wydawcy lub wydawnictwa zarejestrowane w krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa, które posiadają osobowość prawną od minimum 2 lat (w dniu, w którym upływa termin składania wniosków).

Szczegółowe informacje na temat szkolenia oraz najbliższego naboru wniosków dostępne są na stronie internetowej **www.kreatywna-europa.eu**.



Sukcesy filmów dofinansowanych z komponentu MEDIA na najważniejszych wydarzeniach filmowych na świecie

Europejskie Stolice Kultury 2018



Podczas dwóch styczniowych weekendów odbyły się huczne ceremonie otwarcia obchodów Europejskiej Stolicy Kultury 2018. W tym roku tytuł noszą holenderskie Leeuwarden w partnerstwie z miastami z regionu Fryzji oraz stolica Malty – Valletta. Z tej okazji oba miasta przygotowały bogaty program imprez i wydarzeń artystycznych otwartych dla mieszkańców oraz wszystkich osób zainteresowanych kulturą.

Tytuł Europejskiej Stolicy Kultury po raz pierwszy został przyznany Atenom w 1985 roku. Pomysłodawczynią inicjatywy oraz zaangażowaną promotorką działań na rzecz ochrony dóbr kultury była grecka minister kultury Melina Mercouri. Celem działań prowadzonych podczas obchodów ESK jest prezentacja dorobku kulturalnego i artystycznego danego miasta na międzynarodowej arenie, która w konsekwencji ma prowadzić do pogłębienia integracji między mieszkańcami Europy oraz ukazania bogactwa, jakim jest europejska różnorodność kulturowa.

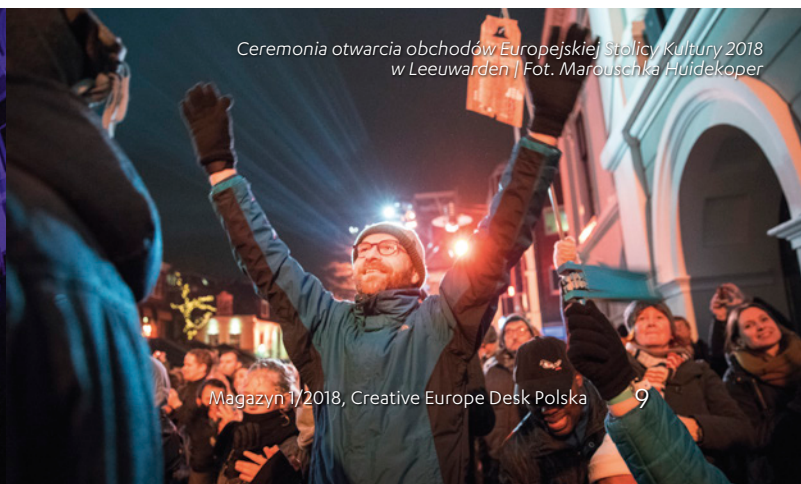
Idea Europejskiej Stolicy Kultury wciąż ewoluuje. Początkowo tytuł przyznawany był jednemu miastu. Ważnym momentem w historii inicjatywy był rok 2000, kiedy wyjątkowo, dla uczczenia nowego tysiąclecia, aż dziewięć europejskich miast – w tym Kraków – mogło cieszyć się tym prestiżowym tytułem. To wydarzenie dało początek nowym zasadom – odtąd tytuł jest przyznawany corocznie dwóm miastom leżącym w granicach Unii Europejskiej. Myśl o możliwie głębokiej integracji doprowadziła organizatorów do poszerzenia listy krajów mogących ubiegać się o tytuł ESK o państwa kandydujące do członkostwa w Unii Europejskiej. Od 2021 roku liczba miast dzielących tytuł wzrośnie do trzech.

Następnymi Europejskimi Stolicami Kultury będą Matera (Włochy) oraz Płowdiw (Bułgaria).

Europejska Stolica Kultury jest przedsięwzięciem realizowanym i finansowanym w ramach programu Kreatywna Europa.



Ceremonia otwarcia obchodów Europejskiej Stolicy Kultury 2018 w Leeuwarden | Fot. Marouschka Huidekoper



Ceremonia otwarcia obchodów Europejskiej Stolicy Kultury 2018 w Leeuwarden | Fot. Marouschka Huidekoper



EUROPEAN CULTURE FORUM 2017

Europejskie Forum Kultury 2017 | Fot. Rocco Soldini



Europejskie Forum Kultury 2017

Europejskie Forum Kultury jest cyklicznym wydarzeniem organizowanym przez Komisję Europejską co dwa lata, którego adresatami są reprezentanci sektorów kultury i kreatywnego z całej Europy. Celem Forum jest zwrócenie uwagi na znaczenie europejskiej współpracy kulturalnej oraz stworzenie płaszczyzny do debaty na temat polityki i inicjatyw kulturalnych prowadzonych przez Unię Europejską.

Europejskie Forum Kultury 2017 odbyło się w dniach 7–8 grudnia 2017 roku w Mediolanie. Podczas uroczystego otwarcia Forum wystąpili **Tibor Navracsics**, Komisarz Europejski ds. Edukacji, Kultury, Młodzieży i Sportu, **Antonio Tajani**, Przewodniczący Parlamentu Europejskiego, oraz przedstawiciele włoskiego i estońskiego sektora kultury, a także władze Lombardii i burmistrz Mediolanu. Ważnym akcentem pierwszego dnia Forum była **oficjalna inauguracja Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018** – tematycznego roku Unii Europejskiej poświęconego zwiększeniu świadomości wspólnego dziedzictwa oraz wzmocnieniu poczucia przynależności do społeczności europejskiej. O wartości dziedzictwa kulturowego, konieczności podjęcia działań na rzecz jego ochrony oraz o znaczeniu dziedzictwa dla budowania tożsamości przyszłych pokoleń Europejczyków mówił w wyemitowanym nagraniu wideo Jean-Claude Juncker, Przewodniczący Komisji Europejskiej.

Tegoroczna tematyka Forum skupiała się na trzech głównych wątkach tematycznych, które zostały przedstawione w formie pytań mających stanowić początek dyskusji w sesjach plenarnych. Były to:

- Sesja 1: **Dziedzictwo kulturowe: bijące serce Europy?**

Założenie sesji: omówienie znaczenia dziedzictwa kulturowego w Unii Europejskiej i na świecie oraz przyjrzenie się mu jako zasobowi z przeszłości, który jest jednocześnie ważnym i wyjątkowym zasobem na przyszłość.

- Sesja 2: **Wyzwania (dla kultury) w Europie: 2007, 2017, 2027?**

Założenie sesji: zastanowienie się nad tym, w jaki sposób kultura, kreatywność i dziedzictwo kulturowe mogą sprostać wyzwaniom globalnym i europejskim w dzisiejszych czasach oraz w nadchodzących latach, a także próba stwierdzenia, czy założenia Europejskiej Agendy Kulturalnej, przyjętej w 2007 roku, odpowiadają na najistotniejsze potrzeby i wyzwania stojące obecnie przed Unią Europejską.

- Sesja 3: **Kultura w miastach i regionach: bliższa, lepsza, szybsza, silniejsza?**

Założenie sesji: zdefiniowanie metod i przedstawienie przykładów prezentujących, jak najlepiej włączyć kulturę w szerszy kontekst polityki lokalnej i regionalnej, w szczególności pod kątem integracji społecznej.

Uczestnicy Europejskiego Forum Kultury 2017 mogli również wziąć udział w tzw. sesjach roboczych, czyli spotkaniach z przedstawicielami władz regionalnych, politykami, akademikami, praktykami, reprezentantami instytucji publicznych oraz firm prywatnych działających w sektorach kultury i kreatywnym, którzy opowiadali o swoich doświadczeniach w prowadzeniu działań kulturalnych oraz dzielili się dobrymi praktykami.

Zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej Europejskiego Forum Kultury 2017, na której zostało udostępnione nagranie wideo sesji plenarnych oraz roboczych. Następne Europejskie Forum Kultury odbędzie się w 2019 roku.

CEE Animation Workshop – relacja z wydarzenia



W grudniu ubiegłego roku w Lublanie w Słowenii odbyło się CEE Animation Workshop – warsztaty szkoleniowe opracowane specjalnie dla producentów filmów animowanych z Europy Środkowej i Wschodniej. Wydarzenie organizowane we współpracy 19 krajowych biur Creative Europe Desk – MEDIA wraz z Wyszehradzkim Forum Animacji, gościło przy Międzynarodowym Festiwalu Filmowym Animateka w dniach 2–6 grudnia 2017.

W 2017 roku Komisja Europejska opracowała Plan dla Animacji. Został opublikowany we wrześniu i ma na celu ożywienie branży animacji w całej Unii Europejskiej. W Europie Środkowej i Wschodniej dziedzina ta ma ogromny, wciąż niewykorzystany potencjał. Nowa inicjatywa pod nazwą CEE Animation dąży do jego zagospodarowania poprzez zintegrowanie niezależnych producentów filmów animowanych oraz zapoznanie producentów z Europy Środkowej i Wschodniej z najnowszymi trendami w światowej animacji.

Warsztaty CEE Animation

Nowa inicjatywa pod nazwą CEE Animation Workshop zgromadziła w stolicy Słowenii 24 niezależnych producentów filmów animowanych z 16 krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Przyjechali do Lublany, by nawiązać nowe kontakty, skonsultować się z ekspertami, uczyć się i dzielić doświadczeniami związanymi z produkcją.

CEE Animation Workshop odbyło się w formie intensywnego czterodniowego szkolenia oraz strategicznej platformy networkingowej. Podczas wydarzenia uczestnicy omawiali

bieżącą sytuację w dziedzinie animacji i określili potencjalne wspólne działania mające na celu zachęcenie i wspieranie rozwoju branży animacji. Te kroki i strategie zostały podsumowane w dokumencie podpisanym przez wszystkich uczestników „The Ljubljana Accord”.

Całe warsztaty zostały zainaugurowane 2 grudnia przez przedstawicieli CED MEDIA, którzy przedstawili profile sektorów animacji każdego z krajów uczestniczących. Następnie odbyła się prezentacja wszystkich uczestników. Głównym tematem warsztatów były koprodukcje międzynarodowe, finansowanie, kwestie prawne, marketing, sprzedaż, współpraca z nadawcami telewizyjnymi oraz dystrybucja cyfrowa. Program wydarzenia obejmował sesje plenarne, panel i dyskusję plenarną, moderowane dyskusje w mniejszych grupach oraz indywidualne spotkania (każdy z uczestników miał łącznie do 12 spotkań).

W ramach warsztatów odbył się również pokaz pełnometrażowej animowanej komedii „Ups! Arka odpłynęła”. Podczas prezentacji stadium przypadku producenci mieli okazję



dowiedzieć się, jak wygląda proces developmentu filmu pełnometrażowego, poczynając od poszukiwania finansowania i ewentualnych partnerów koprodukcji, aż po dystrybucję gotowego utworu animowanego. Irlandzko-niemiecko-luksembursko-belgijska koprodukcja znana w USA pod tytułem „All Creatures Big and Small”, a w Wielkiej Brytanii i Irlandii jako „Two by Two – Ooops! The Ark Has Gone...”, zdobyła nagrodę 2016 Producer of the Year podczas forum Cartoon Movie. Światowy sukces filmu potwierdza sprzedaż do ponad 120 krajów, w tym dystrybucja w Chinach, oraz znaczący odzew ze strony platform internetowych, m.in. sprzedaż dla Netflixa.

Do udziału w pierwszej edycji warsztatów zostało wybranych dwudziestu czterech producentów z szesnastu krajów: Bośni i Hercegowiny, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Gruzji, Węgier, Macedonii, Mołdawii, Litwy, Łotwy, Polski, Rumunii, Słowacji, Słowenii, Serbii i Ukrainy. Polskę reprezentował prezes Stowarzyszenia Polskich Producentów Animacji, Robert Jaszczurowski, współzałożyciel Grupy Smaczno.

Kierownikiem naukowym warsztatów była Linda Beath, która od wielu lat pracuje w przemyśle filmowym jako konsultantka oraz szkoleniowiec producentów filmów animowanych w całej Europie. Wśród wykładowców, którzy spędzili pięć dni na intensywnej pracy z uczestnikami, znalazło się czterech uznanych ekspertów z branży filmowej. Doświadczona irlandzka producentka Siun Ni Raghallaigh, która posiada ponad trzydziestoletnie doświadczenie w branży medialnej, jest dyrektorem generalnym Ardmore Studios oraz jednym z założycieli Troy Studios. Doświadczeniem dzieliła się także Moe Honan, dyrektor generalna Moetion Films Ltd, której studio zostało uhonorowane nagrodą 2016 Producer of the Year przyznawaną na forum Cartoon Movie i koprodukowało wiele filmów animowanych, w tym nagradzane obrazy pełnometrażowe takie jak „Ups! Arka odpłynęła”. Trzecim tutorem jest znany ekspert z dziedziny marketingu filmowego, Mathias Noschis. Wraz ze swoją firmą Alphapanda tworzył internetowe kampanie PR i w mediach społecznościowych dla wielu hollywoodzkich produkcji, m.in. „Lego Ninjago”, „Kung Fu Panda 3”, „Epoka lodowcowa: Mocne uderzenie”, „Toy Story 3”, czy „Rango”. Mathias obecnie pracuje nad polskim filmem zatytułowanym „Jeszcze dzień życia”. Kolejnym z ekspertów był Richard Rowe, dyrektor ds. międzynarodowych zakupów i koprodukcji w DHX

Media, który pierwszych 12 lat swojej kariery przepracował w Turner Broadcasting, a niedawno założył firmę Rowe Media oferującą usługi doradcze dla branży telewizyjnych produkcji dla dzieci.

Wśród innych ekspertów, którzy służyli radą i pomocą uczestnikom warsztatów, znaleźli się m.in.: Maciej Chmiel, wicedyrektor Biura Handlu TVP, Krešimir Zubčić z Croatian Radio Television oraz Martina Peštaj z Slovenian Radio Television, którzy reprezentowali lokalnych nadawców, a także przedstawiciele Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA), Euroimages oraz lokalnych biur programu Kreatywna Europa – MEDIA.

Idea

Pomysł, aby zgromadzić niezależnych producentów filmów animowanych z regionu Europy Środkowej i Wschodniej pojawił się jesienią 2016 roku. Potrzeba organizowania wspólnych wydarzeń oraz intensywniejszej współpracy to stałe motto Wyszehradzkiego Forum Animacji – międzynarodowej platformy łączącej producentów animacji. Głównym celem inicjatywy jest wspieranie rozwoju branży oraz przygotowanie gruntu pod tworzenie udanych koprodukcji, które będą konkurencyjne na światowym rynku. Wspólne kulturowe i historyczne dziedzictwo krajów Europy Środkowej i Wschodniej, podobieństwa gospodarcze oraz zbieżności między formami ekspresji i językiem stanowią idealne przesłanki dla stworzenia trwałej wspólnoty i silnego rynku. CEE Animation miało by stać się rozpoznawalnym znakiem firmowym, jak również stanowić znakomity towar eksportowy z krajów uczestniczących. CEE Animation Workshop zaplanowane zostało jako jednokrotne wydarzenie networkingowe i szkoleniowe, mające na celu między innymi właśnie zbliżenie producentów animacji z krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Pomysł ten został zaakceptowany przez przedstawicieli Creative Europe Desk z różnych krajów. Szefowa czeskiego CED, Pavlína Kalandrová, zwróciła uwagę, że współpraca między europejskimi krajami jest niezbędna – *CEE Animation Workshop ma ułatwić rozwijanie potrzebnych powiązań w ramach naszego rynku i zachęcić do współpracy w regionie, a jednocześnie pomóc naszemu rynkowi stać się równorzędnym partnerem dla Europy Zachodniej, czy to na etapie produkcji animacji, poprzez koprodukcje, czy też późniejszą dystrybucję.*



W projekt zaangażowało się aż 19 krajowych biur Creative Europe Desk – MEDIA z: Albanii, Bośni i Hercegowiny, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Gruzji, Estonii, Węgier, Łotwy, Litwy, Macedonii, Mołdawii, Czarnogóry, Polski, Rumunii, Serbii, Słowacji, Słowenii i Ukrainy.

– Jesteśmy przekonani, że dzięki lepszemu wykorzystaniu potencjału współpracy między producentami w naszym regionie, nasi wnioskodawcy będą skuteczniejsi w aplikowaniu do unijnego programu Kreatywna Europa – komponent MEDIA. To jeden z powodów, dla których tyle biur Creative Europe Desk uczestniczy w projekcie – mówiła Sabina Briški Karlič, dyrektor słoweńskiego CED.

The Ljubljana Accord

Ważną część warsztatów w Lublanie stanowił panel dyskusyjny na temat warunków koprodukcji w Europie Środkowej i Wschodniej. W spotkaniu wzięły udział osoby zawodowo związane z filmem, które starały się sformułować wspólne oświadczenie skierowane do funduszy filmowych i przedstawicieli nadawców telewizyjnych wzywające ich do silniejszego wspierania branży animacji.

Warsztaty CEE Animation w Słowenii były pierwszą okazją do spotkania się producentów animacji z tak wielu krajów, która dała możliwość dyskusji nad strategicznymi kwestiami dotyczącymi animacji. Efektem pięciu dni rozmów i prac jest dokument strategiczny zatytułowany „The Ljubljana Accord”, który obejmuje opis specyficznych warunków produkcji utworów animowanych w regionie Europy Środkowej i Wschodniej oraz projekt strategii poprawy sytuacji mającej na celu zwiększanie konkurencyjności branży filmu animowanego zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym. Dokument składa się z ośmiu części poświęconych m.in. funduszom krajowym i regionalnym, lokalnym nadawcom, edukacji w sektorze animacji czy platformom cyfrowym.

Przedstawiciele sektora animacji obecni w Lublanie wykazali wolę zjednoczenia się w ramach jednolitego rynku. Przedstawione propozycje dotyczyły też m.in. dalszego rozwoju marki CEE Animation oraz wspólnej prezentacji podczas MIFA – międzynarodowych targów animacji w Annecy.

– Wszyscy podzieliliśmy się swoją wiedzą, omówiliśmy i podpisaliśmy porozumienie z Lublany, starając się po-

kazać, że jest to deklaracja woli współpracy jako regionu pod jedną wspólną marką - CEE Animation – dodał Juraj Krasnohorsky, producent ze Słowacji i członek VAF. Niniejszy dokument będzie również służyć jako wytyczna dla przyszłego dialogu z Komisją Europejską.

Organizatorami CEE Animation Workshop byli:

Biura Creative Europe Desk – MEDIA z 19 krajów

Wyszehradzkie Forum Animacji – platforma dążąca do wzmocnienia branży animacji w regionie Europy Środkowej i Wschodniej, której głównym celem jest tworzenie okazji do spotkań między producentami, studiami, nadawcami telewizyjnymi oraz dystrybutorami filmowymi, których efektem będą koprodukcje projektów animowanych.

Oraz lokalni partnerzy:

Slovenian Animated Film Association – stowarzyszenie działające na rzecz rozwoju sztuki filmu animowanego i wzrostu uznania dla niego w kraju i na świecie, które skupia osoby związane zawodowo z filmem, jak również ekspertów z powiązanych dziedzin, publiczne i prywatne organizacje oraz studentów i entuzjastów.

Motovila Institute – organizacja pozarządowa z siedzibą w Lublanie koncentrująca się na wspieraniu międzynarodowej współpracy w sektorach kultury i kreatywnych oraz powiązanych z nimi sektorach uzupełniających, której celem jest ułatwianie podmiotom działającym w sektorach kultury i kreatywnych nawiązywania międzynarodowych kontaktów.

Animateka International Animated Film Festival – międzynarodowy festiwal filmu animowanego w Lublanie koncentrujący się przede wszystkim na najnowszych produkcjach krótkometrażowych z Europy Środkowej i Wschodniej oraz europejskich etiudach studenckich i międzynarodowych filmach dla dzieci.





Obecność programu Kreatywna Europa na 68. Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie

Tegoroczny 68. Festiwal Filmowy w Berlinie (15–25 lutego 2018) jak zwykle obfitował w długo wyczekiwane premiery, owacje na stojąco, emocjonujące konferencje prasowe i spotkania z najwybitniejszymi europejskimi twórcami filmowymi.

Nagrodzone filmy

Beneficjenci programu Kreatywna Europa nieprzerwanie odnoszą sukcesy na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie. W tym roku na Berlinale było pokazywanych aż 18 filmów wspartych ze środków programu Kreatywna Europa – komponent MEDIA, a w ręce naszych beneficjentów powędrowało siedem nagród.

Trzeci rok z rzędu najważniejsza nagroda festiwalu – Złoty Niedźwiedź dla Najlepszego Filmu – trafiła w ręce twórców filmu dofinansowanego z komponentu MEDIA. Tym razem tą prestiżową nagrodą został uhonorowany film „Touch Me Not” w reżyserii Adiny Pintilie. (W poprzednich latach były to „Dusza i ciało” Ildiko Eneydi oraz „Fuocoamare. Ogień na morzu” Gianfranca Rosiego). Ta rumuńsko-niemiecko-czesko-bułgarsko-francuska koprodukcja opowiada historię Laury, dojrzałej Angielki obawiającej się bliskości i cudzego dotyku, która z pomocą terapeutów oraz grupy niezwykle osób zaczyna badać swoją seksualność. Bardzo cieszymy się, że po raz kolejny główna wygrana na Berlinale trafia do naszych beneficjentów, co dowodzi, że dofinansowanie z MEDIA to znak jakości, który przekłada się na rzeczywiste sukcesy na europejskich rynkach. Oprócz Złotego Niedźwiedzia film Pintilie otrzymał również nagrodę GWFF Best First Feature Award za najlepszy debiut.

Dwa Srebrne Niedźwiedzie zdobył film Marcella Martinessiego „Las herederas” – Nagrodę im. Alfreda Bauera oraz statuetkę dla aktorki Any Brun. Film otrzymał również Nagrodę FIPRESCI w Konkursie Głównym oraz nagrodę czytelników magazynu „Mannschaft” (Teddy Readers Award Powered By Mannschaft). „Las herederas” to historia kobiety, która odziedziczyła na tyle dużo pieniędzy, by wygodnie przeżyć życie, jednak w wieku 60 lat uświadamia sobie, że odziedziczone pieniądze skończyły się. Nowa sytuacja, z którą musi się zmierzyć, sprawia, że świat, który do tej pory wydawał się jej nieruchomy, nabiera dynamiki.



Wśród docenionych filmów z dofinansowaniem z programu Kreatywna Europa znalazł się również film „Utoya 22. Juli” w reżyserii Erika Poppego, który festiwal w Berlinie opuścił ze Specjalnym Wyróżnieniem Jury Ekumenicznego.

W sumie do rywalizacji w Konkursie Głównym stanęło 7 filmów wspartych przez Kreatywną Europę. Oprócz trzech nagrodzonych jury festiwalu oceniało również filmy „3 Tage in Quiberon” w reżyserii Emily Atef, „Black 47” Lance’a Daly’ego, „Figlia mia” Laury Bispuri oraz „Transit” Christiana Petzolda.

W pozostałych sekcjach festiwalu wyświetlanych było 11 dofinansowanych filmów: „The Interpreter” (reż. Martin Sulik) oraz „Unga Astrid” (reż. Pernille Fischer Christensen) w sekcji Berlinale Special, „Game Girls” (reż. Alina Skrzyszewska), „Land” (reż. Babak Jalali) oraz „Lemonade” (reż. Ioana Uricaru) w sekcji Panorama, „Cobain” (reż. Nanouk Leopold) w sekcji Generation 14plus, „Den utrolige historie om den kampestore pare” (reż. Philip Einstein Lipski, Amalie Nasby Fick, Jorgen Lerdam), „Dikkertje Dap” (reż. Barbara Bredero), „Gordon och Paddy” (reż. Linda Hambäck), „Los Bando” (reż. Christian Lo) w sekcji Generation Kplus oraz „MA OHI NUI, au cour de l’océan mon pays” (reż. Annick Ghijzelings) w sekcji NATIVE 2018.

Łączna kwota dofinansowania z komponentu MEDIA dla wszystkich filmów nominowanych na 68. Berlinale wyniosła ponad 800 000 euro.

Targi koprodukcyjne

Dobra passa filmów w sekcji konkursowej to nie koniec sukcesów naszych beneficjentów w Berlinie. Podczas trwających równolegle do festiwalu targów koprodukcyjnych nagrodę Eurimages Co-Production Development Award dla najlepszego projektu prezentowanego na targach oraz ARTE International Prize dla projektu wyróżniającego się artystycznie otrzymał film „The War Has Ended” w reżyserii Hagar Ben-Asher, który powstał w koprodukcji Madants (Polska), Match Factory Productions (Niemcy) oraz Transfax Film Productions (Izrael). Akcja filmu rozgrywa się w czasach tuż po zakończe-

niu wojny. Trzynastoletnia Lily, dziewczynka usiłująca odnaleźć swoich bliskich oraz drogę do domu, dołącza do Josepha – lalkarza podróżującego od miasteczka do miasteczka ze swoim przedstawieniem dla dzieci. Losy Lily i Josepha spletają się poprzez wspólne poczucie samotności i szczęścia oraz strach, że wojna być może nigdy się nie skończy. Projekt otrzymał dofinansowanie w schemacie Development – projekt pojedynczy w wysokości 50 000 euro.

European Film Market

Oprócz obecności dofinansowanych filmów w programie festiwalu i targów, komponent MEDIA jak co roku zaznaczył swoją obecność podczas European Film Market – wydarzenia, które przyciąga setki filmowców z całego świata i należy do najważniejszych wydarzeń branżowych w europejskim kalendarzu festiwalowym. Oprócz uczestnictwa w sesjach informacyjnych dotyczących najnowszych naborów wniosków w schematach Promocja europejskich utworów audiowizualnych online oraz Szkolenia dla profesjonalistów, uczestnicy EFM mieli okazję spotkać się z przedstawicielami administrującej programem Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego, zasięgnąć informacji w przygotowanym według nowego projektu pawilonie MEDIA w Martin Gropius Bau, a także omówić ewentualną współpracę z zarejestrowanymi na MEDIA Stand firmami z całej Europy. Dla nas jako przedstawicieli europejskiej sieci Creative Europe Desks EFM to ważna okazja, żeby o przyszłości sektora i realizowanych projektów rozmawiać z profesjonalistami z krajów o różnej zdolności produkcyjnej.

Stoisko komponentu MEDIA

Jak co roku na Europejskich Targach Filmowych można było odwiedzić stoisko komponentu MEDIA. W tym roku w odświeżonej odsłonie, jak zawsze cieszyło się dużym zainteresowaniem. Na stoisku zaprezentowało się niemal 130 wystawców z całej Europy. Wśród nich znalazło się sześciu przedstawicieli Polski – firmy AMP Polska, Apple Film Production, Arkana, Bow and Axe Entertainment, Independent Film Foundation oraz Media Move.

Inne inicjatywy

Program Kreatywna Europa – MEDIA współpracuje również przy szeregu wydarzeń i inicjatyw, które odbywają się podczas Berlinale.

Berlinale Co-Production Market

Czterodniowe targi koprodukcyjne, które skupiają ponad 550 międzynarodowych producentów, agentów sprzedaży, dystrybutorów, przedstawicieli funduszy filmowych i nadawców oraz wiele innych osób z branży audiowizualnej, które aktywnie działają na polu współpracy międzynarodowej. Targi stanowią okazję do zaprezentowania swoich projektów i nawiązywania nowych kontaktów biznesowych. Podczas 15. edycji targów koprodukcyjnych (17–21 lutego 2018) 36 nowych projektów filmów fabularnych z 28 krajów oraz pięć firm w programie Company Matching spotkało się z międzynarodowymi koproducentami i partnerami finansowymi podczas niemal 1300 spotkań indywidualnych.

Berlinale Talents

Platforma networkingowa dla 250 wybitnych osobowości ze świata filmu (reżyserów, aktorów, scenarzystów, producentów). Berlinale Talents oferuje dyskusje panelowe z udziałem eks-

pertów najwyższej klasy, możliwość pitchingu projektów, jak również programy studyjne oraz zróżnicowane warsztaty dla profesjonalistów branży audiowizualnej.

Shooting Stars

To flagowy program European Film Promotion (EFP) promujący 10 młodych, obiecujących aktorów z całej Europy. Od początku programu wśród osób wytypowanych przez jury znalazło się aż pięciu Polaków. W ostatnich latach byli to Zofia Wichłacz (2017) oraz Mateusz Kościukiewicz (2014). Miano Shooting Stars otrzymali w tym roku: Alba August (Szwecja), Michaela Coel (Wielka Brytania), Matilda De Angelis (Włochy), Eili Harboe (Norwegia), Irakli Kvirikadze (Gruzja), Franz Rogowski (Niemcy), Matteo Simoni (Belgia), Jonas Smulders (Holandia), Reka Tenki (Węgry) and Luna Wedler (Szwajcaria).

Sino-European Production Seminar 2018

To inicjatywa organizowana przez Bridging the Dragon przy wsparciu programu Kreatywna Europa i Europejskich Targów Filmowych. Ma na celu stworzenie platformy umożliwiającej połączenie chińskiego i europejskiego przemysłu filmowego.

Rozmowa z Justyną Koronkiewicz z MEDIA MOVE

CED: Czy udział w Europejskich Targach Filmowych w Berlinie ma Pani zdaniem wpływ na zwiększenie widoczności polskich filmów wśród międzynarodowych profesjonalistów branży audiowizualnej?

JK: Każdy udział w targach ma pozytywny wpływ na zwiększenie rozpoznawalności firmy i reprezentowanych przez nią filmów.

CED: Jakie korzyści płyną z udziału w stoisku MEDIA na EFM?

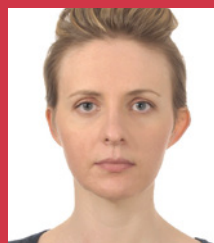
JK: W przypadku stoiska MEDIA dodatkowa korzyść płynie z tego, że jest na nim wielu innych wystawców z całej Europy, którzy mają swoich klientów i owi klienci mogą poznać także moją firmę. Wygodna forma odbywania spotkań i bardzo miła współpraca z organizatorami stoiska jest zdecydowaną zaletą.

CED: Jak ocenia Pani zainteresowanie europejskich profesjonalistów polskimi filmami na tegorocznych targach?

JK: Zainteresowanie jest różne w zależności od rodzaju i gatunku filmu. Te bardziej komercyjne nadal trudniej wypromować, bo polskie kino komercyjne nie ma jeszcze takiej marki jak francuskie, włoskie (coraz bardziej rozpoznawane), czy oczywiście anglojęzyczne. Natomiast polskie filmy artystyczne wzbudzają duże zainteresowanie, o ile mają zapewnioną ekspozycję na ważnych festiwalach.

CED: Czym kieruje się Pani przy wyborze filmów, które reprezentuje Pani firma?

JK: Skupiam się na filmach z potencjałem komercyjnym, ale i dobrze ocenianych przez krytyków – świetnie zrealizowane kino, często gatunkowe. Mniejszą część mojego katalogu stanowią wartościowe filmy arthouse'owe pokazywane na czołowych festiwalach międzynarodowych, zwykle w sekcjach pobocznych.



JUSTYNA KORONKIEWICZ
MEDIA MOVE

Zajmuje się międzynarodową sprzedażą filmów od siedmiu lat. Początkowo zajmowała się wyłącznie kinem polskim, w 2017 roku do katalogu dołączyła kilkanaście produkcji zagranicznych. Tak ustrukturyzował się pomysł na spójny katalog filmów z komercyjnym potencjałem, które są dobrze oceniane przez krytykę. W 2018 roku MEDIA MOVE wróciło również do dystrybucji polskiej z jednym z filmów z międzynarodowego katalogu – „Dziennikiem Maszynisty” (premiera kinowa 2 marca 2018) oraz zestawem najlepszych krótkich metraży Gdyńskiej Szkoły Filmowej.



Europejskie Forum Filmowe

Przyszłości branży audiowizualnej i kształtowi nowej, rozpoczynającej się w 2020 roku edycji podprogramu MEDIA poświęcono poniedziałkową konferencję w ramach European Film Forum. Fora organizowane od 2015 roku w ramach najważniejszych europejskich festiwali filmowych, takich jak Cannes, Wenecja, MIPCOM, Annecy czy Berlinale, są dla reprezentujących unijne instytucje decydentów okazją do dyskusji z ekspertami oraz poznania problemów i wyzwań, a także sukcesów sektora audiowizualnego. Tematy prezentacji i paneli dyskusyjnych dotyczą najnowszych technologii, trendów kształtujących rynki europejskie, wyzwań związanych z oczekiwaniami widowni i nowymi platformami dystrybucji.

Europejskie Forum Filmowe podczas tegorocznego Berlinale – szczególnie w pierwszej części – zebrało rekordową liczbę uczestników. W wystąpieniu otwierającym Komisarz Mariya Gabriel podkreśliła znaczenie europejskich platform VOD, które są szansą na dotarcie do szerokich grup odbiorców, a także pozwalają na promocję europejskich dzieł filmowych

i mogą stanowić konkurencję dla Netfliksa czy HBO GO. Do tematu nawiązał Cristian Mungiu, który w panelu zatytułowanym „Film and Europeaness” mówił o tym, jaki jest współczesny widz, jakie są jego oczekiwania i jak wiele zmian jest koniecznych w obecnym modelu dystrybucji. Oprócz apelu o obniżenie kosztów opłat od wirtualnych kopii (VPF) ponoszonych przez dystrybutora na rzecz właścicieli kin, Mungiu zwrócił uwagę na często pomijany, a przecież niezwykle istotny aspekt dystrybucji kinowej – potencjał tworzenia społeczności wokół kina i, co za tym idzie, wokół filmów, które nie mają szans na dużą widownię w multipleksach. Pomysł tworzenia hubów kulturalnych (*cultural hubs*), które umożliwiłyby całym rodzinom uczestnictwo w kulturze – dzięki przestrzeniom dla dzieci, kinom z ambitnym repertuarem i przestrzeniom wystawienniczym – spotkał się z pozytywnym odzewem ze strony obecnych na sali przedstawicieli branży audiowizualnej.

Nieco inaczej potoczyła się dyskusja na temat różnorodności przeprowadzona w ramach panelu „Diversity for

Creativity: Reaching Wider Audiences”, w której udział wzięła m.in. Joanna Żak reprezentująca należące do wspieranej przez komponent MEDIA sieci Europa Cinemas Kino Nowe Horyzonty we Wrocławiu. W dyskusji uczestniczyli także Guy Borlée, koordynator projektu Il Cinema Ritrovato, reżyser filmowy Ildikó Enyedi, producent Karsten Stöter z Rohfilm Factory oraz Oana Tarce – współzałożycielka CitiZenit. Wnioski z debaty o ułatwianiu dostępu grupom wykluczonym zarówno w kontekście produkcji, jak i dystrybucji utworów audiowizualnych zostały uzupełnione podczas sesji pytań i odpowiedzi przez mocne wystąpienia brytyjskich ekspertów. Oba przypisy do dyskusji wywołały burzę oklasków – postulaty powrotu do pierwotnego rozumienia wykluczenia w kinie, a więc braku reprezentacji mniejszości rasowych czy etnicznych, wyostrzyły problem, który coraz częściej ulega rozmyciu ze względu na poszerzenie definicji grup niedoreprezentowanych, czy też za takie się uważających, w kinie europejskim. Temat różnorodności był zresztą obecny w programie branżowych wydarzeń Berlinale – choćby podczas prezentacji raportu firmy McKinsey dowodzącego, że firmy – niezależnie od sektora – które zatrudniają osoby o zróżnicowanym pochodzeniu etnicznym, a także dbają o reprezentację kobiet w ramach swojej struktury zarządzania, wyróżniają się innowacyjnością i są bardziej elastyczne w reagowaniu na potrzeby rynku.

W niezwykle interesującym panelu „The Competitive Advantage: Promoting Films Throughout Production and Distribution” Isabelle Andrès z Alchimie, Frédéric Berezziat – Dyrektor Unifrance, Arturo Guillén – Wiceprezes comScore oraz Clare Jones – Dyrektor Zarządzająca Pi Studios rozmawiali o tym, jak wykorzystać nowe media i nowe technologie w tworzeniu innowacyjnych strategii promocyjnych i marketingowych. Warto zaznaczyć, że przykłady projektów realizowanych przez reprezentowane przez panelistów firmy to doskonała inspiracja do tworzenia nowych rozwiązań, które z pewnością będą wpisywać się w priorytety programu wsparcia dla sektora audiowizualnego, który po 2020 roku zastąpi obecny podprogram MEDIA.

Równie istotne pod tym względem były przykłady dofinansowanych projektów przedstawione w sesji „Showcasing Creative Europe MEDIA”. Dofinansowane działania zaprezentowano w następujących blokach tematycznych: „Reaching Wider Audiences through Digital” (w tej części wystąpili Philipp Hoffmann – CEO Kino On Demand, Joséphine Létang – CEO La Toile, Noortje van de Sande – Joint CEO Picl) oraz

„Connecting Audiences through Inspiring Stories” (Martichka Bozhilova – producentka i założycielka Agitprop, Mette Hoffmann Meyer – CEO i producent wykonawczy w The Why Foundation oraz Mirsad Purivatra – Dyrektor Sarajevo Film Festival).

W kontekście rynkowych wyzwań, jakie stoją przed sektorem audiowizualnym, również w odniesieniu do realizowanych projektów, które będą rozwijane w przyszłości, podczas EFF zorganizowano panel „Bridging the Gap between Technology and the Audiovisual Content Sector: Exploring the Potential for an EIT Innovation Community”. Uczestnicy panelu: Maria Luisa García – Dyrektor 3Ants, Willem Jonker – CEO w EIT Digital oraz Martin Kern – Dyrektor European Institute of Innovation & Technology (EIT) omówili możliwości, jakie innowacyjnym, wykorzystującym nowe technologie projektom daje udział w programach badawczych, oraz rodzaje inicjatyw, jakie będzie promował Europejski Instytut Innowacji i Technologii (EIT).

Wnioski płynące z branżowych wydarzeń zorganizowanych w ramach Berlinale, a także berlińskiego European Film Forum można uporządkować w dwóch, uzupełniających się kategoriach. Po pierwsze, wysoka jakość – zarówno pod względem atrakcyjności opowiadanych historii, jak i rozwoju najnowszych technologii – pozostaje podstawowym wyróżnikiem realizowanych w Europie projektów audiowizualnych. Po drugie, niezmiennie istotnym aspektem jest budowanie strategii promocyjnych i marketingowych, a także poszukiwanie nowych platform oraz metod dystrybucji i angażowania widzów na poziomie głębszym niż sam odbiór dzieła filmowego. Od kilku lat obserwujemy zmieniające się w tych kierunkach wytyczne komponentu MEDIA. Berlin nie pozostawił wątpliwości, że nowe programy i instytucje będą służyły wzmocnieniu powiązań pomiędzy sektorem audiowizualnym a rozwojem technologicznym na każdym etapie produkcji i dystrybucji.

Co będzie dalej?

Już teraz zapraszamy na kolejne Europejskie Fora Filmowe:

- Cannes, 14 maja 2018
- Annecy, czerwiec 2018
- Barcelona, czerwiec 2018
- Wenecja, wrzesień 2018
- Lyon, październik 2018
- Tallinn, listopad 2018



#EuropeanFilmForum
@MEDIAproEU



Creative
Europe
MEDIA

Pierwsze spotkania informacyjne komponentu MEDIA w 2018 roku

30 stycznia oraz 2 lutego 2018 roku odbyły się w Warszawie dwa spotkania informacyjne dla wnioskodawców programu Kreatywna Europa – komponent MEDIA. Oba były przeznaczone dla potencjalnych wnioskodawców planujących aplikować o dofinansowanie w ramach jednego z czternastu dostępnych schematów.

Spotkanie 30 stycznia skierowane było do developerów gier wideo, organizatorów wydarzeń branżowych oraz twórców narzędzi internetowych dla rynków audiowizualnych. W trakcie spotkania omówione zostały szczegółowe wytyczne związane z aplikowaniem o dofinansowanie w komponencie, cele i priorytety poszczególnych obszarów grantowych, wymagania merytoryczne oraz kryteria oceny wniosków. Przedstawicielka Creative Europe Desk Polska przybliżyła działanie komponentu MEDIA, ideę wchodzącego w życie jednolitego rynku cyfrowego oraz kwestie związane ze zmianą okresu kwalifikowalności projektów w 2018 roku w ramach obszarów grantowych Development gier wideo oraz Dostęp do rynków. Podczas spotkania uczestnicy mieli możliwość zapoznania się z najistotniejszymi punktami procesu składania wniosku w ramach obu omawianych schematów.

Gośćmi spotkania byli reprezentanci polskich organizacji, które z sukcesem przeszły proces selekcji wniosków oraz zrealizowały swoje projekty dzięki funduszom pozyskanym z Programu. Swoje doświadczenia ze schematem Development gier wideo przybliżyła Katarzyna Cieszyńska, przedstawicielka studia Bloober Team, nagrodzonego Paszportem Polityki twórcy takich gier jak Layers of Fear czy Observer. O aplikowaniu w ramach obszaru grantowego Dostęp do rynków opowiedzieli natomiast Katarzyna Szarecka i Adam Papliński, twórcy i koordynatorzy platformy online Pitch the Doc – internetowego repozytorium

umożliwiającego zgodne z obowiązującymi standardami pitchingowymi przedstawianie projektów filmów dokumentalnych w postaci szczegółowych opisów, materiałów audiowizualnych oraz zarejestrowanych w czasie rzeczywistym prezentacji video.

Do udziału w spotkaniu informacyjnym odbywającym się 8 lutego zaproszeni zostali producenci audiowizualni (filmów i VR) oraz nadawcy TV. Tematem przewodnim spotkania było omówienie wytycznych obowiązujących w 2018 roku w schematach Development – projekt pojedynczy oraz TV Programming. Na przykładach dofinansowanych projektów pracownicy Creative Europe Desk Polska przedstawili skuteczne strategie marketingowe i dystrybucyjne, opowiedzieli o tym, jak budować doświadczenie firmy planującej w przyszłości aplikowanie o dofinansowanie z komponentu MEDIA, oraz wymienili dostępne szkolenia dla producentów audiowizualnych wspierane przez program Kreatywna Europa. Wydarzenie to było okazją do spotkania i wymiany doświadczeń oraz dobrych praktyk, a także szczegółowego poznania procesu aplikacji w ramach omawianych schematów.

W trakcie obu spotkań informacyjnych uczestnicy przygotowujący się do złożenia wniosku mieli możliwość skonsultowania swoich projektów z reprezentantką Creative Europe Desk Polska.

Rozmowa z Rafałem Basajem ze studia Bloober Team

Ludzie najbardziej boją się nieznanego – o horrorze i cyberpunku, polskiej egzotyce w oczach innych kręgów kulturowych oraz aplikowaniu w komponencie MEDIA rozmawiamy z Rafałem Basajem z krakowskiego studia Bloober Team.

Na początku roku zostali Państwo nagrodzeni Paszportem Polityki w kategorii Kultura Cyfrowa. W uzasadnieniu jury można przeczytać, że wyróżnienie przyznane zostało m.in. „za imponującą, śmiałą artystyczną wizję i jej efektowną realizację w grze ›observer_‹. Skąd wziął się pomysł na grę – cyberpunkowy horror psychologiczny rozgrywający się w dystopijnym Krakowie 2084 roku?

Wizja niepewnej i mrocznej przyszłości to coś, co przeraża niemal każdego z nas, a horrory to wszak nasza specjalność. Kultura masowa niejednokrotnie karmiła nas mniej lub bardziej dystopijną wizją świata, z którą nasze lub następne pokolenie będzie musiało się zmierzyć. Wyrosliśmy na literaturze P.K. Dicka, W. Gibsona, filmach takich jak „Łowca androidów” czy „Matrix”, są to więc tematy nam bliskie. Pragnęliśmy połączyć bardziej dosłownie gatunki cyberpunku i horroru. Podlaliśmy współczesne obawy sosem przeszłości – doświadczeniami wyniesionymi z PRL-u oraz estetyką lat 80., gdy w Polsce strach przed jutrem wciąż był silny. Konceptyjnie pomysł ten wydawał nam się idealny, praktyka pokazała, że się nie myliliśmy.

Umieszczenie akcji w Krakowie, to z punktu widzenia globalnej dystrybucji gry nieszablonywy wybór. Skąd taka decyzja? Czy nie było obaw, że takie umiejscowienie akcji nie zostanie w pełni zrozumiane przez odbiorcę spoza kręgu środkowo-europejskiego?

Do tematu podeszliśmy dwójako: z jednej strony horror jest najskuteczniejszy, gdy jest nam bliski i zrozumiasty, kiedy jesteśmy w stanie łatwo się do niego odnieść. To dotyczy nie tylko odbiorcy, lecz także twórcy, który dzięki intymnej znajomości tematu potrafi w bardziej wyrafinowany i dosadny sposób przekazać emocje. Z drugiej strony, jako odbiorcy lubimy egzotykę. Czemu nad Wisłą wielbimy twórczość amerykańską lub nawet dalekowschodnią? Chęć poznania czegoś nowego i innego była dla nas katalizatorem do podjęcia tej decyzji. Innymi słowy, nie baliśmy się umiejscowić gry w Krakowie AD 2084, bo historia przez nas opowiedziana jest uniwersalna dla każdego rozwijającego się społeczeństwa, a egzotyka naszej estetyki jedynie przyciąga ciekawość innych kręgów kulturowych.

W głównego protagonistę, detektywa Daniela Lazarskiego, wciela się Rutger Hauer. To wyjątkowy smaczek dla fanów sci-fi i cyberpunku. Jak udało się Państwu namówić gwiazdę kultowego „Blade Runnera” do udziału w projekcie?

Prawdę mówiąc, nie było zbyt wiele namawiania w całym procesie. Gdy zastanawialiśmy się nad obsadą gry, niemal natychmiast padło na Rutgera Hauera, ikonę kina cyberpunkowego za sprawą jego legendarnej już roli Roya Batty'ego w „Łowcy androidów”. Gdy mieliśmy konspekt skryptu oraz rozrysowaną wizję artystyczną, odezwaliliśmy się do holenderskiego aktora i po krótkiej wymianie maili i telefonów lecieliśmy do Amsterdamu spotkać się z nim osobiście. Rutgerowi bardzo podobała się wizja naszej gry, sam zresztą zapragnął wrócić do tak bliskiej mu estetyki, więc bardzo szybko znaleźliśmy nić porozumienia i projekt ruszył pełną parą.

›observer_ spotkał się z bardzo przychylnym przyjęciem zarówno graczy, jak i krytyków. Obok znakomitej decyzji obsadowej, co jeszcze Państwa zdaniem wpłynęło na popularność gry?

Ludzie zatęsknili za cyberpunkiem, który święcił tryumfy w latach 80. ubiegłego wieku, a potem ustąpił miejsca innym gatunkom. To trochę sentymentalny powrót do tematyki, na której wychowało się całe pokolenie. Jako że nasza wizja przyszłości skierowana jest do dorosłych, trafiliśmy na idealnego odbiorcę. Sam cyberpunk zresztą przeżywa chwilowo swój renesans – do kin w ubiegłym roku weszła kontynuacja „Łowcy androidów”, a na platformie Netflix można oglądać takie dzieła jak „Zmodyfikowany węgiel” czy „Bright”. Wydaje nam się, że zrobiliśmy jeden z pierwszych kroków w odradzającej się modzie na cyberpunk i to przełożyło się na sukces produkcji.

Marketingowo „sprzedawaliśmy” cyberpunk lat 80. i polską estetykę w naszym dziele, w tym kultowe dla nas ikony tamtych lat, jak dostosowane do nowych realiów pralki Franie czy jeżdżące po ulicach Polonezy. Centro-Wschodnia Europa miała ubaw w wyszukiwaniu tych smaczków, Zachód zaś

LAYERS OF FEAR

cieszył oczy egzotyką. Najważniejszym jednak elementem w promocji był dla nas psychologiczny horror, w jakim się specjalizujemy, czyli nastawienie na budowanie atmosfery grozy i terroru, jak i dorosłą historię, w zamian za brak bezsensownych strzelanin i polegania na zręczności graczy. Ludzie lubią mieć wybór rodzaju rozrywki, na jakiej spędzają czas, a horror w grach wideo zbyt długo opierał się jedynie na pokonywaniu hord zombie. My damy ludziom alternatywę i to procentuje.

Studio Bloober Team specjalizuje się w tworzeniu horrorów psychologicznych o mrocznej atmosferze i intrygującej narracji. Choć osadzone w zupełnie innych światach, zarówno seria Layers of Fear, jak i >observer_ należą do przedstawicieli tego gatunku. Co pociąga Państwa akurat w tym typie produkcji?

Horror jako gatunek jest bardzo obszerny – od opowieści o nastolatkach zmagających się z seryjnym mordercą gdzieś w odosobnionym górskim domku, przez slashery, gdzie krew bryzga hektolitrami, aż po subtelny horror skupiony na narracji i odkrywaniu tajemnic. Ten ostatni typ odpowiadał nam zawsze najbardziej jako widzom i czytelnikom. Jest w nim po prostu coś pociągającego, coś co każe nam siedzieć do czwartej w nocy z książką w rękę czy z wypiekami na twarzy wpatrywać się w ekran telewizora.

Badania dowodzą, że ludzie najbardziej boją się nieznanego. Gdy ktoś oswoi się już z potworem, to staje się on coraz mniej straszny, a horror wtedy często przeradza się w groteskę. Naszym celem zawsze było podtrzymywanie napięcia aż do napisów końcowych. Niewiele firm w branży gier wideo porusza się w tym obszarze, więc postanowiliśmy połączyć przyjemne z pożytecznym i tworzyć nową jakość w grach poprzez nasze produkcje.

Inspirujemy się wszystkim, co nas otacza, od klasyki sztuki, przez popkulturę, aż do filozofii czy socjologii. Wchłaniamy wiedzę o świecie, który nas otacza, a następnie przetwarzamy go, dodając elementy grozy. To jest nasza recepta na sukces.

W zeszłym miesiącu Layers of Fear zostało wypuszczone na Nintendo Switch. Studio Bloober Team tworzy swoje gry na różne nośniki, również na konsole. Jakie są największe wyzwania w przygotowaniu jednej gry na różne platformy?

Na pewno jest to różna specyfikacja techniczna każdej z platform. Wszystkie mają swoje wady i zalety. Lawirowanie między nimi, tak by stworzyć jak najlepszy produkt, jest największym wyzwaniem dla naszego zespołu deweloperskiego. Różnią się również grupy docelowe: inny rodzaj osób sięga po gry na platformach Nintendo, a inny na konsole Microsoftu. Szukanie sposobów na zainteresowanie graczem na mocno nasyconym rynku, jakim jest branża gier wideo, to niemal forma sztuki dla działu sprzedaży i marketingu.

W 2016 roku otrzymali Państwo dofinansowanie z programu Kreatywna Europa w schemacie Development gier video na projekt pod roboczym tytułem „Dum Spiro”. Czy mogą Państwo zdradzić coś więcej na jego temat?

Możemy zdradzić tylko tyle, że trwają intensywne prace nad tym projektem i dofinansowanie z programu Kreatywna Europa na pewno przyspieszyło rozwój tego produktu. Nowa gra Bloober Team będzie oczywiście związana z gatunkiem, w którym specjalizuje się nasze studio – psychologiczny horror lub – dokładniej – promowany przez nas *hidden horror*. Gracze mogą liczyć na wysoki poziom emocji podczas rozgrywki oraz unikatową, wciągającą fabułę.

To nie pierwsze dofinansowanie, jakie otrzymali Państwo z programu Kreatywna Europa. Czy mogliby Państwo opowiedzieć, jakie punkty aplikacji stanowiły dla Państwa największy problem? Na co Państwa zdaniem należy zwrócić uwagę, aby aplikacja została pozytywnie rozpatrzona przez ekspertów?

Dokumentacja konkursowa jest opracowana w sposób niezwykle przystępny, a instrukcje dotyczące przygotowania aplikacji są wyczerpujące, więc żaden z punktów aplikacji nie wydaje się problematyczny. Ze względu na specyfikę konkursu na pewno istotne jest, aby szczególną uwagę zwrócić na przygotowanie załącznika do wniosku prezentującego projekt. Znaczącym ułatwieniem dla wnioskodawców jest fakt, że opis projektu można przygotować według własnej koncepcji, nie ma tutaj ściśle określonego wzorca. Dzięki temu wnioskodawca może w pełni zaprezentować największe atuty swojego produktu. Przedstawiając projekt, warto podkreślić kwestie związane z jego innowacyjnością, konkurencyjnością w ujęciu globalnym, wdrożeniem gry na rynek – są to kryteria oceniane przez ekspertów mające wpływ na pozytywne rozpatrzenie aplikacji.

>OBSERVER_



Jakiej rady udzieliliby Państwo innym developerom gier, którzy chcieliby aplikować do programu Kreatywna Europa?

Nie zostawiać składania aplikacji na ostatnią chwilę! Łatwo wtedy przeoczyć coś, co może mieć decydujące znaczenie na etapie oceny wniosku lub w ogóle będzie przesądzać o kwalifikowalności projektu.

Pod kątem wysokości przyznanego dofinansowania w Programie, sumując granty z lat 2014–2017, ambitne projekty gier z Polski znajdują się w ścisłej czołówce. Jak Państwo myślą, skąd taka popularność polskich produkcji? Co odróżnia polskie gry od innych europejskich oraz światowych produkcji?

Oryginalność świata gry oraz nawiązywanie do polskiej historii i dziedzictwa kulturowego, które dla zagranicznych graczy wydają się interesujące. Przykładem tego jest chociażby nasza ostatnia produkcja, wspomniana wcześniej gra >observer_, której akcja toczy się w Krakowie, a liczne przedmioty w grze nawiązują do epoki PRL.

Wysoka liczba dofinansowanych projektów to również znak sporej konkurencji. Czy Państwa zdaniem Polska jest sprzyjającym terenem do produkcji gier wideo?

Na przestrzeni ostatnich lat dokonują się pozytywne zmiany w polskiej branży gier wideo, która nieustannie się rozwija. Z pewnością polscy specjaliści w tworzeniu gier swoimi zdolnościami prezentują światowy poziom. W porównaniu z innymi państwami w Europie i na świecie, koszty produkcji są nieco niższe. Polska sukcesywnie buduje swoją pozycję na globalnym rynku gier, choć przyznać trzeba uczciwie, że to my ciągle gonimy Stany Zjednoczone czy Europę Zachodnią. Potencjał rynku gier wideo w innych krajach jest wspierany od dawna, Polska ten potencjał dopiero zaczyna dostrzegać.

Jury Paszportów Polityki, przyznając nagrodę dla Bloober Team, doceniło również „konsekwentne podążanie własną drogą i rzadką umiejętność godzenia twórczych ambicji z realiami trudnego dla wymagających produkcji rynku”. Czy ciężko jest osiągnąć sukces niewielkiemu studiu niezależnemu, pozostając przy tym wiernym swoim wizjom artystycznym, na rynku zdominowanym przez wielkich wydawców?

Zaistnienie na globalnym rynku to ogromne wyzwanie. Każdego tygodnia pojawiają się setki nowych produkcji dia-

metralnie różniących się skalą oraz budżetem, estetyką czy formą rozgrywki, a w tym zalewie informacji twórcom jest coraz ciężiej pokazać odbiorcy swój produkt. Uważamy, że to właśnie podążanie własną ścieżką jest najlepszym sposobem na zbudowanie identyfikacji firmy i przebicie się do świadomości graczy. Nie jest to droga ani prosta, ani szybka, lecz konsekwencja zawsze prowadzi do sukcesu. Największe studia z Zachodu robią to od lat. Bioware Entertainment, które od zawsze produkowało gry RPG, są najpewniej najbardziej rozpoznawalną marką powiązaną z tym gatunkiem, Codemasters zawsze tworzyli gry wyścigowe, Blizzard Entertainment postawił na rozgrywkę sieciową – każda z tych firm tworzy marki wręcz kultowe. Do takiego statusu aspirujemy również my i to właśnie dlatego trzymamy się wyznaczonej przez siebie ścieżki.

Czy mają już Państwo pomysł na następną grę?

Pomysły nigdy się nie kończą. W tym momencie równocześnie pracujemy nad więcej niż jednym projektem, a w zadanym czasie czekają już kolejne skonceptualizowane produkty. W kolejnych latach nieprzerwanie będziemy budować nasze portfolio psychologicznych horrorów, zarażając naszą pasją kolejne osoby i udowadniając, że mamy jeszcze wiele do pokazania i zaoferowania graczom z całego świata.



RAFAŁ BASAJ

W Bloober Team niemal od 3 lat. Piastuje stanowisko Brand Managera, był również producentem Layers of Fear: Legacy wydanym w lutym 2018 roku.

BLOOBER TEAM

Niezależny developer gier z siedzibą w Krakowie. Studio założone w 2008 roku przez Piotra Babieno oraz Piotra Bielatowicza. Twórca gier z gatunku psychologicznych horrorów wyróżniających się mroczną atmosferą i rozbudowaną narracją.



"The War Has Ended" z nagrodą Eurimages Co-Production Development Award | ©Berlinale Co-Production Market
 Fot. Lydia Hesse

Polskie sukcesy w programie Kreatywna Europa – podsumowanie osiągnięć w 2017 roku

Komponent MEDIA

2017 rok to w komponencie MEDIA zarówno sukcesy nowych polskich projektów, jak i ogromne osiągnięcia beneficjentów, którzy kontynuują swoje działania już po zakończeniu dotacji z programu Kreatywna Europa. Jako Creative Europe Desk Polska ogromnie cieszymy się z **oscarowej nominacji dla „Twojego Vincenta”** – polsko-brytyjskiej koprodukcji dofinansowanej z MEDIA w fazie developmentu w 2011 roku, a także z dobrego przyjęcia przez krytyków i widownię **„Człowieka z magicznym pudełkiem”** dofinansowanego w tym samym schemacie w 2015 roku.

Dzięki projektom reinwestycyjnym pierwszego korzystającego z dofinansowania MEDIA agenta sprzedaży w Europie Środkowo-Wschodniej, **Jana Naszewskiego** (New Europe Film Sales, generowanie funduszu w 2016 roku), aż **cztery filmy europejskie** wyprodukowane poza Polską uzyskały wsparcie na promocję, marketing i reklamę w łącznej kwocie **42 750 euro**.

Polscy dystrybutorzy – **Gutek Film, Stowarzyszenie Nowe Horyzonty, Against Gravity, Vivarto, Aurora Films, Dystrybucja Mowi Serwis, Hagi Film, Aurora, Bomba Films, M2 Films i Maciej Poznerowicz** – przeznaczili **228 513 euro** na działania związane z wprowadzeniem do kin europejskiego repertuaru spoza Polski oraz **862 536 euro** na zakup praw do dystrybucji (np. poprzez gwarancje minimalne) dla nowych filmów. W ramach schematu selektywnego dystrybucji włączyli się w kampanie europejskich agentów sprzedaży

i dystrybutorów, wprowadzając do polskich kin **18 filmów**, w tym m.in.: „The Square”, „Dobrze się kłamię w miłym towarzystwie”, „Podwójny kochanek”, „Frantz” czy „Happy End” Michaela Hanekego. Wśród beneficjentów w schemacie selektywnym znaleźli się **Gutek Film, Vivarto, Bomba Film, Aurora Films** oraz **Solopan**.

W kontekście **dystrybucji zagranicznej polskich filmów**, działania europejskich dystrybutorów dotyczyły **9 tytułów**: „Fuga”, „Guardians of the Earth”, „Twój Vincent”, „Magiczna zima Muminków”, „Ostatnia rodzina”, „Pewnego razu w listopadzie”, „Pokot”, „Powidoki” i „Zimna wojna”.

Dużym sukcesem jest **dofinansowanie przyznane na promocję online utworów europejskich** w ramach projektu **„O! Europa”** realizowanego na platformie VOD.pl prowadzonej przez **Onet**. To jedyny polski beneficjent w tym nowym, działającym od 2017 roku schemacie, ale też jedyny aplikujący z Polski – mamy nadzieję, że w 2018 roku zwiększy się zainteresowanie działaniami związanymi z promocją online i rozwojem widowni dla najlepszych europejskich filmów dostępnych na platformach.

Rozwój widowni i budowanie publiczności dla europejskich filmów w kinach to zadanie dofinansowanej z komponentu MEDIA sieci Europa Cinemas. W tym roku **trzy polskie kina (Fenix w Łowiczu, Fenomen w Kielcach i Elektronik w Warszawie)** dołączyły do europejskiej sieci **Europa**



Katarzyna Szarecka i Adam Papliński | © Pitch the Doc



„Twój Vincent”, reż. Dorota Kobiela, Hugh Welchman | © Breakthru Films



„Człowiek z magicznym pudełkiem”, reż. Bodo Kox | © Alter Ego Pictures | Fot. B. Mrozowski



Warsztaty EKRAN+ | © Wajda School & Studio

Cinemas, do której należy 1085 najlepszych kin w 652 miastach 41 krajów kontynentu. Do sieci przyłączyło się do tej pory 36 kin w całej Polsce.

W 2017 roku mamy też powody do dumy, jeśli chodzi o obszary związane z **developmentem** i **produkcją telewizyjną** utworów audiowizualnych. Dofinansowanie przyznane projektowi **„The Good Change”** ZK Studio w schematach Development – projekt pojedynczy i TV Programming pokazuje, jak ważne jest odpowiednie zaplanowanie dat złożenia wniosków w kontekście planowanej produkcji i stopnia rozwoju projektu. Dofinansowana w ramach Developmentu – projektu pojedynczego fabuła **„The War Has Ended”**, której producentem wiodącym jest Madants, otrzymała nagrodę **Eurimages Co-Production Development Award** dla najlepszego projektu prezentowanego na targach oraz **ARTE International Prize** dla projektu wyróżniającego się artystycznie podczas Europejskich Targów Filmowych EFM organizowanych w ramach Berlinale 2018.

Utrzymujemy się na wysokiej pozycji jeśli chodzi o **Development gier video** – w 2017 roku dofinansowanie uzyskały **3 projekty** na łączną kwotę **358 936 euro**. Były to Dima tworzona przez **Plastic Studio**, Dreamtime autorstwa **11 bit studios** oraz Mythology Cube studia **Wastelands Interactive**. Ważnym sukcesem naszych doświadczonych beneficjentów było przyznanie Paszportu Polityki zespołowi **Blobber Team**. W najbliższym czasie swoją premierę będzie

miał Frostpunk – kolejna gra studia 11 bit, które znane jest m.in. z serii Anomaly oraz This War of Mine. Dofinansowanie na działania związane z developmentem gry 11 bit otrzymało w 2014 roku.

Trzymamy kciuki za polskich beneficjentów schematu **Dostęp do rynków** – platformę **Pitch the Doc** oraz portal **Film New Europe**. Wszystkie projekty dofinansowane w 2016 roku w ramach schematu **Szkolenia dla profesjonalistów (ScripTeast – East European Scriptwriters Lab, Film Spring Open, Promised Land, EKRAN+)** otrzymały wsparcie na kolejną edycję – zwracamy uwagę, że tegoroczny, ostatni w ramach kończącego się w 2020 roku programu Kreatywna Europa nabór wiążący się z podpisaniem trzyletnich umów ramowych na projekty szkoleniowe kończy się 26 kwietnia.

Ważnym projektem, zarówno w wymiarze branżowym, jak i budowania publiczności, jest dofinansowany po raz pierwszy **festiwal Kino Dzieci. Stowarzyszenie Nowe Horyzonty**, korzystające także z dofinansowania dla MFF Nowe Horyzonty we Wrocławiu, jest partnerem w projektach związanych z budowaniem publiczności online i offline (**Scope 100** wspierany w ramach Działania 3. Promocji online), a także edukacji filmowej (kolejna edycja projektu **Wrap!** koordynowanego przez Stichting Cinekid Amsterdam). Ważnym, rozwijającym się dzięki dofinansowaniu z MEDIA festiwalem filmowym jest też **Docs Against Gravity**, którego kolejna edycja odbyła się przy wsparciu programu Kreatywna Europa.



Komponent KULTURA

Rok 2017 w komponencie Kultura upłynął pod znakiem kolejnych sukcesów polskich organizacji i instytucji ubiegających się o dofinansowania na realizację międzynarodowych projektów promujących europejską kulturę.

Pomimo stale rosnącej konkurencji ze strony innych krajów uczestniczących w programie, aż **22 polskie organizacje i instytucje kulturalne** zdobyły wsparcie finansowe w ramach obszaru grantowego **Projekty współpracy europejskiej**. Dzięki uczestnictwu w programie Kreatywna Europa ponad **1,4 mln euro** trafi do polskich beneficjentów, którzy na przestrzeni najbliższych kilkunastu miesięcy zorganizują dziesiątki wydarzeń kulturalnych adresowanych do polskiej oraz międzynarodowej publiczności, takich jak warsztaty, festiwale, koncerty, wystawy, rezydencje artystyczne czy spektakle. Zdobyte środki będą przeznaczone również na działania szkoleniowe i podnoszące kompetencje polskich profesjonalistów z sektora kulturalnego oraz na pobudzenie transnarodowej mobilności kulturalnej, która ma umożliwić nawiązanie trwałych relacji z zagranicznymi organizacjami, artystami i praktykami kultury.

Ostatni nabór wniosków do obszaru grantowego **Platformy europejskie** również okazał się bardzo korzystny dla rodzimych wnioskodawców. **11 organizacji** pochodzących z **Gdańska, Krakowa, Lublina, Łodzi, Poznania, Warszawy i Wrocławia** będzie współtworzyło międzynarodowe projekty z dziedziny architektury, poezji, sztuk wizualnych,

multimediów, muzyki, tańca i fotografii. Nadrzędnym celem wspomnianych przedsięwzięć jest wspieranie mobilności oraz widoczności nowych twórców i artystów poza granicami swoich krajów. Łączny budżet wieloletnich projektów, w których wezmą udział polskie organizacje, tylko w pierwszym roku realizacji wynosi **5,3 mln euro**.

Ponownym beneficjentem obszaru grantowego Tłumaczenia literackie zostało wrocławskie **wydawnictwo Książkowe Klimaty**. Projekt zaplanowany na lata 2018–2019 zakłada przetłumaczenie oraz wydanie 10 książek m.in. z Grecji, Cypru, Turcji, Słowacji, Malty i Węgier, wśród których znalazły się powieści wyróżnione **nagrodą Unii Europejskiej w dziedzinie literatury** (European Union Prize for Literature). Wysokość zdobytego dofinansowania to **58 500 euro**.

Obok imponującej skuteczności pod względem zdobywania wsparcia finansowego, sukcesem polskich organizacji były **nagrody i wyróżnienia** przyznawane przez europejskie stowarzyszenia i międzynarodowe grupy ekspertów za wyjątkowo wartościowe działania na polu kultury.

Do prestiżowego grona projektów wyróżnionych przez Komisję Europejską tytułem **Success stories** dołączył projekt **Our Little Library** (Nasza Mała Biblioteka), którego współorganizatorem jest **Agencja Edytorska EZOP** z Warszawy. Przedsięwzięcie ma charakter kulturalno-edukacyjny i opiera się na współpracy wydawców z nauczycielami, biblioteka-



Brave Kids | Fot. Aleksandra Twardowska



© Muzeum Katyńskie | Fot. Juliusz Sokołowski



Międzykulturowy spacer przygotowany i prowadzony w ramach projektu „Żydowskie dziedzictwo kulturowe” | © Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN



Wystawa edukacyjna „Muzeum na kółkach” realizowana w ramach projektu „Żydowskie dziedzictwo kulturowe” | © Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN

razami, a także rodzicami dzieci w wieku wczesnoszkolnym. Success stories to ukończone projekty dofinansowane w ramach komponentu Kultura, które wyróżniły się doskonałymi wynikami w zakresie wpływu na kształtowanie polityki kulturalnej, innowacyjności, potencjału komunikacyjnego, twórczego podejścia w planowaniu i realizacji przedsięwzięcia, a w konsekwencji mogą stanowić źródło inspiracji dla innych.

Kolejny raz mogliśmy cieszyć się z nominacji polskiego obiektu do **nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie architektury współczesnej im. Miesa van der Rohe** (EU Architecture Prize). Spośród 355 zgłoszonych do nagrody budynków na prestiżowej finałowej liście kandydatów znalazł się projekt warszawskiego **Muzeum Katyńskiego**, którego autorami są polscy architekci. Choć ostatecznie nagroda została przyznana DeFlat Kleiburg – projektowi renowacji jednego z największych bloków mieszkalnych w Holandii – to dzięki znalezieniu się w gronie nominowanych projekt Muzeum Katyńskiego dołączył do objazdowej wystawy organizowanej pod patronatem Komisji Europejskiej, która przez 18 miesięcy podróżowała po Europie i poza jej granicami.

Po raz pierwszy polska instytucja została uhonorowana **nagrodą Unii Europejskiej w dziedzinie dziedzictwa kulturowego / Europa Nostra (EU Heritage Prize)** w kategorii Edukacja, szkolenia i podnoszenie świadomości. **Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN**, jako jedyna organizacja z Polski w zeszłorocznej edycji nagrody, zdobyła laury za

program edukacyjny **Żydowskie dziedzictwo kulturowe**. Program zakładał realizację działań, które przyczyniają się do wsparcia aktywności osób uczących się, kształtowania u nich postaw obywatelskich oraz lepszego przygotowania młodych ludzi do życia w zróżnicowanym społeczeństwie.

Łącznie w 2017 roku w ramach programu Kreatywna Europa polscy beneficjenci otrzymali **4 492 815,13 euro, 9 polskich filmów** było dystrybuowanych łącznie w 15 krajach, polskie organizacje uczestniczyły w **32 projektach partnerskich i 1 projekcie translatorskim**. Czekamy na więcej!





Kreatywna
Europa

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu