

**MEDIA 2018
PRZEWODNIK
PO SCHEMATACH**



Kreatywna
Europa
MEDIA

**Kreatywna
Europa**

ZESPÓŁ CREATIVE EUROPE DESK POLSKA – KOMPONENT MEDIA

Małgorzata Kielkiewicz

Dyrektor Creative Europe Desk Polska
malgorzata.kielkiewicz@kreatywna-europa.eu
+48 22 44 76 180

Julia Płachecka

julia.plachecka@kreatywna-europa.eu
+48 22 44 76 172

Informacje ogólne, promocja

info@kreatywna-europa.eu

SPIS TREŚCI

INFORMACJE OGÓLNE	4
DEVELOPMENT I PRODUKCJA AUDIOWIZUALNA O POTENCJALE MIĘDZYNARODOWYM	5
• DEVELOPMENT – PROJEKT POJEDYNCZY	6
• DEVELOPMENT – PAKIET PROJEKTÓW	7
• DEVELOPMENT GIER VIDEO	8
• TV PROGRAMMING	9
ROZWIJANIE KOMPETENCJI PROFESJONALISTÓW, BUDOWANIE SIECI KONTAKTÓW, WSPARCIE DLA KOPRODUKCJI:	10
• WARSZTATY DLA PROFESJONALISTÓW	11
• DOSTĘP DO RYNKÓW	12
• MIĘDZYNARODOWE FUNDUSZE KOPRODUKCYJNE	13
DYSTRYBUCJA I AGENCI SPRZEDAŻY:	14
• PROMOCJA ONLINE	15
• DYSTRYBUCJA – SCHEMAT AUTOMATYCZNY	16
• DYSTRYBUCJA – SCHEMAT SELEKTYWNY	18
• AGENCI SPRZEDAŻY	20
DOTARCIE DO SZEROKIEJ WIDOWNI, EDUKACJA FILMOWA:	22
• SIECI KIN	23
• FESTIWALE FILMOWE	24
• EDUKACJA FILMOWA	25
SŁOWNIK TERMINÓW:	26

PROGRAM KREATYWNA EUROPA 2014-2020

Program Kreatywna Europa realizowany w latach 2014–2020 składa się z trzech komponentów: MEDIA, Kultura oraz części międzysektorowej. Komponent MEDIA przeznaczony jest dla wszystkich przedstawicieli europejskiego sektora audiowizualnego, a jego cele to wsparcie i promocja europejskiej kultury audiowizualnej, zwiększenie dostępności europejskich produkcji filmowych, profesjonalizacja sektora audiowizualnego, a także wychodzenie naprzeciw wyzwaniom rewolucji cyfrowej i globalizacji. Na realizację tych działań przeznaczone zostanie 818 720 000 €, co stanowi 56% siedmioletniego budżetu całego programu Kreatywna Europa.

W ramach 14 schematów komponentu MEDIA o dofinansowanie mogą ubiegać się producenci filmów i gier komputerowych, dystrybutorzy, agenci sprzedaży, organizatorzy szkoleń, festiwal filmowych, targów branżowych, wydarzeń budujących i rozwijających widownię filmów europejskich oraz projektów współpracy w obszarze edukacji filmowej i audiowizualnej, twórcy platform internetowych przeznaczonych dla profesjonalistów i szerokiej widowni, a także kina promujące filmy europejskie. Komponent wspiera również kinematografię krajów o niskiej zdolności produkcyjnej oraz projekty skierowane do młodych widzów.

PAŃSTWA UCZESTNICZĄCE W KOMPONENCIE MEDIA PROGRAMU KREATYWNA EUROPA:

- Państwa członkowskie UE,
- Norwegia, Islandia,
- Albania, Bośnia i Hercegowina, Czarnogóra, Serbia, Macedonia,
- Gruzja, Mołdawia, Ukraina, Tunezja (2018) – wyłącznie w schematach: *Warsztaty dla profesjonalistów, Festiwale, Edukacja Filmowa oraz Dostęp do rynków.*

Grecja, Islandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Węgry, Macedonia.

KRAJE O ŚREDNICH ZDOLNOŚCIACH PRODUKCYJNYCH (dotyczy schematów: *Development - projekt pojedynczy, pakiet projektów; TV Programming*):

- Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Irlandia, Norwegia, Holandia, **Polska**, Szwecja.

Aktualna lista państw spełniających kryteria:
www.bit.ly/KE_kraje.

KRAJE O NISKICH ZDOLNOŚCIACH PRODUKCYJNYCH:

- Albania, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czarnogóra, Czechy, Estonia,

KRAJE O WYSOKICH ZDOLNOŚCIACH PRODUKCYJNYCH:

- Francja, Hiszpania, Niemcy, Włochy, Wielka Brytania.

JAK ZŁOŻYĆ WNIOSEK?

Aby złożyć wniosek, w formularzu aplikacyjnym należy wskazać kod identyfikacyjny uczestnika (Participant Identification Number – PIC). Jeżeli Państwa organizacja posiada już kod PIC, którego używała w ramach innych programów (np. badawczych), może on zostać wykorzystany ponownie przy aplikowaniu o dofinansowanie z komponentu MEDIA.

Szczegółowy opis kolejnych etapów składania wniosku znajduje się na stronie www.bit.ly/aplikowanie.

Rozpatrywane będą jedynie wnioski w jednym z języków urzędowych Unii Europejskiej na oficjalnych i aktualnych formularzach aplikacyjnych, wypełnione w całości i podpisane (podpisy oryginalne lub równoważne) oraz przesłane w wyznaczonych terminach. W przypadku niektórych obszarów dofinansowania, oprócz aplikacji on-line wymagane jest

przesłanie dokumentów pocztą na adres Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA) w Brukseli. Prosimy o zwrócenie uwagi na szczegółowe informacje dotyczące sposobu przygotowania dokumentacji.

Rekomendujemy wypełnienie wniosku w języku angielskim oraz przypominamy o dokładnym sprawdzeniu listy załączników. Prosimy o postępowanie zgodnie z wytycznymi obowiązującymi w danym naborze opisanymi w wezwaniach do składania wniosków i przewodnikach dla wnioskodawców opatrzonych odpowiednim numerem wezwania.

UWAGA: Terminy naborów wniosków wskazane w przewodniku mogą ulec zmianie - zapraszamy do regularnego odwiedzania strony internetowej www.kreatywna-europa.eu/aplikacje.

DEVELOPMENT I PRODUKCJA AUDIOWIZUALNA O POTENCJALE MIĘDZYNARODOWYM:

- Development – projekt pojedynczy
- Development – pakiet projektów
- Development gier video
- TV Programming

W schematach związanych z developmentem i produkcją, celem komponentu MEDIA jest wsparcie doświadczonych producentów audiowizualnych w tworzeniu wysokiej jakości projektów o potencjale, by trafić do obiegu europejskiego i pozaeuropejskiego oraz zapewnienie warunków dla europejskich i międzynarodowych koprodukcji.

Ważnym elementem projektów powinno być tworzenie skutecznych strategii marketingowych i dystrybucyjnych zapewniających dotarcie do szerokiej publiczności w Europie i poza nią od początku fazy developmentu.

Schemat *Development – pakiet projektów* ułatwia także wejście na rynek wschodzącym talentom mającym dzięki dofinansowaniu z komponentu MEDIA szanse na otrzymanie wsparcia doświadczonych firm producenckich. Celem jest też wzmocnienie współpracy pomiędzy podmiotami działającymi w różnych krajach uczestniczących w komponencie MEDIA i rozwijanie konkurencyjności europejskich producentów audiowizualnych dzięki zwiększeniu ich możliwości inwestowania w projekty w fazie developmentu.

W obszarze produkcji telewizyjnej (schemat *TV Programming*), oprócz zwiększenia potencjału i jakości projektów, a także ich zasięgu dzięki międzynarodowym koprodukcjom, celem jest zwiększenie niezależności producentów telewizyjnych od nadawców. Działania w ramach schematu mają również zachęcić nadawców do angażowania się w ambitne projekty ukierunkowane na międzynarodową dystrybucję.

Komponent MEDIA wspiera także doświadczonych europejskich producentów gier video w rozwijaniu innowacyjnych projektów o potencjale europejskim i pozaeuropejskim, dążąc do zwiększenia konkurencyjności europejskiego sektora gier video na rynkach europejskich i międzynarodowych poprzez zachowanie własności intelektualnej europejskich producentów.



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

DEVELOPMENT – PROJEKT POJEDYNCZY

PROJEKTY: development projektów audiowizualnych – animacji, dokumentów kreatywnych i filmów fabularnych – przewidzianych do dystrybucji kinowej, telewizyjnej i komercyjnego wykorzystania na platformach cyfrowych.

- Pierwszy dzień zdjęciowy (lub jego odpowiednik) złożonego projektu musi być zaplanowany na co najmniej 8 miesięcy po dacie złożeniu aplikacji.
- Punkty automatyczne:
 - 5 dodatkowych punktów dla projektów adresowanych do młodej widowni (do 16 r. ż.) – nie dotyczy animacji.

RODZAJE PROJEKTÓW:

- animacje, kreatywne dokumenty i filmy fabularne o minimalnym metrażu 60' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji kinowej,
- fabuła (film lub serial) o minimalnym metrażu 90', animacja (film lub serial) o minimalnym metrażu 24' lub dokument kreatywny (film lub serial) o minimalnym metrażu 50' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji telewizyjnej,
- fabuła (film lub serial) o minimalnym metrażu 90', animacja (film lub serial) o minimalnym metrażu 24' lub dokument kreatywny (film lub serial) o minimalnym metrażu 50' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji na platformach cyfrowych – dla angażujących użytkownika projektów w formacie nieliniowym (np. VR) wymienione minimalne metraże nie mają zastosowania.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: niezależne – a więc nie należące do nadawcy telewizyjnego lub z jego mniejszościowym udziałem – firmy produkcyjne zarejestrowane i działające przez co najmniej 12 miesięcy przed złożeniem wniosku w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w bezpośrednim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów. Głównym celem i obszarem działalności takiej firmy musi być produkcja audiowizualna.

- **Kontrola większościowa nadawcy telewizyjnego wyklucza z aplikowania o dofinansowanie.**
- **Trwający realizowany projekt w ramach schematu Development - pakiet projektów wyklucza z aplikowania o dofinansowanie.**

WNIOSKODAWCA MUSI UDOWODNIĆ, ŻE:

- w ciągu ostatnich pięciu lat wyprodukował treści audiowizualne, które były dystrybuowane lub nadawane w co najmniej jednym kraju innym niż kraj wnioskodawcy w okresie od 1 stycznia 2015 do daty złożenia wniosku,
- był jedynym producentem powyższego projektu referencyjnego lub – w przypadku koprodukcji – producentem większościowym lub producentem delegowanym,
- posiada większość praw autorskich do projektu, który będzie realizować (należy przedstawić odpowiednie umowy),
- w przypadku adaptacji (np. powieści, biografii itp.) posiada większość związanych z nią praw.

• Przewidywane terminy naborów wniosków:

- 23 listopada 2017, 19 kwietnia 2018.

• Początek działania: data złożenia wniosku.

• Czas trwania działania / okres kwalifikowalności: do 30 miesięcy od daty złożenia wniosku.

• Wysokość dofinansowania:

- animacja: 60 000 €,
- dokument kreatywny: 25 000 €,
- fabuła:
 - 50 000 € – dla szacowanego budżetu $\geq 1,5$ mln €,
 - 30 000 € – dla szacowanego budżetu $< 1,5$ mln €.

• Maksymalne dofinansowanie to 50% całkowitych uprawnionych kosztów projektu.

• Na etapie raportu końcowego wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).



Warsztaty „Studio Nowe Horyzonty+” © F. Basara / Stowarzyszenie Nowe Horyzonty, CED Polska

DEVELOPMENT – PAKIET PROJEKTÓW

PROJEKTY: development pakietu projektów audio-wizualnych – animacji, dokumentów kreatywnych i filmów fabularnych (także krótkometrażowych, których autorami są wschodzące talenty), przewidzianych do dystrybucji kinowej, telewizyjnej i komercyjnego wykorzystania na platformach cyfrowych. Pierwszy dzień zdjęciowy (lub jego odpowiednik) musi być zaplanowany na co najmniej 8 miesięcy po złożeniu aplikacji.

- Aplikujący może wnioskować o dofinansowanie tylko w jednym naborze wybierając spośród:
 - dwóch naborów wniosków ogłoszonych w ramach wezwania 2018 dla schematu *Development* - projekt pojedynczy,
 - jednego naboru w 2018 r. w ramach wezwania *Development - pakiet projektów*.

RODZAJE PROJEKTÓW:

- animacje, kreatywne dokumenty i filmy fabularne o minimalnym metrażu 60' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji kinowej,
- fabuła (film lub serial) o minimalnym metrażu 90', animacja (film lub serial) o minimalnym metrażu 24' lub dokument kreatywny (film lub serial) o minimalnym metrażu 50' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji telewizyjnej,
- fabuła (film lub serial) o minimalnym metrażu 90', animacja (film lub serial) o minimalnym metrażu 24' lub dokument kreatywny (film lub serial) o minimalnym metrażu 50' przeznaczone w pierwszej kolejności do dystrybucji na platformach cyfrowych – dla angażujących użytkownika projektów w formacie nieliniowym (np. VR) wymienione minimalne metraże nie mają zastosowania.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: niezależne – a więc nienależące do nadawcy telewizyjnego lub z jego mniejszościowym udziałem – firmy producenckie zarejestrowane i działające przez co najmniej 36 miesięcy przed złożeniem wniosku w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w bezpo-

średnim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów. Głównym celem i obszarem działalności takiej firmy musi być produkcja audiowizualna.

WNIOSKODAWCA MUSI UDOWODNIĆ, ŻE:

- w ciągu ostatnich pięciu lat wyprodukował treści audiowizualne, które były dystrybuowane lub nadawane (w przypadku emisji TV - przez trzech różnych nadawców) w co najmniej trzech krajach innych niż kraj wnioskodawcy w okresie od 1 stycznia 2015 r. do daty złożenia wniosku,
- był jedynym producentem powyższego projektu referencyjnego, producentem większościowym lub delegowanym,
- posiada większość praw autorskich do projektu, który będzie realizować (należy przedstawić odpowiednie umowy),
- w przypadku adaptacji (np. powieści, biografii itp.) posiada większość związanych z nią praw.

• **Przewidywany termin naboru wniosków:** 1 lutego 2018.

• **Początek działania:** data złożenia wniosku.

• **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:** do 36 miesięcy od daty złożenia wniosku.

• **Wysokość dofinansowania:**

- katalog 3–5 projektów: 70 000 € – 200 000 €,
- katalog obejmujący filmy dokumentalne: maks. 150 000 €,
- każdy projekt w pakiecie może otrzymać między 10 000 € a 60 000 € o ile kwota ta nie przekracza 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów developmentu i 80% kwalifikowalnych kosztów produkcji filmu krótkometrażowego, (maks. 10 000 €).

• **Na etapie raportu końcowego** wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).



Międzynarodowe seminarium „Game Story 2” © A. Szypulski / KIPA, CED Polska

DEVELOPMENT GIER VIDEO

PROJEKTY: development (od pomysłu do stworzenia gotowej do użytku wersji próbnej lub prototypu) fabularnych, innowacyjnych i interaktywnych cyfrowych gier video do dystrybucji komercyjnej z przeznaczeniem na komputery, konsole, urządzenia mobilne, tablety, smartfony itp.

- 5 dodatkowych punktów dla projektów adresowanych do młodej widowni (do 12 r. ż.).

TEMATYKA PROJEKTÓW:

Nie kwalifikują się:

- utwory źródłowe (encyklopedie, atlasy, katalogi, bazy danych itp.),
- utwory poradnikowe (przewodniki instruktażowe, podręczniki itp.),
- narzędzia i serwisy z oprogramowaniem, których celem jest wyłącznie rozwój technologiczny lub wykorzystywane wyłącznie do dalszego rozwijania już istniejących koncepcji gier,
- serwisy informacyjne i wyłącznie transakcyjne,
- projekty promujące turystykę,
- multimedialne projekty i instalacje artystyczne,
- strony internetowe stanowiące albo przeznaczone konkretnie na platformy społecznościowe, sieci społecznościowe, fora internetowe, blogi lub podobne działania,
- projekty zawierające materiały pornograficzne, rasistowskie lub promujące przemoc,
- utwory o charakterze promocyjnym, stanowiące element kampanii promocyjnej lub reklamowej konkretnego produktu lub marki,
- produkcje instytucjonalne promujące konkretną organizację lub jej działalność,
- platformy dla gier,
- e-booki oraz interaktywne fabuły, animacje i filmy dokumentalne,
- gry łamigłówkowe, pamięciowe, sportowe, wyścigowe, społecznościowe, na przyjęcia, a także związane z biegami, rytmem, śpiewem, tańcem oraz quizy.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy zarejestrowane i działające w sektorze gier video przez co najmniej 12 miesięcy przed złożeniem wniosku w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w bezpośrednim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów. Głównym celem i obszarem działalności wymienionym w dokumentach rejestracyjnych takiej firmy musi być produkcja gier.

WNIOSKODAWCA MUSI UDOWODNIĆ, ŻE:

- w ciągu ostatnich pięciu lat wyprodukował lub przeprowadził development gry, która była komercyjnie dystrybuowana w okresie od 1 stycznia 2015 do daty złożenia wniosku,
- posiada większość praw autorskich do projektu, który będzie realizować (należy przedstawić odpowiednie umowy),
- w przypadku adaptacji (np. dzieła literackiego, audiowizualnego, komiksu itp.) posiada większość związanych z nią praw.

• **Przewidywany termin naboru wniosków:**
8 marca 2018.

• **Początek działania: data złożenia wniosku.**

• **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:**
do 36 miesięcy od daty złożenia wniosku.

• **Wysokość dofinansowania:**

- od 10 000 € do 150 000 € na pokrycie kosztów przygotowania użytkowej wersji prototypowej lub testowej gry.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych uprawnionych kosztów projektu.



„Let's Be Series” - europejskie seminarium o serialach © K. Pacholak / CED Polska, KIPA

TV PROGRAMMING

PROJEKTY: produkcje telewizyjne wysokiej jakości: fabuły, animacje i dokumenty kreatywne.

- Projekt musi być zrealizowany przy znaczącym udziale profesjonalistów będących obywatelami lub mieszkańcami krajów należących do komponentu MEDIA.
- Projekt musi być złożony najpóźniej w pierwszym dniu zdjęciowym (albo na początku tworzenia animacji).
- W projekcie muszą uczestniczyć co najmniej trzej nadawcy z trzech krajów uczestniczących w komponente MEDIA.
- Prawa powinny wrócić do producenta po:
 - 7 latach, jeśli udział nadawcy ma formę przedsprzedaży,
 - 10 latach, jeśli nadawca jest także koproducentem.
- Udział nadawcy nie może przekroczyć 70% całkowitego finansowania koprodukcji.
- 5 dodatkowych punktów dla projektów adresowanych do młodej widowni (do 16 r. ż.).

RODZAJE PROJEKTÓW:

- fabuła (film lub serial) o minimalnym metrażu 90' przeznaczony w pierwszej kolejności do dystrybucji telewizyjnej – kwalifikują się także sequele i trzecie sezony już wyprodukowanych seriali,
- animacja (film lub serial) o minimalnym metrażu 24' przeznaczona w pierwszej kolejności do dystrybucji telewizyjnej – sequele oraz trzecie i dalsze sezony już wyprodukowanych seriali animowanych nie kwalifikują się,
- dokument kreatywny (film lub serial) o minimalnym metrażu 50' przeznaczony w pierwszej kolejności do dystrybucji telewizyjnej – sequele oraz trzecie i dalsze sezony już wyprodukowanych seriali dokumentalnych nie kwalifikują się.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: niezależne – a więc nie należące do nadawcy telewizyjnego lub z jego mniejszościowym udziałem – firmy producenckie

zarejestrowane i działające w jednym z krajów uczestniczących w komponente MEDIA i będące w bezpośrednim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów. Głównym celem i obszarem działalności takiej firmy musi być produkcja audiowizualna.

WNIOSKODAWCA MUSI UDOWODNIĆ, ŻE:

- posiada większość praw autorskich do projektu, który będzie realizować,
- co najmniej 50% całkowitego szacowanego budżetu produkcji pochodzi z krajów należących do komponentu MEDIA,
- co najmniej 50% szacowanego całkowitego budżetu produkcji musi pochodzić od stron trzecich (albo poprzez bezpośrednie finansowanie, albo przedsprzedaż praw).

• **Przewidywane terminy naborów wniosków:** 16 listopada 2017, 24 maja 2018.

• **Początek działania:** 6 miesięcy przed datą złożenia wniosku.

• **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:** 24 miesiące (lub 36 miesięcy w przypadku seriali) od daty złożenia wniosku.

• Wysokość dofinansowania:

- fabuła i animacja: maks. 500 000 € i 12,50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów,
- pierwsze i drugie sezony seriali koprodukowanych przez firmy z różnych krajów komponentu MEDIA składających się z co najmniej 6 odcinków i z całkowitym kwalifikowalnym budżetem w wysokości co najmniej 10 mln €: maks. 1 mln € i 10% kwalifikowalnych kosztów,
- dokumenty kreatywne: maks. 300 000 € i 20% całkowitych kwalifikowalnych kosztów.

• **Na etapie raportu końcowego** wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).

ROZWIJANIE KOMPETENCJI PROFESJONALISTÓW, BUDOWANIE SIECI KONTAKTÓW, WSPARCIE DLA KOPRODUKCJI

- Warsztaty dla profesjonalistów
- Dostęp do rynków
- Międzynarodowe fundusze koprodukcyjne

W ramach tej grupy schematów, komponent MEDIA wspiera działania umożliwiające spotkania międzynarodowych i europejskich partnerów koprodukcyjnych lub – pośrednio – koprodukcję utworów audiowizualnych. Celem jest także otwarcie nowych możliwości współpracy międzynarodowej i zachęcenie firm do koprodukcji utworów o wysokiej jakości artystycznej i międzykulturowym wymiarze, a także posiadających potencjał dotarcia do widowni na poziomie międzynarodowym.

W ramach schematu *Szkolenia dla profesjonalistów* rozwijane są umiejętności i kompetencje profesjonalistów sektora audiowizualnego, co pozwala na zwiększenie konkurencyjności oraz zdolności budowania sieci kontaktów na poziomie międzynarodowym i wsparcie europejskich firm w testowaniu nowych modeli biznesowych.

Zapewniając dostęp do rynków, komponent MEDIA wzmacnia współpracę międzynarodową i stwarza przedstawicielom sektora audiowizualnego i profesjonalistom możliwości działania na rynkach w Europie i poza nią. Schemat ma także wspierać profesjonalistów z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej i zapewniać różnorodność kulturową oraz rozwój innowacyjności, kreatywności i talentów.



Cannes 2017 © ScripTeast - Niezależna Fundacja Filmowa / Warsztaty ScripTeast

WARSZTATY DLA PROFESJONALISTÓW

PROJEKTY: warsztaty, szkolenia i sesje coachingowe online wykorzystujące narzędzia upowszechniania dobrych praktyk i rozwiązania oparte na sprawdzonych lub innowacyjnych modelach uczenia się, nauczania i coachingu.

RODZAJE PROJEKTÓW:

- szkolenia i warsztaty europejskie (na poziomie europejskim),
- szkolenia i warsztaty międzynarodowe (we współpracy z krajami spoza Europy),
- w 2018 r. szanse na wysoką ocenę ekspertów mają projekty ukierunkowane na mentoring, rozwój talentów, wsparcie młodych twórców i dotarcie do młodej widowni.

TEMATYKA PROJEKTÓW:

- w 2018 szczególny nacisk na warsztaty i szkolenia dotyczące animacji,
- rozwój widowni, marketing i nowe modele dystrybucji i eksploatacji, także w oparciu o nowe technologie cyfrowe,
- zarządzanie finansowe i komercyjne z naciskiem na stymulowanie dostępu do finansowania i nowych modeli biznesowych,
- development i produkcja dzieł audiowizualnych z uwzględnieniem wymiany wiedzy i budowania sieci kontaktów,
- wyzwania związane z cyfryzacją i dostosowaniem się do zmian na rynku.

UCZESTNICY SZKOLEŃ I WARSZTATÓW: profesjonaliści sektora audiowizualnego, a w szczególności producenci, reżyserzy, scenarzyści, dystrybutorzy, agenci sprzedaży, specjaliści w zakresie filmu animowanego, postprodukcji, a także eksperci w dziedzinie prawa i finansów współpracujący z sektorem audiowizualnym.

- **Większość uczestników musi pochodzić z innego kraju niż wnioskodawca.**
- **W 2018 r. w ramach schematu dodatkowo wspierane będzie uczestnictwo profesjonalistów z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej oraz współpraca pomiędzy krajami**

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy prywatne, NGO, organizacje charytatywne, władze lokalne itp. zarejestrowane i działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w bezpośrednim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów.

- **Przewidywany – ostatni w tej edycji programu – termin otwartego naboru wniosków (projekty będą realizowane na podstawie trzyletnich umów ramowych): 12 kwietnia 2018.**
- **Wniosek będzie miał na celu nawiązanie trzyletniego partnerstwa w ramach komponentu MEDIA poprzez podpisanie ramowej umowy o partnerstwie.**
- **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



Spotkanie z twórcami platformy Pitch the Doc © Marrubium / Pitch the Doc

DOSTĘP DO RYNKÓW

PROJEKTY: działania sprzyjające tworzeniu utworów audiowizualnych o potencjale, by dotrzeć do międzynarodowej widowni, a także opracowaniu innowacyjnych narzędzi biznesowych, które pozwolą na zwiększenie widoczności projektów na rynkach europejskim i międzynarodowym.

RODZAJE PROJEKTÓW:

- wsparcie dla europejskich i międzynarodowych koprodukcji, w tym filmów krótkometrażowych, developmentu gier video, seriali telewizyjnych i projektów cross-mediowych,
- ułatwianie dostępu do wydarzeń i targów dla profesjonalistów i wykorzystanie biznesowych narzędzi online na terenie Europy i poza nią,
- działania zwiększające obieg europejskich utworów, także krótkometrażowych, w Europie i na świecie, na wszystkich platformach i we wszystkich formatach.

RODZAJE PROJEKTÓW:

- **Działanie 1.:** fizyczne rynki dla profesjonalistów audiowizualnych w formule business-to-business:
 - inicjatywy związane z koprodukcją lub finansowaniem wydarzeń lub targów i rynków dla utworów już ukończonych umożliwiające europejskim profesjonalistom dotarcie do profesjonalnych rynków audiowizualnych na terenie krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i poza ich granicami – ze szczególnym uwzględnieniem filmów krótkometrażowych, gier video, projektów cross-mediowych i seriali telewizyjnych.
- **Działanie 2.:** przeznaczone dla profesjonalistów narzędzia internetowe wspierające wymianę business-to-business:
 - tworzenie i rozwój baz danych oraz sieci europejskich programów lub profesjonalistów sektora audiowizualnego,
 - tworzenie i rozwój innowacyjnych narzędzi online dla europejskiej branży audiowizualnej z wykorzystaniem najnowszych technologii.

- **Działanie 3.:** promocja business-to-business europejskich utworów audiowizualnych:

- działania realizowane przez paneuropejskie sieci lub organizacje reprezentujące co najmniej 15 krajów komponentu MEDIA mające na celu ułatwienie obiegu i dystrybucji europejskich utworów audiowizualnych i filmów oraz nawiązywanie kontaktów przez europejskich profesjonalistów,
- tworzenie i uruchamianie platform oraz inicjatyw promocyjnych business-to-business mających na celu tworzenie kreatywnych rozwiązań lub wykorzystanie nowych modeli biznesowych służących dystrybucji i wypuszczeniu do kin europejskich utworów audiowizualnych przez co najmniej trzech partnerów z trzech różnych krajów uczestniczących w komponencie MEDIA – na szczególną uwagę zasługują działania promujące wykorzystanie nowych narzędzi cyfrowych i modeli biznesowych.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy prywatne, NGO, samorządy itp. działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów.

- **Przewidywany termin naboru wniosków:**
1 lutego 2018.
- **Przewidywany początek działania:**
1 czerwca 2018 – 31 maja 2019.
- **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:**
12 miesięcy.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu lub 80% w przypadku działań międzynarodowych.



Info Day programu Kreatywna Europa © O. Kasprzyk / CED Polska

MIĘDZYNARODOWE FUNDUSZE KOPRODUKCYJNE

PROJEKTY: międzynarodowe fundusze koprodukcyjne umożliwiające realizację i obieg różnorodnych kulturowo międzynarodowych koprodukcji (animacji, kreatywnych dokumentów i fabuły).

- Dofinansowany fundusz musi działać w jednym z krajów komponentu MEDIA przez co najmniej 12 miesięcy przed datą złożenia wniosku.
- Główną, popartą dorobkiem w postaci zrealizowanych projektów działalnością funduszu musi być wsparcie międzynarodowych koprodukcji.
- Projekt musi być koprodukowany przez co najmniej jednego producenta z kraju, który nie uczestniczy w komponencie MEDIA ani w programie Eurimages.
- Udział koproducenta/ów z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA musi wynosić minimalnie 20% (na etapie pierwszej płatności) i nie może przekroczyć 70%.
- Żadne dodatkowe kryteria – poza tymi związanymi z określeniem listy krajów trzecich – nie mogą zostać zastosowane dla wybranych do dofinansowania funduszy, a finansowanie projektów nie może się ograniczać do operatorów działających w kraju, w którym ustanowiony jest fundusz.
- Umowa grantowa może być podpisana tylko z partnerem europejskim, ale grant nie musi zostać wydany w Europie.

RO AJE PROJEKTÓW:

- Produkcja filmów fabularnych, animacji i dokumentów kreatywnych o minimalnym metrażu 60' przewidzianych pierwotnie do dystrybucji kinowej.
- Realizacja konkretnej strategii dystrybucyjnej ukierunkowanej na poprawienie obiegu dofinansowanych utworów – tak, aby film był dystrybuowany w co najmniej 3 krajach, z czego co najmniej jeden uczestniczył w komponencie MEDIA, a co najmniej jeden był krajem trzecim.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy prywatne, NGO, samorządy itp. działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów.

- **Wnioskodawca musi posiadać międzynarodowy fundusz koprodukcyjny ustanowiony prawnie (a więc zgodnie z obowiązującymi przepisami) i aktywny przez co najmniej 12 miesięcy, którego główną działalnością jest wsparcie międzynarodowych koprodukcji.**
- **Przewidywany termin naboru wniosków:** 15 lutego 2018.
- **Początek działania:** 1 września 2018.
- **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:** 34 miesiące.
- **Wysokość dofinansowania:**
 - maks. 60 000 € na projekt przeznaczony na produkcję,
 - maks. 60 000 € na projekt przeznaczony na kampanię dystrybucyjną.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 80% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

DYSTRYBUCJA I AGENCI SPRZEDAŻY:

- Promocja i dystrybucja online
- Dystrybucja – schemat automatyczny
- Dystrybucja – schemat selektywny
- Agenci sprzedaży

Celem schematów adresowanych do dystrybutorów i agentów sprzedaży jest wsparcie i zachęcanie do szerszej międzynarodowej dystrybucji niedawno wyprodukowanych filmów europejskich.

W ramach schematu *Promocja online*, komponent MEDIA dofinansowuje międzynarodowe działania marketingowe i dystrybucję utworów audiowizualnych poza obiegiem kinowym, a także promocję nowych sposobów dystrybucji ukierunkowaną na tworzenie innowacyjnych modeli biznesowych, co ma prowadzić do zwiększenia atrakcyjności legalnych serwisów VOD i wzmocnienia konkurencyjności europejskiej branży audiowizualnej. Istotne jest opracowanie przejrzystej strategii komunikacji działań w ramach projektu oraz ich rezultatów, w szczególności w odniesieniu do władz, krajów członkowskich i branży audiowizualnej.

W schemacie automatycznym zapewnienie dofinansowania promocji i dystrybucji (kinowej, ale także on-line) nowych filmów niekrajowych dystrybutorom odbywa się w oparciu o ich wyniki na rynku. W schemacie selektywnym koordynatorem składanego projektu, w który zaangażowanych jest co najmniej 7 dystrybutorów działających w różnych krajach, jest agent sprzedaży.

Dzięki dodatkowemu wsparciu w ramach schematu *Agenci sprzedaży* komponent MEDIA wzmacnia i rozwija współpracę producentów i dystrybutorów, co prowadzi do zwiększenia konkurencyjności niekrajowych filmów europejskich oraz europejskich firm.



Platforma VOD.pl © Onet.pl

PROMOCJA ONLINE

PROJEKTY: dofinansowanie można otrzymać na trzy rodzaje działań:

- **Działanie 1.:** promocja z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych, marketing, budowanie marki i rozwój nowych ofert na istniejących platformach VOD udostępniających w większości filmy z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA. Celem jest zwiększenie widoczności i dotarcie do światowej publiczności z europejskimi utworami audiowizualnymi.

Katalog filmów na platformach VOD od początku i przez cały okres trwania projektu musi:

- gromadzić ogółem co najmniej 500 utworów audiowizualnych,
- składać się w co najmniej 50% z utworów europejskich,
- zawierać utwory z co najmniej pięciu krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i reprezentujących co najmniej pięć różnych oficjalnych języków Unii Europejskiej,
- składać się w nie więcej niż w 40% z utworów pochodzących z jednego kraju
- **Działanie 2.:** przygotowanie pakietów cyfrowych (obejmujących np. kodowanie, opracowanie napisów i metadanych, rozwój strategii i przygotowanie materiałów marketingowych do wykorzystania na terenie kilku krajów) ułatwiających komercjalizację europejskich utworów audiowizualnych na platformach VOD i zwiększenie dostępu do nich w Europie i poza nią.

Kwalifikujący się katalog musi:

- obejmować minimum 20 europejskich utworów audiowizualnych lub – dla pakietów serialowych – co najmniej 20 odcinków jednego lub kilku seriali,
- zawierać utwory z co najmniej pięciu krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i reprezentujących co najmniej pięć różnych oficjalnych języków Unii Europejskiej (nie dotyczy katalogów,

• **Każdy tytuł w katalogu musi:**

- uprzednio zostać sprzedany do dystrybucji kinowej lub telewizyjnej w co najmniej trzech krajach MEDIA,
- być udostępniony w serwisach VOD w co najmniej trzech innych krajach MEDIA, akceptowane jest dodatkowe udostępnienie filmów w krajach pozaeuropejskich.
- **Działanie 3.:** nowe strategie dystrybucji i promocji europejskich utworów audiowizualnych, w tym działania koncentrujące się na innowacyjnych i partycypacyjnych strategiach dotarcia z filmami europejskimi do szerokiej publiczności, a także wspierające łączenie różnych – działających online i off-line – platform dystrybucji.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy prywatne, NGO, samorządy itp. działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów.

• **Przewidywany termin naboru wniosków:**

19 kwietnia 2018.

• **Początek działania:** między 1 września 2018 a 1 stycznia 2019.

• **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:** 12 miesięcy.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



„Ja, Daniel Blake”, reż. K. Loach © M2 Films

DYSTRYBUCJA – SCHEMAT AUTOMATYCZNY

PROJEKTY: pierwszy etap to generowanie potencjalnego funduszu, który jest proporcjonalny do liczby biletów sprzedanych na niekrajowe filmy europejskie w roku 2017 w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA, aż do pułapu określonego dla każdego kraju.

Drugi etap polega na reinwestycji potencjalnego funduszu.

- Projekty reinwestycyjne wymagają akceptacji EACEA.
- Procent funduszu, który zostanie przeznaczony na realizację projektu reinwestycyjnego, nie może przekroczyć pułapu określonego w przewodniku dla wnioskodawców.
- Nie można łączyć funduszy wygenerowanych w ramach różnych wezwań do składania wniosków w jednym projekcie reinwestycyjnym.
- Ponowne aplikowanie o środki na ten sam film będzie nieuprawnione, dopóki aplikujący nie otrzyma informacji, że pierwszy wniosek nie otrzymał dofinansowania.
- Umowy dystrybucyjne nie mogą zawierać zapisów wskazujących, że grant UE może być uznawany za zysk lub warunkujących realizację projektu od otrzymania dofinansowania.

RODZAJE PROJEKTÓW (ETAP REINWESTYCJI):

- koprodukcja kwalifikowalnego niekrajowego filmu europejskiego,
- zakup praw do dystrybucji – np. poprzez gwarancje minimalne – niekrajowych filmów europejskich,
- wypuszczenie do kin kwalifikowalnych niekrajowych filmów europejskich (promocja i reklama, koszty cyfryzacji i transkodowania) – działanie to nie może być łączone ze wsparciem w ramach obszaru Dystrybucja – schemat selektywny na ten sam film.

FILMY SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA:

- produkcje fabularne, animowane i dokumenty o minimalnym metrażu 60’,
- z pierwszymi prawami autorskimi ustanowionymi najwcześniej w 2014 r.,
- niezawierające innych treści (oper, koncertów, performance’ów itp.), a także reklam, materiałów pornograficznych lub propagujących rasizm i przemoc,
- wyprodukowane z większościowym udziałem producenta lub producentów, wymienionych w napisach końcowych, posiadających kontrolę kreatywną, prawa lub udział w zyskach, działających w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- wyprodukowane ze znaczącym udziałem obywateli lub rezydentów krajów uczestniczących w komponencie MEDIA,
- filmy europejskie będą uważane za krajowe w kraju uczestniczącym w komponencie MEDIA, którego obywatele/rezydenci byli najbardziej reprezentowani w procesie produkcji, natomiast za niekrajowe będą uznane we wszystkich pozostałych krajach.

BILETY SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA:

- Sprzedane w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 r., z wykluczeniem biletów, za które nie pobrano opłaty.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy zarejestrowane i działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów, jako dystrybutorzy zaangażowane w działania komercyjne zmierzające do znalezienia szerokiej widowni dla filmów wyświetlanych w kinach – musi to być główna działalność firmy lub jej oddziału i może obejmować techniczne aspekty, takie jak dubbing, napisy, wykonanie i obieg kopii itp., a także promocję i marketing (produkcja trailerów i ma-



„Tancerka”, reż. S. Di Giusto © Solopan

teriatów promocyjnych, zakup przestrzeni reklamowej, organizacja wydarzeń promocyjnych itp.).

ABY UZYSKAĆ DOFINANSOWANIE, DYSTRYBUTOR MUSI:

- posiadać prawa do dystrybucji filmu na terenie danego kraju,
- prowadzić dystrybucję kinową filmu w danym kraju (co oznacza, że ustala datę premiery oraz planuje i realizuje dystrybucję oraz kampanię promocyjną),
- pokrywać koszty związane z dystrybucją,
- być zarejestrowany i posiadać zdolności operacyjne niezbędne dla przeprowadzenia dystrybucji kinowej (tzn. wykwalifikowanych pracowników) w kraju, dla którego wnioskowane jest dofinansowanie.

Jeśli zadania lub zakres odpowiedzialności pomiędzy poszczególnymi firmami podzielony jest w taki sposób, że nie można określić jednego dystrybutora dla filmu na danym terytorium, film nie uzyska wsparcia w tym kraju, a sprzedane bilety nie będą uprawnioną podstawą do wygenerowania funduszu.

• Wysokość dofinansowania:

- na każdy kwalifikowalny bilet przypada, w zależności od kraju pochodzenia filmu i kraju dystrybucji, określona kwota podana w przewodniku dla wnioskodawców – na etapie generowania funduszu należy pomnożyć tę liczbę przez liczbę sprzedanych biletów,
- na etapie reinwestycji, w zależności od kraju pochodzenia filmu, którego dotyczy reinwestycja, w ramach poszczególnych działań (koprodukcja, umowa licencji podpisana przed zakończeniem okresu zdjęciowego filmu lub po jego zakończeniu, dystrybucja) obowiązują limity procentowe podane w przewodniku dla wnioskodawców.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

• **Na etapie raportu końcowego** wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).

PRZEWIDYWANY TERMIN NABORU WNIOSKÓW: 27 KWIETNIA 2018.

REINWESTYCJA: MODUŁ	PRZEWIDYWANE DATY DZIAŁANIA	PRZEWIDYWANY OSTATECZNY TERMIN APLIKOWANIA O REINWESTYCJĘ	OKRES KWALIFIKOWALNOŚCI KOSZTÓW
Koprodukcja	Umowa koprodukcyjna musi zostać podpisana najwcześniej 1.08.2017.	W ciągu 3 miesięcy od podpisania umowy koprodukcyjnej i nie później niż 1.08.2019.	od 1.08.2018 do 1.02.2021
Gwarancja minimalna	Umowa dystrybucyjna musi być podpisana najwcześniej 1.08.2017.	W ciągu 3 miesięcy od podpisania umowy/ umowy licencji (dopuszczalna jest deal memo lub pełna wersja umowy) i nie później niż 1.08.2019. od 1.08.2018 do 1.02.2021	od 1.08.2018 do 1.02.2021
Koszty dystrybucji	Premiera kinowa filmu w danym kraju może mieć miejsce najwcześniej 1.08.2017, a najpóźniej 1.08.2019.	Najpóźniej w dniu premiery filmu w danym kraju i nie później niż 1.08.2019.	od 1.02.2018 do 1.08.2021



„Dobrze się kłamię w miłym towarzystwie”, reż. P. Genovese © Aurora Films

DYSTRYBUCJA – SCHEMAT SELEKTYWNY

PROJEKTY: kampanie ukierunkowane na międzynarodową dystrybucję kwalifikowalnych filmów europejskich zgłoszonych przez uprawnioną grupę dystrybutorów koordynowaną przez agenta sprzedaży danego filmu.

- Wsparcia ze schematu selektywnego nie można łączyć z dofinansowaniem ze schematu automatycznego w ramach reinwestycji na dystrybucję tego samego filmu.
- Ponowne aplikowanie na ten sam film będzie nieuprawnione, dopóki aplikujący nie otrzyma informacji, że pierwszy wniosek nie otrzymał dofinansowania.
- Umowy dystrybucyjne nie mogą zawierać zapisów wskazujących, że grant UE może być uznawany za zysk lub warunkujących realizację projektu od otrzymania dofinansowania.

FILMY SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA:

- produkcje fabularne, animowane i dokumenty o minimalnym metrażu 60’;
- obrazy, do których pierwsze prawa autorskie zostały ustanowione najwcześniej w 2015 r.,
- niezawierające innych treści (oper, koncertów, performance’ów itp.), a także reklam, materiałów pornograficznych lub propagujących rasizm i przemoc,
- wyprodukowane z większościowym udziałem producenta lub producentów, wymienionych w napisach końcowych, posiadających kontrolę kreatywną, prawa lub udział w zyskach, działających w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- w przypadku produkcji z Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii, Włoch i Niemiec – o budżecie poniżej 10 mln €,
- wyprodukowane przy znaczącym udziale obywateli lub rezydentów krajów uczestniczących w komponencie MEDIA,
- takie, których premiera (z wyłączeniem pokazów specjalnych i prapremier) odbędzie się w krajach dystrybutorów należących do grupy: najwcześniej

w dniu złożenia wniosku, a najpóźniej 18 miesięcy po terminie naboru wniosków,

- filmy europejskie będą uważane za krajowe w kraju uczestniczącym w komponencie MEDIA, którego obywatele lub rezydenci byli najbardziej reprezentowani w procesie produkcji, za niekrajowe natomiast będą uznane we wszystkich pozostałych krajach.

GRUPY SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA:

- **Koordynator** – agent sprzedaży danego filmu
 - składa wniosek obejmujący co najmniej 7 kwalifikowalnych aplikacji od uprawnionych dystrybutorów działających w różnych krajach:
 - za każdego dystrybutora wniosek otrzymuje 1 punkt,
 - dodatkowo po 1 punkcie otrzymuje każdy dystrybutor, który wygenerował fundusz w ostatnim naborze w schemacie automatycznym,
 - dodatkowo 2 punkty można otrzymać za filmy wyprodukowane w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA z wyłączeniem Niemiec, Francji, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Włoch,
 - w przypadku równej liczby punktów, pod uwagę będzie brana liczba dystrybutorów w grupie,
 - w każdym naborze dofinansowanie otrzymuje najwyższej oceniony spośród wniosków na dystrybucję aktorskich filmów fabularnych dla dzieci poniżej 12 r.ż. (z wyłączeniem kina familijnego); w takim przypadku wniosek musi być właściwie uzasadniony przez koordynatora – z uwzględnieniem docelowej widowni, tematu filmu, szczegółów kampanii adresowanej do dzieci, prezentacji na festiwalach filmowych itp.
- **wpisujące się w dwie kategorie:**
 - **filmów małych** – grupy przedstawiające film o budżecie produkcji poniżej 3 mln €,
 - **filmów średnich** – grupy przedstawiające film o budżecie produkcji równym lub przekraczającym 3 mln € (do 10 mln € dla filmów z Niemiec, Francji, Hiszpanii, Włoch i Wielkiej Brytanii).



„Frantz”, reż. F. Ozon © Aurora Films

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy zarejestrowane i działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów, jako dystrybutorzy zaangażowane w działania komercyjne zmierzające do znalezienia szerokiej widowni dla filmów wyświetlanych w kinach. Musi to być główna działalność firmy lub jej oddziału i może obejmować aspekty techniczne takie jak dubbing, napisy, wykonanie i obieg kopii itp., a także promocję i marketing (produkcję trailerów i materiałów promocyjnych, zakup przestrzeni reklamowej, organizację wydarzeń promocyjnych itp.).

- **Jeśli zadania lub zakres odpowiedzialności pomiędzy poszczególnymi firmami podzielony jest w taki sposób, że nie można określić jednego dystrybutora dla filmu na danym terytorium, film nie uzyska wsparcia w tym kraju.**

ABY UZYSKAĆ DOFINANSOWANIE, DYSTRYBUTOR MUSI:

- posiadać prawa do dystrybucji filmu na terenie danego kraju,
- prowadzić dystrybucję kinową filmu w danym kraju (co oznacza, że ustala datę premiery oraz planuje i realizuje dystrybucję oraz kampanię promocyjną),
- pokrywać koszty związane z dystrybucją,
- być zarejestrowany i posiadać zdolności operacyjne niezbędne dla przeprowadzenia dystrybucji kinowej (tzn. wykwalifikowanych pracowników) w kraju, dla którego wnioskowane jest dofinansowanie.

- **Przewidywany termin naboru wniosków:** 1 grudnia 2017, 14 czerwca 2018

• **Początek działania (premiera filmu):**

- dla terminu 1 grudnia 2017: film może mieć premierę od daty złożenia wniosku, jednak nie wcześniej niż 1 października 2017,
- dla terminu 14 czerwca 2018: film może mieć premierę od daty złożenia wniosku, jednak nie wcześniej niż 14 kwietnia 2017.

- **Czas trwania działania / okres kwalifikowalności:** od daty złożenia wniosku do 18 miesięcy po ostatecznym terminie aplikacji.

• **Wysokość dofinansowania:**

- ryczałt ustalany w zależności od kraju i liczby ekranów, na których będzie wyświetlany film.

- **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

- **Na etapie aplikacji** wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).

- **Projekty dofinansowane** w ramach schematu selektywnego muszą być dostępne w wersjach językowych przygotowanych przez dystrybutorów na potrzeby wszystkich platform dystrybucji.



Pitching projektów © Fundacja Filmowa im. W. Ślesickiego / Doc Lab Poland

AGENCI SPRZEDAŻY

PROJEKTY: pierwszy krok to dwuetapowe generowanie potencjalnego dofinansowania, które jest obliczane na podstawie wyników agenta sprzedaży na rynku międzynarodowym w latach 2013–2017.

Drugi etap to reinwestycja potencjalnego funduszu w promocję, marketing i reklamę albo gwarancje minimalne lub zaliczki na poczet międzynarodowych praw do sprzedaży niedawno wyprodukowanych filmów europejskich.

RODZAJE PROJEKTÓW (ETAP REINWESTYCJI):

- gwarancje minimalne lub zaliczki na poczet międzynarodowych praw do sprzedaży niedawno wyprodukowanych niekrajowych filmów europejskich,
- promocja, marketing i reklama kwalifikowalnych niekrajowych filmów europejskich.

FILMY SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA:

- produkcje fabularne, animowane i dokumenty o minimalnym metrażu 60’,
- obrazy, do których pierwsze prawa autorskie zostały ustanowione najwcześniej w 2013 r.,
- niezawierające innych treści (oper, koncertów, performance’ów itp.), a także reklam, materiałów pornograficznych lub propagujących rasizm i przemoc,
- wyprodukowane z większościowym udziałem producenta lub producentów, wymienionych w napisach końcowych, posiadających kontrolę kreatywną, prawa lub udział w zyskach, działających w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- wyprodukowane przy znaczącym udziale obywateli lub rezydentów krajów uczestniczących w komponencie MEDIA,
- filmy europejskie będą uważane za krajowe w kraju uczestniczącym w komponencie MEDIA, którego obywatele lub rezydenci byli najbardziej reprezentowani w procesie produkcji, natomiast za niekrajowe będą uznane we wszystkich pozostałych krajach.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy zarejestrowane i działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów, działające jako agenci sprzedaży wyspecjalizowani w komercyjnej eksploatacji filmu przez marketing i sprzedaż licencji dystrybutorom lub innym firmom wprowadzającym film zagranicą.

ABY WYGENEROWAĆ FUNDUSZ, AGENT SPRZEDAŻY MUSI:

- działać na rzecz producenta na mocy pisemnej umowy, która będzie rozpatrywana jako międzynarodowa umowa sprzedaży tylko pod warunkiem, że obejmuje prawa do sprzedaży filmu w co najmniej 10 krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- udowodnić, że w okresie od 1 stycznia 2012 do 31 grudnia 2016 był agentem sprzedaży co najmniej 8 kwalifikowalnych europejskich filmów, z których co najmniej jeden był filmem niekrajowym, do którego, na mocy pisemnej umowy z producentem, agent posiadał prawa do sprzedaży w co najmniej 10 krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- udowodnić, że w tym samym okresie dla co najmniej 3 z tych filmów w co najmniej 3 krajach uczestniczących w komponencie MEDIA poza krajem ich produkcji miała miejsce premiera kinowa zgodnie z deklaracją dystrybutora w ramach Dystrybucji - schematu automatycznego.



„Zjednoczone Stany Miłości”, reż. T. Wasilewski © AP Mañana / agent sprzedaży: New Europe Film Sales

- **Przewidywane terminy naborów wniosków:** 15 czerwca 2018.

- **Przewidywany termin aplikacji w II etapie (reinwestycja środków):** 3 października 2019.

Wnioski reinwestycyjne będą traktowane zgodnie z zasadą „kto pierwszy, ten lepszy”. Potencjalny fundusz, który nie zostanie reinwestowany przed upływem powyższego terminu, przepada.

- **Termin rozpoczęcia działania:** Międzynarodowa umowa sprzedaży z producentem może zostać podpisana najwcześniej 1 października 2018 r.
- **Termin złożenia aplikacji o reinwestycję środków:** aplikacja musi zostać złożona w ciągu trzech miesięcy od daty podpisania międzynarodowej umowy sprzedaży z producentem i nie później niż 3 października 2019 r.
- **Wysokość dofinansowania:**
 - na pierwszym etapie generowania funduszu, po spełnieniu wszystkich warunków, agent sprzedaży otrzymuje możliwość wykorzystania potencjalnego funduszu w wysokości 20 000 €,
 - na drugim etapie generowania funduszu agent może otrzymać dodatkowe wsparcie stanowiące procent potencjalnego funduszu wygenerowanego w ramach schematu automatycznego (20% w przypadku krajów o wysokiej zdolności produkcyjnej i 30% dla pozostałych krajów).
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu na etapie reinwestycji.
- **Na etapie aplikacji** wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatnich stronach przewodnika).

DOTARCIE DO SZEROKIEJ WIDOWNI, EDUKACJA FILMOWA:

- Sieci kin
- Festiwale filmowe
- Edukacja filmowa

Budując, rozwijając i edukując widownię, komponent MEDIA ma na celu wspieranie inicjatyw, które prezentują i promują różnorodność europejskich utworów audiowizualnych, a także zwiększają wiedzę i zainteresowanie widowni tą dziedziną. Dzięki wspieranym projektom edukacyjnym buduje zainteresowanie widowni, w szczególności młodej, europejską kinematografią i utworami audiowizualnymi, a tym samym promuje edukację filmową – także na temat dziedzictwa audiowizualnego. Celem jest również zwiększenie wykorzystania filmu i innych utworów audiowizualnych w edukacji oraz rozwój europejskiej współpracy i innowacji.

Zrzeszeni w dofinansowywanej przez komponent MEDIA sieci kin Europa Cinemas, właściciele kin są zachęceni do wyświetlania niekrajowych filmów europejskich oraz zwiększania zainteresowania publiczności niekrajową kinematografią europejską m.in. poprzez projekty edukacyjne adresowane do młodych widzów. Do celów schematu *Sieci kin* należy również wymiana dobrych praktyk i wiedzy oraz inne formy współpracy pomiędzy członkami sieci, a także upowszechnianie rezultatów ich działań.

Logo sieci Europa Cinemas © Europa Cinemas

SIECI KIN

PROJEKTY: działania edukacyjne sieci kin adresowane do młodych widzów oraz wsparcie kin w przystosowaniu się do zmieniających się warunków poprzez promocję innowacyjnych rozwiązań odpowiednich do ich oferty, budowanie widowni oraz tworzenie partnerstw w branży filmowej.

- Działania związane z budowaniem sieci współpracy: informacja, animacja i komunikacja.
- Wsparcie uczestniczących kin i podejmowanych przez nie działań:
 - mających na celu promowanie i wyświetlanie filmów europejskich,
 - edukacyjnych adresowanych do młodych widzów,
 - promocyjnych i marketingowych we współpracy z innymi platformami dystrybucji (np. telewizją, VOD).

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: sieci kin koordynowane przez podmiot posiadający osobowość prawną prowadzące wspólne działania związane z wyświetlaniem i promocją filmów europejskich, które reprezentują co najmniej 100 kin w co najmniej 20 krajach uczestniczących w komponencie MEDIA. Sieci te oraz należące do nich kina muszą być w całkowitym lub większościowym posiadaniu obywateli lub rezydentów krajów należących do komponentu MEDIA, a także zarejestrowane w jednym z tych krajów.

- **Beneficjentem schematu jest sieć Europa Cinemas.**

KINA, KTÓRE SĄ UPRAWNIONE JAKO NALEŻĄCE DO SIECI:

- wyświetlają europejskie filmy w ciągu 12 miesięcy od daty krajowej premiery danego filmu,
 - przeznaczają nie więcej niż 30% swoich pokazów na retrospektywy i powtórne wyświetlenia,
 - są otwarte dla publiczności od przynajmniej 6 miesięcy,
 - posiadają system sprzedaży biletów i raportowania liczby wejść,
 - posiadają przynajmniej jeden ekran i 70 miejsc siedzących,
 - organizują przynajmniej 300 pokazów rocznie w przypadku kin posiadających jeden ekran oraz przynajmniej 520 pokazów rocznie w przypadku kin posiadających dwa i więcej ekranów, z zastrzeżeniem, że są to kina funkcjonujące przez co najmniej 6 miesięcy w roku – kina funkcjonujące przez okres krótszy niż 6 miesięcy w roku (kina letnie, plenerowe) muszą oferować przynajmniej 30 pokazów w miesiącu,
 - w czasie poprzednich 12 miesięcy odwiedziło je przynajmniej 20 000 widzów.
- **Przewidywany termin naboru wniosków (dwuletnie umowy ramowe):** 8 czerwca 2018.
 - **Czas trwania działania:** od 1 stycznia do 31 grudnia 2019.
 - **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



14. Festiwal Filmowy Millenium Docs Against Gravity © B. Mrozowski / Against Gravity

FESTIWALE FILMOWE

PROJEKTY: europejskie festiwale audiowizualne, które:

- są organizowane we współpracy z partnerami międzynarodowymi,
- mają wymiar całoroczny, są realizowane w różnych miastach, krajach
- mają innowacyjne podejście do rozwoju publiczności (w szczególności młodej) przed, w trakcie lub po zakończeniu festiwalu,
- zwiększają zasięg oraz wykorzystują technologie cyfrowe takie jak np. social media w celu zbudowania społeczności wokół wydarzenia,
- w ciągu roku organizują inicjatywy z obszaru edukacji filmowej w ścisłej współpracy ze szkołami i innymi instytucjami,
- kładą nacisk na obecność filmów europejskich, w szczególności tych z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej,
- dbają o obecność utworów pozaeuropejskich oraz geograficzne zróżnicowanie niekrajowych utworów europejskich w programie, wykazując konkretny, realistyczny i strategiczny rozwój pod względem organizacyjnym i finansowym.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: firmy prywatne, NGO, samorządy itp. działające w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów.

- **Pod uwagę będą brane tylko wnioski złożone przez organizatorów festiwalu w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA.**

FESTIWAL SPEŁNIA KRYTERIA, JEŚLI:

- zakłada współpracę z innymi festiwalami,
- w swoim programie zawiera kwalifikowalne filmy (fabuły, dokumenty, animacje), które są wyświetlane szerokiej widowni, jak również akredytowanym międzynarodowym profesjonalistom i prasie,

- odbywa się w określonym czasie i we wcześniej określonej miejscowości,
- ma sformułowany regulamin oraz jasne zasady selekcji,
- jego repertuar w minimum 70,% stanowią filmy kwalifikowalne lub zawiera on co najmniej 100 filmów pełnometrażowych lub 400 krótkometrażowych pochodzących z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA,
- 50% jego repertuaru stanowią filmy niekrajowe,
- w jego repertuarze uwzględnionych jest co najmniej 15 krajów produkcji.

O DOFINANSOWANIE NIE MOGĄ SIĘ UBIEGAĆ:

- festiwale prezentujące utwory niekwalifikowalne: reklamy, transmisje wydarzeń na żywo, teledyski, filmy amatorskie, filmy tworzone za pomocą komórki, trailery, nienarracyjne utwory artystyczne,
- festiwale tematyczne podczas wydarzeń kulturalnych związanych ze sztuką, technologią lub nauką, a także wysoko wyspecjalizowane, jak np. turystyczne, sportowe, gastronomiczne czy ekologiczne.

• Przewidywane terminy naborów wniosków:

23 listopada 2017, 26 kwietnia 2018.

• Początek działania:

- dla terminu 23 listopada 2017: między 1 maja i 31 października 2018,
- dla terminu 26 kwietnia 2018: między 1 listopada 2017 a 30 kwietnia 2018

• Czas trwania działania: 12 miesięcy

- **Wysokość dofinansowania:** ryczałt uzależniony od liczby filmów europejskich w programie (szczegóły - w przewodniku dla wnioskodawców).

- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



Festiwal Filmowy „Kino Dzieci” © Alicja Szulc / Stowarzyszenie Nowe Horyzonty - Dział Edukacji

EDUKACJA FILMOWA

PROJEKTY: działania wspierające współpracę pomiędzy inicjatywami edukacyjnymi w Europie mające na celu zwiększenie ich efektywności i europejskiego wymiaru oraz realizacja innowacyjnych projektów, w szczególności wykorzystujących narzędzia cyfrowe, a także aktywności prowadzące do zwiększenia wykorzystania filmu i utworów audiowizualnych w edukacji

- Projekty powinny zakładać znaczący udział filmów europejskich.
- W 2018 szczególny nacisk będzie położony na działania adresowane do najmłodszych widzów.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: o dofinansowanie może aplikować konsorcjum (lider projektu i co najmniej dwóch partnerów) składające się z firm prywatnych, NGO, samorządów itp. działających w jednym z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów. Wniosek składa lider projektu w imieniu wszystkich partnerów.

- Spośród partnerów co najmniej 2 musi reprezentować sektor edukacyjny (np. instytucja edukacyjna, organizacja prowadząca projekty edukacyjne, klub filmowy).
- Partnerzy muszą pochodzić z 3 różnych krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i reprezentować co najmniej 3 różne języki.

• **Przewidywany termin naboru wniosków:**

15 marca 2018.

- **Początek działania:** między 1 lipca 2018 a 1 stycznia 2020.

- **Czas trwania działania:** 24 miesiące.

- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

SŁOWNIK TERMINÓW STOSOWANYCH W PRZEWODNIKACH DLA WNIOSKODAWCÓW MEDIA:

- **Agencja Wykonawcza ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego EACEA (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency):** wyznaczona przez Komisję Europejską, agencja odpowiedzialna za realizację programu Kreatywna Europa.
- **Creative Europe Desk Polska:** biuro reprezentujące program Kreatywna Europa w Polsce, na bieżąco udziela informacji o programie i współfinansowanych projektach oraz promuje działania realizowane przez polskich beneficjentów. W ramach działań Creative Europe Desk Polska organizowane są inicjatywy szkoleniowe, seminaria i konferencje z udziałem ekspertów europejskiego sektora kultury i audiowizualnego.
- **Dystrybucja kinowa:** może obejmować aspekty techniczne takie jak dubbing, napisy, wykonanie i obieg kopii itp., a także promocję i marketing (produkcję trailerów i materiałów promocyjnych, zakup przestrzeni reklamowej, organizację wydarzeń promocyjnych itp.).
- **Dystrybucja komercyjna:** wymóg dotyczący poprzedniego utworu audiowizualnego lub gry wyprodukowanej przez producenta aplikującego o dofinansowanie z MEDIA, odnosi się do płatnych pobrań/wyświetleń na platformach lub biletowanych pokazów kinowych.
- **EIDR (Entertainment Identifier Registry):** amerykański odpowiednik szwajcarskiego numeru ISAN (patrz niżej) od 2018 r. wymaganego w niektórych schematach MEDIA.
- **Eksperti oceniający wnioski:** grupa niezależnych europejskich specjalistów wyłoniona w drodze konkursu. Nazwiska ekspertów nie są ujawniane, wnioski oceniane są przez ekspertów pochodzących z innych krajów niż wnioskodawca.
- **Europejskie treści audiowizualne:** powinny być wyprodukowane z większościowym udziałem producenta lub producentów, wymienionych w napisach końcowych, posiadających kontrolę kreatywną, prawa lub udział w zyskach, działających w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA. Kolejnym warunkiem jest znaczący udział obywateli lub rezydentów krajów uczestniczących w komponencie MEDIA.
- **Innowacje:** innowacyjny charakter proponowanych działań to jeden z najważniejszych elementów dobrego projektu. Dotyczy to zwłaszcza inicjatyw, które mają już swoją historię - niezbędne jest pokazanie, w jaki sposób są rozwijane, jak się zmieniają, zwiększają swój zasięg. Eksperti doceniają innowacyjne podejście do strategii dystrybucyjnych i budowania publiczności, zwracają także uwagę na nowe modele biznesowe pozwalające zapewnić trwałość projektów.
- **ISAN (International Standard Audiovisual Number):** międzynarodowy numer wykorzystywany do identyfikacji utworów audiowizualnych, niezależnie od tego, kiedy zostały wyprodukowane i na jakim nośniku zostały rozpowszechnione. Od 2018 r. W komponencie MEDIA numer ISAN będzie wymagany przy aplikowaniu o dofinansowanie w schematach *Agencji sprzedaży i Dystrybucja – schemat selektywny*, informacyjnie w *schemacie Dystrybucja – schemat automatyczny* i na etapie raportu końcowego w schematach *TV Programming, Development – projekt pojedynczy* oraz *Development – pakiet projektów*. Więcej informacji znajduje się tutaj: <http://www.pl.isan.org/>; <http://www.isan.org/>.
- **Międzynarodowa sprzedaż:** każde działanie komercyjne zakładające promocję i sprzedaż praw do filmu, w szczególności dystrybutorom kinowym, obejmujące: negocjacje i wykonanie umów o przekazaniu praw do wykorzystania lub wyświetlania filmu; promocję i reklamę filmu na rynkach lub festiwalach (pokazy, reklama, wydarzenia promocyjne); przygotowanie i dostarczenie potencjalnym kupującym, mediom i publiczności materiałów promujących film.

- **Pierwszy dzień zdjęciowy:** wejście na plan ekipy filmowej (dniami zdjęciowymi nie są zdjęcia uciekające lub działania mające na celu nabycie materiałów filmowych).
- **Projekt referencyjny:** w schematach związanych z developmentem jest to poprzedni, dystrybuowany komercyjnie projekt spełniający kryteria schematu co do metrażu i – w przypadku gier – charakterystyki. W *Projekcie pojedynczym* i *Pakiecie projektów* dodatkowo wymagana jest dystrybucja zagraniczna, stanowiąca dowód międzynarodowego potencjału kolejnej proponowanej produkcji.
- **Punkty automatyczne:** dodatkowe punkty przyznawane w schematach *Development – projekt pojedynczy*, *TV Programming* i *Development gier video* projektom adresowanym do młodej widowni.
- **Strategia Jednolitego Rynku Cyfrowego:** obejmuje trzy filary: lepszy dostęp do dóbr i usług cyfrowych w całej Europie; stworzenie odpowiednich warunków i jednolitych zasad prowadzenia działalności dla sieci cyfrowych i usług innowacyjnych, aby mogły się lepiej rozwijać; zmaksymalizowanie potencjału wzrostu gospodarki związanego z gospodarką cyfrową. Wykorzystanie strategii w celu zwiększenia widowni dla europejskich treści i ich konkurencyjności jest jednym z założeń komponentu MEDIA.
- **Track record:** poprzednie utwory lub gry wyprodukowane przez aplikującą firmę producencką. Dowodzą umiejętności pozyskania koproducentów, zarządzania budżetem i osiągnięcia sukcesu komercyjnego.
- **Utwór audiowizualny:** ze względu na coraz większe znaczenie projektów VR i AR na rynku europejskim, o dofinansowanie z MEDIA mogą ubiegać się także producenci utworów o nielinearnej narracji.
- **VOD:** serwis umożliwiający oglądanie treści video umieszczonych na serwerze centralnym poprzez streaming lub po zapisaniu na urządzeniu użytkownika.
- **Widoczność projektu:** w komponencie MEDIA oprócz widoczności projektu i jego rezultatów, niezwykle istotne jest wykorzystanie oficjalnych logotypów przygotowanych przez EACEA i dostępnych na stronie <http://kreatywna-europa.eu/o-programie/logotypy/>.
- **Wymiar europejski:** jeden z najistotniejszych aspektów projektów dofinansowywanych z MEDIA. W przypadku treści audiowizualnych i gier oceniany na podstawie jakości strategii międzynarodowej dystrybucji i budowania publiczności; we wszystkich schematach kluczowa jest współpraca międzynarodowa, udział partnerów/uczestników/ekspertów zagranicznych.
- **Źródła dofinansowania:** pieniężny wkład finansowy w projekt. Pochodzi z dotacji, od sponsorów, koproducentów/partnerów, rządziej – ze środków własnych wnioskodawcy. Ich stabilność i różnicowanie stanowi o jakości projektu i jego szansach na uzyskanie dofinansowania, a w dalszej perspektywie – na międzynarodową cyrkulację jego rezultatów.



Creative
Europe
Desk Polska

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel.: +48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

www.facebook.com/kreatywnaeuropa

www.instagram.com/creative_europe_desk_polska

Nasze biuro jest otwarte od poniedziałku do piątku w godz. 9:00-17:00.