

**MEDIA 2019
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 (kwestie merytoryczne)

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

Agata Gruszecka (promocja, informacja)

agata.gruszecka@kreatywna-europa.eu
+48 600 900 676

SPIS TREŚCI

INFORMACJE OGÓLNE	4
DEVELOPMENT I PRODUKCJA AUDIOWIZUALNA O POTENCJALE MIĘDZYNARODOWYM	10
• DEVELOPMENT – PROJEKT POJEDYNCZY	11
• DEVELOPMENT – PAKIET PROJEKTÓW	12
• DEVELOPMENT GIER VIDEO	13
• TV PROGRAMMING	14
• AR, VR, 360', CROSS-MEDIA, NARRACJA NIELINEARNA	15
ROZWIJANIE KOMPETENCJI PROFESJONALISTÓW, BUDOWANIE SIECI KONTAKTÓW, WSPARCIE DLA KOPRODUKCJI:	16
• WARSZTATY DLA PROFESJONALISTÓW	17
• DOSTĘP DO RYNKÓW	18
• MIĘDZYNARODOWE FUNDUSZE KOPRODUKCYJNE	19
DYSTRYBUCJA I AGENCI SPRZEDAŻY:	20
• PROMOCJA ONLINE	21
• DYSTRYBUCJA – SCHEMAT AUTOMATYCZNY	22
• DYSTRYBUCJA – SCHEMAT SELEKTYWNY	24
• AGENCI SPRZEDAŻY	25
DOTARCIE DO SZEROKIEJ WIDOWNI, EDUKACJA FILMOWA:	26
• SIECI KIN	27
• FESTIWALE FILMOWE	28
• EDUKACJA FILMOWA	29
SŁOWNIK TERMINÓW:	30

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.

Koniec 2017 r. wyznaczył pierwszy etap realizacji programu. Jesteśmy bardzo dumni z polskich firm i organizacji, które potwierdziły swoją skuteczność w aplikowaniu o dofinansowanie. Cieszymy się z osiągnięć polskich dystrybutorów (dystrybucja niekrajowych filmów europejskich od lat pozostaje mocną stroną polskiego sektora audiowizualnego) i developerów

gier video (tu także jesteśmy niezmiennie w europejskiej czołówce), trzymamy kciuki za organizatorów szkoleń, festiwalu i producentów filmowych.

Przeprowadzona w 2017 r. na zlecenie Komisji Europejskiej ewaluacja śródkresowa pokazała skuteczność komponentu MEDIA we wprowadzaniu do kin filmów europejskich, a także zwiększaniu kompetencji i tzw. zatrudnialności profesjonalistów branży audiowizualnej. Liczba przedsięwzięć firmowanych logotypem MEDIA zwiększa się co roku o najbardziej prestiżowe, innowacyjne i znaczące wydarzenia w krajach należących do programu Kreatywna Europa. Warto zaznaczyć, że spektrum zainteresowań komponentu MEDIA poszerza się zgodnie z potrzebami widowni i branży audiowizualnej, oferując wsparcie działaniom związanym z rozwojem i promocją platform VOD, gier video, a także produkcją AR i VR oraz projektami cross-mediowymi.

W badaniu doceniono elastyczność komponentu MEDIA, który stara się odpowiadać na wyzwania i podążać za nowymi trendami rynkowymi. Ponieważ jego najważniejszym celem pozostaje upowszechnianie kina europejskiego i europejskiego dziedzictwa filmowego, a także angażowanie publiczności i edukacja filmowa, na kolejnych stronach przedstawimy wybrane polskie projekty, także te dystrybuowane za granicą, oraz zaangażowanie polskich organizacji w międzynarodowe partnerstwa. Po więcej danych zapraszamy na stronę www.kreatywna-europa.eu www.kreatywna-europa.eu – w zakładce „Dofinansowane projekty” znajdą Państwo szczegółowe opisy wszystkich polskich inicjatyw dofinansowanych z MEDIA.

PAŃSTWA UCZESTNICZĄCE W KOMPONENCIE MEDIA PROGRAMU KREATYWNA EUROPA:

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

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

KRAJE O ZDOLNOŚCIACH PRODUKCYJNYCH:

- NISKICH: Albania, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czarnogóra, Czechy, Estonia, Grecja, Islandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Węgry, Macedonia.
- ŚREDNICH: Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Irlandia, Norwegia, Holandia, Polska, Szwecja.
- WYSOKICH: 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 są ogłaszane na bieżąco – zapraszamy do subskrypcji newslettera i regularnego odwiedzania strony internetowej www.kreatywna-europa.eu/aplikacje i profilu programu na Facebooku: <https://www.facebook.com/kreatywnaeuropa>.

WAŻNE: Od 2018 r., o ile w konkretnym wezwaniu do składania wniosków nie zaznaczono inaczej, początkiem dofinansowanego działania jest data podpisania umowy lub – w uzasadnionych przypadkach – data złożenia wniosku. Oznacza to, że do rozliczenia w ramach dotacji kwalifikują się tylko wydatki poniesione w trakcie realizacji umowy (lub w okresie od złożenia wniosku do końca trwania projektu).

¹ W schematach związanych z dystrybucją i festiwalami filmowymi, wymienione kraje uznawane są za kraje o niskich zdolnościach produkcyjnych.

MEDIA 2014-2017 – WYBRANE INFORMACJE NA TEMAT POLSKIEGO UDZIAŁU

DOFINANSOWANIE NA DEVELOPMENT FILMÓW PRZEZNACZONYCH DO DYSTRYBUCJI KINOWEJ - PAKIET PROJEKTÓW

ROK	OBSZAR DOFINANSOWANIA	BENEFICJENT	PROJEKT	GRANT
2014	Development - pakiet projektów	OPUS-FILM SP Z O.O.	PAKIET PROJEKTÓW	175 440,00 €
2014	Development - pakiet projektów	POREMBNY EDWARD	PAKIET PROJEKTÓW	110 000,00 €
				285 440,00 €

ROK	LICZBA PROJEKTÓW DOFINANSOWANYCH W KOMPONENCIE MEDIA	KWOTA PRYZNANEGO DOFINANSOWANIA DLA POLSKICH PROJEKTÓW
2014	117	€ 3 824 199,00
2015	136	€ 3 922 480,00
2016	113	€ 3 230 012,00
2017	111	€ 3 021 152,98
SUMA	477	€ 13 997 843,98

DOFINANSOWANIE NA DEVELOPMENT FILMU FABULARNEGO PRZEZNACZONEGO DO DYSTRYBUCJI KINOWEJ

ROK	OBSZAR DOFINANSOWANIA	BENEFICJENT	PROJEKT	GRANT
2014	Development - projekt pojedynczy: fabuła	MANANA SP. Z O.O.	ZJEDNOCZONE STANY MIŁOŚCI	50 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: fabuła	ALTER EGO PICTURES SP. Z O. O.	CZŁOWIEK Z MAGICZNYM PUDEŁKIEM	30 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: fabuła	V-FILM SP Z O.O.	TRZY KOBIETY	50 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: fabuła	NOWA FILMKLATKA DISTRIBUTION SP Z O.O.	VELES VELES	50 000,00 €
2017	Development - projekt pojedynczy: fabuła	MADANTS SP Z O.O.	THE WAR HAS ENDED	50 000,00 €
2018	Development - projekt pojedynczy: fabuła	CHILLI PRODUCTIONS	PATAGONIA	30 000,00 €
				260 000,00 €

DOFINANSOWANIE NA DEVELOPMENT FILMÓW ANIMOWANYCH I DOKUMENTÓW PRZEZNACZONYCH DO DYSTRYBUCJI KINOWEJ:

ROK	OBSZAR DOFINANSOWANIA	BENEFICJENT	PROJEKT	GRANT
2014	Development - projekt pojedynczy: animacja	GRUPA SMACZNEGO JASZCZUROWSKI, KACPROWICZ, WASILEWSKI SPJ	BUBBLEBIT I MIAU	60 000,00 €
2014	Development - projekt pojedynczy: animacja	SE-MA-FOR PRODUKCJA FILMOWA SP Z O.O.	SERCE W MURZE	60 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: animacja	BADI BADI SPÓŁKA JAWNA T NIEDZWIEDZ A PAZIEWSKI T PAZIEWSKI	LATAJĄCY MIŚ	60 000,00 €
2016	Development - projekt pojedynczy: animacja	STUDIO MINIATUR FILMOWYCH SP Z O.O.	SZLEMIEL	60 000,00 €
2016	Development - projekt pojedynczy: animacja	ANIMA-POL SP Z O.O.	NIEZWYKŁE PRZYGODY ZAGUBIONYCH SKARPETEK	60 000,00 €
2016	Development - projekt pojedynczy: animacja	DONTEN & LACROIX FILMS SPÓŁKA ZOO	ŻYCIE URATOWAŁ MI TOWARZYSZ STALIN (LE CAMARADE STALINE M'A SAUVE LA VIE/ COMRADE STALIN SAVED MY LIFE)	60 000,00 €
2014	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	POKROMSKI STUDIO SP. Z O.O. SP.K.	ETHIOPIQUES	25 000,00 €
2014	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	ARKADIA FILM SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ	SEKRET JOANNY	25 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	POKROMSKA KARLOWICZ ALDONA	WIELORYB Z LORINO	25 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	TELEMARK SP Z O.O.	THE WIND	25 000,00 €
2015	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	ROSZKOWSKA DOROTA	URATOWANE Z POTOPLU	25 000,00 €
2017	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	ZK STUDIO SP Z O.O.	DOBRA ZMIANA	25 000,00 €
2018	Development - projekt pojedynczy: dokument kreatywny	KIJORA FILM	THE WHITE CHIEF / BIAŁY WÓDZ	25 000,00 €
				535 000,00 €

DOFINANSOWANIE NA PRODUKCJĘ FILMÓW I SERIALI FABULARNYCH, ANIMACJI I DOKUMENTÓW PRZEZNACZONYCH DO DYSTRYBUCJI TELEWIZYJNEJ:

ROK	OBSZAR DOFINANSOWANIA	BENEFICJENT	PROJEKT	GRANT
2014	TV Programming	ZK STUDIO SPÓŁKA ZOO	WOJNA Z SZATANEM	47 000,00 €
2014	TV Programming	CHILLI PRODUCTIONS	KRÓLOWA CISZY	50 000,00 €
2015	TV Programming	SCORPIO STUDIO SP Z O.O.	WALESA BY WALESA	60 000,00 €
2016	TV Programming	POREMBNY EDWARD	I AM MAX AKA LIFE AND DEATHS OF MAX LINDER	80 220,00 €
2017	TV Programming	ZK STUDIO SP Z O.O.	DOBRA ZMIANA	36 900,00 €
				274 120,00 €

**POLSKIE FILMY DYSTRYBUOWANE ZA GRANICĄ DZIĘKI WSPARCIU Z KOMPONENTU MEDIA
DLA EUROPEJSKICH DYSTRYBUTORÓW I AGENTÓW SPRZEDAŻY:**

TYTUŁ	REŻYSERIA	KRAJ DYSTRYBUCJI
„11 minut”	reż. Jerzy Skolimowski	Wielka Brytania
‘Another Day of Life’	reż. Damian Nenow, Raúl de la Fuente	Niemcy
„Bogowie”	reż. Łukasz Palkowski	Hiszpania
„Chce się żyć”	reż. Maciej Pieprzyca	Niemcy
„Body/Ciało”	reż. Małgorzata Szumowska	Francja, Słowenia, Węgry
‘F*ck for Forest’	reż. Michał Marczak	Chorwacja
„Fotograf”	reż. Waldemar Krzystek	Słowacja
„Fuga”	reż. Agnieszka Smoczyńska	Francja
„Gabriel”	reż. Mikołaj Haremski	Austria
„Hel”	reż. Katarzyna Przewieźniacew, Paweł Tarasiewicz	Austria
„Ida”	reż. Paweł Pawlikowski	Austria, Belgia, Chorwacja, Czechy, Dania, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy
„Imagine”	reż. Andrzej Jakimowski	Niemcy
„Kongres”	reż. Ari Folman	Słowacja
„Magiczna zima muminków”	reż. Jakub Wroński, Ira Carpelan	Dania, Francja, Szwecja
„Maria Skłodowska-Curie”	reż. Marie Noelle	Austria
„Miasto 44”	reż. Jan Komasa	Czechy
„Twój Vincent”	reż. Dorota Kobiela, Hugh Welchman	Austria, Chorwacja, Holandia, Portugalia
„Ostatnia rodzina”	reż. Jan P. Matuszyński	Czechy, Litwa, Słowacja, Szwecja, Węgry
„Papusza”	reż. Joanna Kos-Krauze, Krzysztof Krauze	Niemcy, Wielka Brytania
„Pewnego razu w listopadzie...”	reż. Andrzej Jakimowski	Francja
„Płynące wieżowce”	reż. Tomasz Wasilewski	Francja
„Pokot”	reż. Agnieszka Holland	Finlandia
„Pomiędzy słowami”	reż. Urszula Antoniak	Niemcy
„Powidoki”	reż. Andrzej Wajda	Czechy, Niemcy, Rumunia, Serbia, Słowenia, Węgry, Niemcy
„Onirica - Psie pole”	reż. Lech Majewski	Francja
„Strażnicy ziemi”	reż. Filip Antoni Malinowski	Austria
„Układ zamknięty”	reż. Ryszard Bugajski	Węgry
„W imię...”	reż. Małgorzata Szumowska	Rumunia, Węgry
„Wałęsa. Człowiek z nadziei”	reż. Andrzej Wajda	Belgia, Bułgaria, Chorwacja, Czechy, Dania, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Norwegia, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Włochy
„Wenus w futrze”	reż. Roman Polański	Austria, Grecja
„Zimna wojna”	reż. Paweł Pawlikowski	Czechy, Francja, Hiszpania, Węgry
„Zjednoczone stany miłości”	reż. Tomasz Wasilewski	Austria, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Dania, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Łotwa, Czarnogóra, Republika Macedonii, Norwegia, Portugalia, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

POLSCY PARTNERZY W PROJEKTACH PARTNERSKICH MEDIA W LATACH 2014-2017:

POLSKA ORGANIZACJA W PROJEKCIE	WYSOKOŚĆ GRANTU (CAŁY PROJEKT – WSZYSCY PARTNERZY)
AGAINST GRAVITY SP. Z O.O.	
Projekt 'Doc Alliance Academy' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	79 583,98 €
Projekt 'Moving Docs' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	150 000 €
Projekt 'Doc Alliance Academy' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	79 085,36 €
Projekt 'Moving Docs' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	171 000 €
Projekt 'Promotion and marketing of European films on DAFilms.com' (schemat Promocja online: Działanie 1 2017)	109 512,38 €
CENTRUM SZTUKI DZIECKA W POZNANIU	
Projekt 'Learning Through Films' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	56 547 €
GUTEK FILM SP. Z O.O.	
Projekt 'Scope50' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	120 000 €
Projekt 'Scope100' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	150 000 €
Projekt 'Scope100' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	215 158 €
Projekt 'Scope100' (schemat Promocja online: Działanie 3 2017)	143 171,53 €
KRAKOWSKA FUNDACJA FILMOWA	
Projekt 'KineDok' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	150 000 €
Projekt 'KineDok' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	150 000 €
SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK W ŁODZI	
Projekt 'European Films for Innovative Audience Development' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	150 000 €
Projekt 'European Films for Innovative Audience Development' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	150 000 €
STOWARZYSZENIE NOWE HORYZONTY	
Projekt 'European Children's Film Catalogue & Related Film Literacy Activities' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	239 049 €
Projekt 'Live Cinema EU' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	51 909 €
Projekt 'Wrap! Must see European cinema for Young People. YEAR 3 2016-2017' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	176 591 €
Projekt 'Wrap 2017-2018' (schemat Edukacja filmowa 2017)	176 673,59 €
TONGARIRO RELEASING SP Z O.O.	
Projekt 'Eye to Eye' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2014)	150 000 €
Projekt 'Eye to Eye' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	200 000 €
WARDLOW POLAND SP. Z O.O.	
Projekt 'New World Cinema' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2015)	260 000 €
Projekt 'The Host Platform' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	260 000 €
WARSZTATY KULTURY W LUBLINIE	
Projekt 'Les Petites leçons de cinéma' (schemat Rozwój widowni i edukacji filmowej 2016)	60 000 €
Projekt 'Les Petites leçons de cinéma' (schemat Edukacja filmowa 2017)	60 000 €

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 (jakość takiej współpracy jest brana pod uwagę przy ocenie wniosku), 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 ochronę własności intelektualnej europejskich producentów.

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 nienależące do nadawcy telewizyjnego lub z jego mniejszościowym udziałem – firmy producenckie 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 pochodzenia wnioskodawcy w okresie od 1 stycznia 2016 do daty złożenia wniosku (data premiery kinowej lub pierwszej emisji kinowej /na platformie),
- 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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** dwa.

• Wysokość dofinansowania:

- animacja: 60 000 €,
- dokument kreatywny: 25 000 €,
- fabuła:
 - 50 000 € – dla szacowanego budżetu ≥ 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 ostatniej stronie przewodnika).



„Zimna wojna”, reż. Paweł Pawlikowski, prod. Opus Film, fot. Łukasz Bik, © Opus Film

DEVELOPMENT – PAKIET PROJEKTÓW

PROJEKTY: development pakietu projektów przewidzianych do dystrybucji kinowej, telewizyjnej i komercyjnego wykorzystania na platformach cyfrowych. Do pakietu od 3 do 5 utworów można dodać max. 20-minutowy film twórcy o niewielkim, ale już docenianym (np. podczas festiwalu filmów krótkometrażowych, w czasie studiów w szkole filmowej) dorobku. Pierwszy dzień zdjęciowy 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 w ramach wezwania 2019 dla projektów pojedynczych,
 - jednego naboru w 2019 r. w ramach wezwania dla pakietu projektów.
- Punkty automatyczne:
 - 10 dodatkowych punktów dla wnioskodawców z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej
 - 5 dodatkowych punktów dla wnioskodawców z krajów o średniej zdolności produkcyjnej

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 – firmy producenckie zarejestrowane i działające przez co naj-

mniej 36 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.

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 pochodzenia wnioskodawcy w okresie od 1 stycznia 2016 r. do daty złożenia wniosku (data premiery kinowej lub pierwszej emisji kinowej/na platformie),
- był jedynym producentem powyższego projektu, 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.

• **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.

• **Wysokość dofinansowania:**

- katalog 3–5 projektów: 70 000 € – 200 000 €,
- katalog obejmujący wyłącznie 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,
- grant dla filmu krótkometrażowego wynosi maksymalnie 10 000 €.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kosztów developmentu i 80% kosztów produkcji krótkiego metrażu

• **Na etapie raportu końcowego** wymagane będzie przedstawienie ISAN (więcej informacji na ostatniej stronie).



„Frost Punk”, 11 bit studios, © 11 bit studios

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.

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

RODZAJE 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 2016 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.

• **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.

• **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.



Konferencja 'Imagine, Create, Share', fot. Andrzej Szypulski, © Creative Europe Desk Polska

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 komponentcie 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.
- Punkty automatyczne:
 - 5 dodatkowych punktów dla projektów adresowanych do młodej widowni (do 16 r. ż.),
 - 5 dodatkowych punktów dla projektów z krajów o średniej i niskiej zdolności produkcyjnej.

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 komponentcie MEDIA i będące w bezpośrednim lub większościowym posiadaniu obywateli tych krajów. Głównym celem i obszarem działalności takiej firmy musi być produkcja audio-wizualna.

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).
- **Liczba naborów w ramach wezwania:** dwa.
- **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 ostatniej stronie przewodnika).



AR, VR, 360', CROSS-MEDIA, NARRACJA NIELINEARNA

Komponent MEDIA jest także otwarty dla producentów utworów audiowizualnych nie mieszczących się w tradycyjnych ramach narracji linearnej. Tego rodzaju projekty, przeznaczone do Internetu lub na specjalne platformy, mogą uzyskać dofinansowanie na development w ramach obu schematów, a więc zarówno na projekt pojedynczy, jak i na pakiet projektów.

W projektach o nielinearnej narracji minima związane z metrażem proponowanych utworów (określone dla tradycyjnych form audiowizualnych, takich jak film, czy serial) nie muszą być spełnione. Jednocześnie, element narracyjny jest niezbędny do uznania danego projektu za kwalifikowalny, dlatego dofinansowania nie otrzymają projekty strictly edukacyjne lub promocyjne. Projekt AR, VR czy cross-mediowy, aby uzyskać dofinansowanie, musi opowiadać historię (przy jak największej innowacyjności w sposobie opowiadania), mieć bohaterów i wymiar komercyjny, a więc jego dystrybucja będzie musiała odbywać się na płatnych platformach czy seansach.

W przypadku projektów innowacyjnych doświadczenie producentów jest oceniane na podstawie projektów referencyjnych, które mogą reprezentować tradycyjne rodzaje i gatunki filmowe. Podobnie jak tradycyjne utwory audiowizualne, AR, VR i cross-media muszą zostać zakwalifikowane do konkretnego rodzaju produkcji: dokument, fabuła lub animacja. W przypadku projektów łączących różne formy opowiadania, decydujący jest ten, który będzie przeważał na etapie produkcji.

Ze względu na gwałtowny rozwój tego segmentu rynku audiowizualnego, MEDIA wspiera wydarzenia branżowe adresowane do twórców i producentów AR, VR, 360' i cross-media. Do szczególnie polecanych należą:

- **Cross Video Days** www.crossvideodays.com – wydarzenie adresowane do producentów utworów przeznaczonych na platformy cyfrowe, z wykorzystaniem najnowocześniejszych narzędzi, rzeczywistości rozszerzonej i wirtualnej,
- **VR Days Europe** www.vrdays.co – trzydniowa konferencja i wystawa na temat wirtualnej, rozszerzonej i mieszanej rzeczywistości (XR), kreatywności i innowacji; miejsce spotkania branż kreatywnej, technologicznej, edukacyjnej, sektora audiowizualnego i przedsiębiorców,
- **Propellor Film Tech Hub** www.propellorfilmtech.com – platforma współpracy międzysektorowej ukierunkowanej na tworzenie nowych modeli biznesowych umożliwiających produkcję, dystrybucję i rozwijanie doświadczeń użytkowników nowych technologii i widzów.

Jednocześnie, innowacyjne sposoby opowiadania znajdują zastosowanie także w bardziej tradycyjnych formach audiowizualnych. Sprawdzają się zarówno w grach, jak i w kampaniach promocyjno-marketingowych, dlatego warto zwrócić uwagę na warsztaty dla profesjonalistów, które pomagają na etapie rozwoju fabuły, czy samego procesu opowiadania historii. Szczególnie zachęcamy do udziału w:

- **IFLab** www.iflab.net – warsztaty dla profesjonalistów w dziedzinie kreacji, pozwalające na pracę nad własnymi pomysłami z zakresu opowieści faktu (ang. factual storytelling) z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych,
- **Cartoon Digital** www.cartoon-media.com/cartoon-masters/cartoon-digital – element krótkich, ale intensywnych kursów Cartoon Masters mających na celu podnoszenie kompetencji profesjonalistów działających w branży animacji na temat możliwości i wyzwań, jakie wiążą się z nowymi technologiami, platformami i współpracą z innymi przedstawicielami rynku cyfrowego.

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.



Studio Nowe Horyzonty+, fot. Filip Basara, © Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

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.

W 2019 r. nabór otwarty będzie tylko dla projektów, które uzyskały dofinansowanie i podpisały 3-letnią umowę ramową w ramach naboru EACEA/09/2018

RODZAJE PROJEKTÓW:

- szkolenia i warsztaty europejskie (na poziomie europejskim),
- szkolenia i warsztaty międzynarodowe (we współpracy z krajami spoza Europy),
- szkolenia i warsztaty regionalne (adresowane do profesjonalistów z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej)

TEMATYKA PROJEKTÓW:

- 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: profesjonalści 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 organizator.**

WIĘCEJ INFORMACJI DLA ZAINTERESOWANYCH UCZESTNICTWEM W SZKOLENIACH DOFINANSOWANYCH Z MEDIA:

- www.kreatywna-europa.eu,
- www.creative-europe-media.eu/trainings/courses.



Polish Days - wydarzenie branżowe podczas Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Nowe Horyzonty, © Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

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.:** 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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu lub 80% w przypadku działań międzynarodowych.



Creativity Talk - Master Class z Ewą Puszczyską, fot. Filip Basara, © Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

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.

RODZAJE 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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **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.**
- **Maksymalne dofinansowanie** to 80% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu, przy czym jeden aplikujący fundusz może otrzymać maksymalnie 700 000 euro.

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 5 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.



Konferencja „Imagine, Create, Share”, fot. Andrzej Szypulski, © Creative Europe Desk Polska

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 dwóch krajów uczestniczących w komponencie MEDIA i reprezentujących co najmniej dwa różne oficjalne języki Unii Europejskiej (nie dotyczy katalogów zawierających wyłącznie serie telewizyjne).

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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



„Nasz najlepszy rok”, reż. Cédric Klapisch, dystr. M2 Films, © M2 Films

DYSTRYBUCJA – SCHEMAT AUTOMATYCZNY

PROJEKTY: wsparcie dystrybutorów planujących finansowe zaangażowanie w produkcję lub wypuszczenie do kin niekrajowych filmów europejskich, w ramach funduszu wygenerowanego na podstawie liczby biletów sprzedanych na niekrajowe filmy europejskie w roku 2018 w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA. Wysokość funduszu jest ograniczona pułapem określonym dla każdego kraju.

- Od 2018 roku nie obowiązuje podział na generowanie potencjalnego funduszu i projekty reinwestycyjne: aplikowanie odbywa się jednoetapowo
- Procent funduszu, który zostanie przeznaczony na realizację projektu nie może przekroczyć pułapu określonego w przewodniku dla wnioskodawców.
- Nie można łączyć funduszy wygenerowanych w ramach różnych wezwań do składania wniosków w jednym projekcie.
- Umowy dystrybucyjne nie mogą zawierać zapisów wskazujących, że grant UE może być uznawany za zysk lub warunkujących realizację projektu od otrzymania dofinansowania.

RODZAJE PROJEKTÓW

- w aplikacji zaplanować można koszty związane z następującymi kategoriami:
 - finansowanie filmów niekrajowych filmów europejskich koprodukcja, zakup praw do dystrybucji – np. poprzez gwarancje minimalne – niekrajowych filmów europejskich,
 - wypuszczenie do kin 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 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,
- 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 2018 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 materiałów promocyjnych, zakup przestrzeni reklamowej, organizacja wydarzeń promocyjnych itp.).



„Manifesto”, reż. Julian Rosefeldt, dystr. Gutek Film, © Gutek Film

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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.
- **Na etapie raportu** końcowego wymagane będzie przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatniej stronie przewodnika).



'The Place', reż. Paolo Genovese, dystr. Aurora Films, © 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 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 2018 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,
- z budżetem produkcji poniżej 20 mln €,
- w przypadku produkcji w 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: najwcześ-

niej 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,
- na etapie aplikacji wymagane jest przedstawienie międzynarodowego numeru identyfikacyjnego ISAN (więcej informacji na ostatniej stronie przewodnika).

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. Aplikujący agent sprzedaży musi być aktywny na rynku od co najmniej 3 lat i posiadać doświadczenie przynajmniej 3 filmów w dystrybucji kinowej w co najmniej 10 krajach. Posiadający umowę z producentem dotyczącą sprzedaży filmu wymienionego w aplikacji w co najmniej 15 krajach należących do MEDIA, agent sprzedaży składa wniosek wspólnie z grupą:

- co najmniej 5 różnych dystrybutorów działających w różnych krajach, z których,
- co najmniej 3 musi pochodzić z następujących krajów: Francja, Niemcy, Włochy, Hiszpania, Wielka Brytania, Austria, Belgia, **Polska** i Holandia.

• **Liczba naborów w ramach wezwania:** dwa.

• **Maksymalne dofinansowanie** to 75% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.

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



„Zimowi bracia”, reż. Hlynur Pálmarsson, agent sprzedaży: New Europe Film Sales, © New Europe Film Sales

AGENCI SPRZEDAŻY

PROJEKTY: pierwszy krok to dwuetapowe generowanie potencjalnego dofinansowania, które jest obliczane na podstawie wyników agenta sprzedaży na rynku międzynarodowym w latach 2014–2018.

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’,
- filmy, do których pierwsze prawa autorskie zostały ustanowione najwcześniej w 2014 r.,
- wyprodukowane z większościowym udziałem producenta lub producentów, wymienionych w napisach końcowych, posiadających kontrolę kreatywną, prawa lub udział w zyskach, działających w krajach w komponencie MEDIA,
- wyprodukowane przy znaczącym udziale obywateli lub rezydentów krajów 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 należących do 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 za granicą.

ABY WYGENEROWAĆ FUNDUSZ, AGENT SPRZEDAŻY MUSI:

- działać na rzecz producenta na mocy pisemnej umowy obejmującej prawa do sprzedaży filmu w co najmniej 10 krajach uczestniczących w komponencie MEDIA,
- udowodnić, że w okresie od 1 stycznia 2014 do 31 grudnia 2018 był agentem sprzedaży co najmniej 8 kwalifikowalnych europejskich filmów, z których co najmniej jeden był filmem niekrajowym, do którego 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.
- wnioski reinwestycyjne będą traktowane zgodnie z zasadą „kto pierwszy, ten lepszy”. Potencjalny fundusz, który nie zostanie reinwestowany przed upływem powyższego terminu, przepada.
- na etapie aplikacji wymagany międzynarodowy numer identyfikacyjny ISAN (więcej informacji na ostatniej stronie przewodnika).

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu na etapie reinwestycji.

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.



Mapa kin należących do Europa Cinemas, [<https://www.europa-cinemas.org/>]

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.
- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
 - **Maksymalne dofinansowanie** to 50% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



Festiwal Kino Dzieci, fot. Alicja Szulc, © Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

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.
- odbywają się w następujących terminach:
 - dla pierwszego naboru: między 1 maja i 31 października 2019,
 - dla drugiego naboru: między 1 listopada 2019 a 30 kwietnia 2020.

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,
- przynajmniej 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.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** dwa.
- **Wysokość dofinansowania:** ryczałt uzależniony od liczby filmów europejskich w programie (szczegóły - w przewodniku dla wnioskodawców).
- **Maksymalne dofinansowanie** to 60% całkowitych kwalifikowalnych kosztów projektu.



Warsztaty dla dzieci, fot. Alicja Szulc, © Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

EDUKACJA FILMOWA

PROJEKTY: tworzenie katalogów znanych i ważnych w kontekście dziedzictwa audiowizualnego, europejskich filmów oraz związanych z nimi materiałów pedagogicznych adresowanych do uczniów pomiędzy 11 a 18 r. ż. Pakiety powinny być następnie udostępnione szkołom z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA. Publikacja katalogu powinna wiązać się z ambitną kampanią komunikacyjną w celu wypromowania go wśród szkół i publiczności. Projekty będą obejmować rozliczenia związane z prawami do edukacyjnego wykorzystania filmów, przygotowanie dubbingu lub napisów oraz materiałów pedagogicznych, jak również działania promocyjne adresowane do szkół i szerokiej widowni.

KATALOGI MUSZĄ ZAWIERAĆ:

- minimum 7 filmów pełnometrażowych,
- filmy ważne dla historii kinematografii europejskiej,
- materiały pedagogiczne do wykorzystania w działaniach związanych z edukacją filmową,
- filmy z prawami uzyskanymi na okres co najmniej 3 lat we wszystkich krajach należących do MEDIA,
- filmy, których większość jest dostępna w wersjach językowych wszystkich krajów uczestniczących w MEDIA,
- filmy, które reprezentują różnorodne narodowości, języki, gatunki, lata produkcji, tematy, płcie.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ: o dofinansowanie może aplikować konsorcjum składające się z firm prywatnych, NGO, samorządów itp. działających w krajach uczestniczących w komponencie MEDIA i będące w większościowym lub całkowitym posiadaniu obywateli tych krajów. Wniosek składa lider projektu w imieniu wszystkich partnerów. Konsorcjum musi posiadać potencjał i doświadczenie pozwalające na tworzenie katalogów filmów i materiałów on-line i udostępnianie ich szkołom oraz zainteresowanym podmiotom.

- **Liczba naborów w ramach wezwania:** jeden.
- **Maksymalne dofinansowanie** to 80% 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):** 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:**
- **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, informacyjne 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 lub rozpoczęcie animacji).
- **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.
- **‘Retroactivity’ (ang.):** termin stosowany w e-formularzach wniosków, odnoszący się do terminu rozpoczęcia okresu kwalifikowalności wydatków w projekcie. O ile nie wskazano inaczej w wezwaniu do składania wniosków, domyślną datą początkową projektu jest data podpisania umowy z EACEA. W przypadku uzasadnionej konieczności, jest możliwe rozpoczęcie projektu wcześniej (‘retroactivity’), co należy zasignalizować zaznaczeniem odpowiedniego pola we wniosku. W takich przypadkach datą rozpoczęcia kwalifikowalności kosztów będzie data złożenia wniosku.
- **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.
- **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
- **Źródła dofinansowania:** pieniężny wkład finansowy w projekt pochodzący z dotacji, od sponsorów, koproducentów/partnerów, rzadziej – ze środków własnych wnioskodawcy. Ich stabilność i zróżnicowanie 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

e-mail: info@kreatywna-europa.eu

tel.: +48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

www.facebook.com/kreatywnaeuropa

www.instagram.com/creative_europe_desk_polska