



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska

nr 3/2020

04

VARIA

- 04 Chemnitz Europejską Stolicą Kultury w 2025 roku
- 04 Nominowani do Music Moves Europe Talent Awards
- 05 Nagroda Europa Nostra za rok 2020 dla projektów „Tramontana Network III” oraz „Auschwitz. Nie tak dawno. Nie tak daleko”
- 06 Laureaci Young Talent Architecture Awards 2020
- 07 Nowy Bauhaus: Potrzebujemy zrównoważonego projektowania
- 07 Rozdanie Europejskich Nagród Filmowych 2020 odbędzie się online
- 08 Nagroda LUX przechodzi metamorfozę
- 09 Program mobilności i-Portunus powraca!

10

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 10 CSR i crowdfunding w projektach kulturalnych i społecznych – relacja z webinarium
- 12 Podsumowanie 11. edycji Studia Nowe Horyzonty+
- 13 Jak mościć się w kryzysie – relacja z konferencji „Diversity of Viewing. New Trends in VoD Market”
- 16 Współpraca z innymi biurami programu Kreatywna Europa
- 18 Debathon „Miasto i Kultura” – relacja z wydarzenia

20

ROZMOWY

- 20 „Współpraca międzynarodowa jest dla nas bardzo ważna” – rozmowa z Marią Blicharską, producentką, współzałożycielką Donten & Lacroix Films
- 24 „Udowodnić naszym i zagranicznym czytelnikom, że literatura krajów nadbałtyckich w swoim bogactwie i różnorodności zawiera również pierwiastki wspólne” – rozmowa z Fabianem Cieślikiem, redaktorem naczelnym gdańskiego wydawnictwa Marpress

27

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 27 European Film Factory – kino może być szkołą
- 28 EKRAN+ 2020 – europejskie kino mimo wszystko

Szanowni Państwo,

dobiega końca 2020 rok, pełen trudności i niepewności, ale równocześnie nowych partnerstw i poszukiwań innowacyjnych rozwiązań. Koniec roku to również czas zmian w programie Kreatywna Europa, którego siedmioletnia edycja na lata 2014–2020 dobiega końca. Nową edycję programu na lata 2021–2027 widać już na horyzoncie, będziemy ją Państwu przybliżać w nadchodzącym kwartale.

Na łamach tego numeru Magazynu podsumowujemy dla Państwa szereg wydarzeń organizowanych i współorganizowanych przez Creative Europe Desk Polska w ubiegłych miesiącach. Wszystkie z nich odbyły się w rzeczywistości wirtualnej, zgromadziły mimo to duże grono odbiorców, a zaproszeni eksperci poruszyli liczne ważne kwestie dotyczące sektora kultury i kreatywnego, w tym audiowizualnego. Podczas tych spotkań opowiadaliśmy Państwu o CSR i crowdfundingu w projektach kulturalnych i społecznych, dyskutowaliśmy nad stanem i nowymi tendencjami na rynku platform VoD oraz kondycją kultury w czasach pandemii.

O wadze współpracy międzynarodowej oraz pierwiastkach wspólnych dla całej Europy w realizowanych projektach opowiadają nam w tym numerze Fabian Cieślik, redaktor naczelny gdańskiego wydawnictwa Marpress, oraz Maria Blicharska, producentka filmowa, współzałożycielka firmy Donten & Lacroix Films.

Na kolejnych stronach publikacji znajdą Państwo również informacje o wyjątkowym szkoleniu dla twórców filmowych realizowanym przez Szkołę i Studio Wajdy – EKRAN+, nowej platformie edukacji filmowej European Film Factory, nowinkach w programie mobilności artystów i pracowników sektora kultury i-Portunus oraz metamorfozie nagrody filmowej Parlamentu Europejskiego LUX. Przedstawiamy również nominowanych do Music Moves Europe Talent Awards oraz nagrodzonych Europa Nostra – najważniejszym europejskim wyróżnieniem w obszarze dziedzictwa kulturowego, które w tym roku przyznane zostało aż dwóm projektom współrealizowanym przez polskie instytucje.

Życzymy Państwu dużo zdrowia i optymizmu w nadchodzącym roku.

Zespół Creative Europe Desk Polska



Miasto Chemnitz zostało wybrane na Europejską Stolicę Kultury 2025. W wyścigu o ten tytuł pokonało siedem innych niemieckich miast: Drezno, Gerę, Hanower, Hildesheim, Magdeburg, Norymbergę oraz Żytawę. W połowie grudnia tego roku do Chemnitz dołączy jedno ze słoweńskich miast, które w 2025 roku również pełnić będzie honory ESK. Zwycięzca zostanie wyłoniony spośród czterech miast kandydujących: Lublany, Novej Goricy, Piranu oraz Ptuj.

W najbliższych latach nosić tytuł i pełnić funkcję Europejskiej Stolicy Kultury będą:

- 2021: Timișoara (Rumunia), Elefsina (Grecja) i Nowy Sad (Serbia)
- 2022: Esch (Luksemburg) i Kowno (Litwa)
- 2023: Veszprém (Węgry)
- 2024: Tartu (Estonia), Bad Ischl (Austria) i Bodø (Norwegia).

Program Europejskiej Stolicy Kultury ma na celu promowanie bogactwa i różnorodności kultur oraz wzmocnienie u obywa-

teli poczucia przynależności do wspólnego, europejskiego obszaru kulturowego. Tytuł jest szansą na promocję miast i regionów, zaprezentowanie ich wkładu kulturalnego i artystycznego w europejską kulturę i sztukę, jak również wpływu kultury i sztuki na ich rozwój; przyciągnięcie międzynarodowej publiczności i turystów, a także aktualizację strategii rozwoju poprzez działalność kulturalną. Wybór danego miasta na Europejską Stolicę Kultury ma długofalowy i wielowymiarowy wpływ nie tylko na kulturę, lecz również na sytuację społeczną i gospodarczą zarówno samego miasta, jak i całego regionu.

Nominowani do Music Moves Europe Talent Awards

Music Moves Europe Talent Awards (d. European Border Breakers Award) to nagroda przyznawana wschodzącym europejskim artystom tworzącym muzykę popularną i współczesną. Wyróżnienie ma wesprzeć ich kariery, zwiększyć rozpoznawalność i umożliwić dotarcie do szerszej publiczności. Wśród laureatów i laureatek tej nagrody są tak znani i rozpoznawalni dziś artyści jak Adele, Mariza, Katie Melua, Lykke Li, Agnes Obel, Mumford & Sons, Emeli Sandé, Kodamine, Álvaro Soler oraz Dua Lipa!

Do nagrody Music Moves Europe Talent Awards 2021 nominowani zostali: Alyona Alyona (Ukraina), Bratři (Czechy), Calby (Dania), Crystal Murray (Francja), Inhaler (Irlandia), Julia Bardo (Włochy), Lina_ Raül Refree (Portugalia), Lous and The Yakuza (Belgia), Melenas (Hiszpania), Mero (Niemcy), My Ugly Clementine (Austria), NEA (Szwecja), Rimon (Holandia), Sassy 009 (Norwegia), Squid (Wielka Brytania) oraz Vildá (Finlandia).



Jury wybierze ośmiu najlepszych twórców i wykonawców, ponadto jeden z nich zostanie uhonorowany nagrodą publiczności – na ulubionego artystę można głosować do 7 stycznia 2021 roku. Zwycięzców poznamy 15 stycznia 2021 roku podczas ceremonii wręczenia nagród na festiwalu Eurosonic Noorderslag.

Nagroda jest organizowana ze wsparciem programu Kreatywna Europa komponent Kultura.



Najważniejsza europejska nagroda w obszarze dziedzictwa za rok 2020 dla projektów „Tramontana Network III” oraz „Auschwitz. Nie tak dawno. Nie tak daleko”

10 listopada 2020 roku podczas wirtualnej ceremonii wręczenia nagród Europa Nostra przedstawiciele Komisji Europejskiej oraz Europa Nostra, europejskiej federacji stowarzyszeń na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego Europy, ogłosili trzech laureatów *grand prix* oraz nagrody publiczności, wyłonionych spośród 21 finalistów tegorocznej edycji Europa Nostra Awards. To najbardziej prestiżowe europejskie wyróżnienia w obszarze dziedzictwa kulturowego.

Wśród laureatów znalazły się dwa projekty współprzygotowane i współrealizowane przez polskie podmioty:

- sieć „Tramontana Network III” (Polska, Francja, Włochy, Portugalia i Hiszpania) badająca materialne i niematerialne dziedzictwo regionów górskich w Europie – projekt realizowany ze wsparciem programu Kreatywna Europa
- wystawa „Auschwitz. Nie tak dawno. Nie tak daleko” (Polska, Hiszpania), powstała z okazji 75. rocznicy wyzwolenia największego nazistowskiego obozu koncentracyjnego.

Trzecim laureatem nagrody głównej jest projekt wzorcowej konserwacji bazyliki Santa Maria di Collemaggio w miejscowości L'Aquila (Włochy), poważnie zniszczonej w wyniku trzęsienia ziemi w 2009 roku.

Laureaci *grand prix*, wyłonieni przez niezależne jury eksperckie oraz zarząd Europa Nostra, otrzymają nagrody w wysokości 10 000 euro.

Uzasadniając wybór projektu „Tramontana Network III” na laureata tegorocznej *grand prix* w kategorii „Badania”, zarząd Europa Nostra podkreślił: „Wiejskie społeczności górskie w całej Europie mają niezwykle bogate i różnorodne dziedzictwo kulturowe, zarówno materialne, jak i niematerialne. Transgraniczny i oparty na współpracy charakter sieci »Tramontana III« jest znaczącym przykładem wykorzystania badań naukowych jako sposobu, by zapewnić społecznościom narzędzia niezbędne do ochrony i promocji ich dziedzictwa”.

Luís Costa, koordynator w organizacji Binaural Nodar, która jest partnerem projektu, potwierdził: „Nagroda pomogła nam uświadomić sobie, że małe, oddolne organizacje zajmujące się wiejskim dziedzictwem kulturowym i współpracujące na skalę europejską mogą przynosić istotne, różnorodne i znaczące wyniki. Nagroda jest również hołdem dla

europejskich społeczności wiejskich i ich pamięci, pokazując, że kraje europejskie nadal mają głęboki materialny i symboliczny związek ze swoimi obszarami wiejskimi. Ponadto nagroda podkreśla znaczenie archiwizacji cyfrowej jako narzędzia zwiększającego naszą znajomość tkanki społecznej Europy”.

Uzasadniając wybór projektu „Auschwitz. Nie tak dawno. Nie tak daleko” w kategorii „Edukacja, szkolenia i podnoszenie świadomości”, zarząd Europa Nostra stwierdził: „Europa zmaga się z niepokojącym i niedopuszczalnym wzrostem nacjonalizmu, ksenofobii, antysemityzmu, rasizmu i mowy nienawiści. Wystawy takie jak »Auschwitz. Nie tak dawno. Nie tak daleko« – oparte na starannych badaniach i współpracy europejskiej – są ważne, ponieważ podnoszą świadomość i sprawiają, że wnioski z naszej wspólnej przeszłości stają się bardziej namacalne, oferując faktyczne i jasne dowody tego, co może się wydarzyć, gdy tolerowane są różne formy ekstremizmu”.

Luís Ferreiro, dyrektor firmy Musealia współorganizującej nagrodzoną wystawę podkreślił: „Nagroda jest przede wszystkim ważnym hołdem dla wszystkich ofiar. Przypomina nam, że historia Auschwitz jest częścią naszego wspólnego dziedzictwa kulturowego. Wystawę odwiedziły setki tysięcy widzów, z których wielu to uczniowie i studenci. To bardzo budujące, że tak wiele osób na różnych kontynentach jest gotowych zmierzyć się z tak głęboko problematyczną częścią naszej historii. Wskazuje to na naszą wspólną odpowiedzialność za to, by pamiętać o przeszłości, ale także krytycznie przyglądać się naszej teraźniejszości”.

Nagrodą publiczności uhonorowano projekt z zakresu edukacji, szkoleń i podnoszenia świadomości – „The Ambulance for Monuments” z Rumunii, który przyczynił się do ochrony kilkuset zabytkowych budynków w kraju poprzez rozbudowaną sieć organizacji zajmujących się dziedzictwem. Projekt ten otrzymał największą liczbę głosów, oddanych w ankiecie internetowej z udziałem ponad 12 tysięcy obywateli z całej Europy.

Nagrody Dziedzictwa Europejskiego Europa Nostra wręczane są przez Komisję Europejską od 2002 roku. Program od samego początku jego istnienia prowadzi Europa Nostra – europejski głos społeczeństwa obywatelskiego zaangażowanego w dziedzictwo kulturowe. Wyróżnienia przyznawane są ze wsparciem programu Kreatywna Europa.



Young Talent Architecture Award 2020

Laureaci Young Talent Architecture Awards 2020

W Światowy Dzień Architektury poznaliśmy zwycięzców Young Talent Architecture Awards – nagród dla najlepszych młodych architektów. Inicjatywa realizowana jest przez Fundację im. Mies van der Rohego, Europejskie Stowarzyszenie na rzecz Edukacji Architektonicznej, Radę Architektów Europy, World Architects i wenecką organizację European Cultural Centre, przy wsparciu programu Kreatywna Europa. Jej celem jest wsparcie utalentowanych młodych absolwentów – architektów, architektów krajobrazu, urbanistów, którzy w przyszłości będą odpowiedzialni za kształtowanie naszego otoczenia.

Do konkursu zgłoszono 382 projekty z 36 krajów. Zaproszono szkoły z Brazylii, Chile i Meksyku. Po raz pierwszy głównej rywalizacji towarzyszyła edycja dla wschodzących architektów z Azji, w której brały udział szkoły z Chin, Indii, Japonii i Korei Południowej. Do walki o nagrodę w części azjatyckiej zgłoszono 139 dyplomów z 61 szkół.

Nagrody YTAA 2020 otrzymali: Álvaro Alcázar Del Águila, Eduard Llargués, Roser Garcia, Sergio Sangalli, Politechnika Katalońska – Barcelona Tech (Hiszpania) za projekt „Oasi”, Willem Hubrechts, Uniwersytet w Leuven (Belgia) za projekt „Off the grid”, Monika Marinova, London Metropolitan University (Wielka Brytania) za projekt „Stage for the City” oraz Pía Montero, Maria Jesús Molina, Antonia Ossa, Uniwersytet w Talce (Chile) za projekt „Three places to inhabit the mountain range in the Maule region”.

Laureatami nagrody dla młodych architektów w ramach edycji azjatyckiej zostali: JiSoo Kim, Uniwersytet Hanyang (Korea Południowa) za projekt „Yulgok street”, Peiquan Ma, Yuan Liu, Jing Cheng, Yuxuan Liang, Zi’ang Li, Uniwersytet Tianjin (Chiny) za projekt „The Wall” oraz Shreeni Benjamin, Uniwersytet CEPT (Indie) za projekt „Mending the gap: Landscape conservation for the island of Aliabet”.

Nowy Bauhaus: Potrzebujemy zrównoważonego projektowania

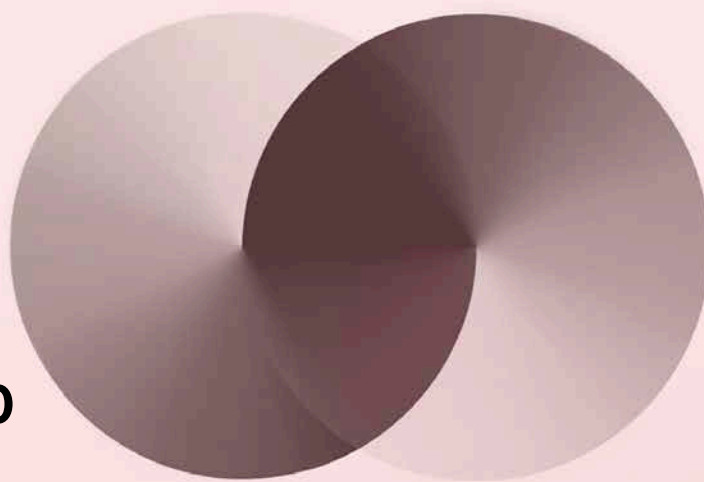


16 września br. Ursula von der Leyen, przewodnicząca Komisji Europejskiej, wezwała do utworzenia nowego Bauhausu – ruchu na rzecz zrównoważonego projektowania, uwzględniającego wiedzę naukową, technologię, kulturę i sztukę, przyjaznego dla środowiska, dostosowanego do lokalnych potrzeb. Nowe projektowanie miałyby realizować cele Europejskiego Zielonego Ładu, przyczynić się do osiągnięcia przez Europę neutralności klimatycznej maksymalnie do 2050 roku oraz opierać się na gospodarce o obiegu zamkniętym, produkującej minimum odpadów, przeciwdziałającej degradacji róż-

norodności biologicznej. Nowy Bauhaus miałyby zaangażować architektów, inżynierów, projektantów, artystów, naukowców, przedsiębiorców w poszukiwanie m.in. nowych form architektury i nowych technik budowania, wykorzystujących naturalne materiały i inteligentne technologie, efektywnych energetycznie. Zrównoważone projektowanie w ramach nowego Bauhausu miałyby przyczynić się nie tylko do tworzenia przyjaznych do życia przestrzeni, ale przede wszystkim do zatrzymania czy ograniczenia zmian klimatu i, co za tym idzie, katastrofy ekologicznej.

33rd EUROPEAN
FILM AWARDS
2020

Rozdanie Europejskich Nagród Filmowych 2020 odbędzie się online



Tak jak wiele innych imprez i festiwali filmowych, tak i ceremonia rozdania Europejskich Nagród Filmowych w tym roku musiała przenieść się do rzeczywistości wirtualnej. Zaplanowana na 12 grudnia w Reykjavíku uroczystość odbędzie się tego samego dnia na platformie cyfrowej, bez udziału publiczności. Transmisja będzie nadawana z siedziby Europejskiej Akademii Filmowej – Berlina.

Co więcej, organizatorzy przygotowali cykl spotkań na żywo „The EFAs at Eight”, poświęcony nominowanym i zwycięzcom tegorocznych Europejskich Nagród Filmowych. Spotkania

rozpoczną się 8 grudnia od dyskusji na temat przyszłości produkcji filmowej po pandemii COVID-19 i odbywać się będą codziennie aż do wieczoru gali.

Równocześnie ogłoszono, że ceremonia wróci do Reykjavíku w 2022 roku. Stolica Islandii ugości wówczas 35. galę wręczenia Europejskich Nagród Filmowych. Zgodnie ze swoim zwykłym rytmem przyszłoroczna, 34. edycja odbędzie się w Berlinie.

Listę nominowanych i nagrodzonych tytułów można znaleźć na stronie www.europeanfilmawards.eu.



Nagroda LUX przechodzi metamorfozę

Nagroda filmowa Parlamentu Europejskiego zmienia formułę. Wprowadzone zmiany w przebiegu oraz harmonogramie typowania i przyznawania wyróżnienia mają przyczynić się do jeszcze większej promocji europejskich produkcji wśród europejskiej widowni.

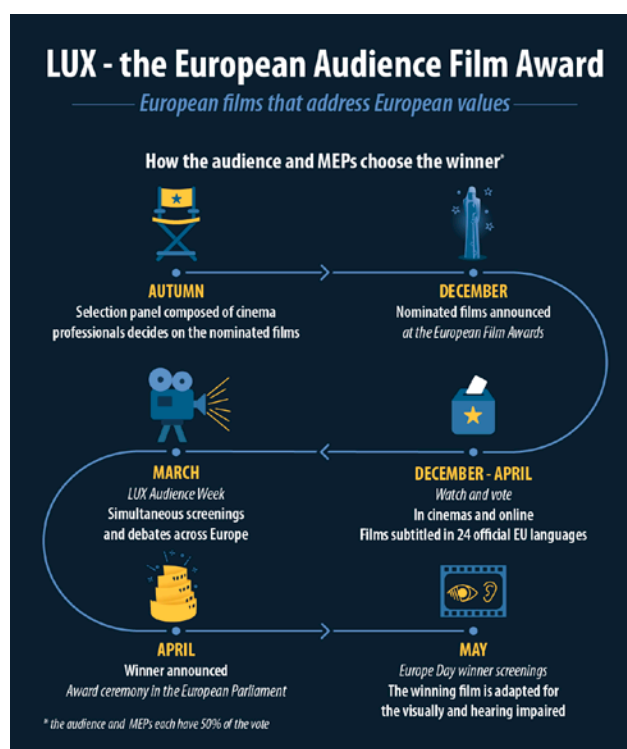
Ustanowiona 13 lat temu nagroda LUX niemal kompletnie zmienia swój wizerunek – od tegorocznej edycji wprowadzono bowiem nowy system głosowania, nowy kalendarz, a nawet nowy branding i wygląd. Odnowiona nagroda łączy też siły z Europejską Akademią Filmową, aby dotrzeć do szerszej publiczności. Od teraz również widzowie będą bezpośrednio zaangażowani w wybór zwycięzców.

Aby zaznaczyć tę zasadniczą zmianę, wyróżnienie Parlamentu Europejskiego otrzymuje nową nazwę: LUX European Audience Film Award (Nagroda Filmowa Europejskiej Publiczności LUX).

W tym roku, ze względu na trwającą pandemię i jej wpływ na branżę filmową, o wyróżnienie w finale ubiegać się będą tak jak do tej pory tylko trzy filmy. Jednak w kolejnych edycjach liczba ta zostanie zwiększona do pięciu. I te pięć tytułów otrzyma napisy w 24 językach urzędowych Unii Europejskiej.

Jak teraz wygląda harmonogram nagrody LUX? Jesienią komisja selekcyjna złożona z profesjonalistów branży filmowej wybierze pięć (bądź trzy, tak jak w tym roku) tytuły, które otrzymają napisy i wezmą udział w dalszej konkurencji. W grudniu w ramach ceremonii wręczenia Europejskich Nagród Filmowych nominowane tytuły zostaną oficjalnie ogłoszone. W kolejnych miesiącach, aż do kwietnia, wybrane produkcje dostępne będą na pokazach kinowych oraz online w całej Europie. Głosowanie odbywać się będzie online, a waga głosów będzie podzielona równo w połowie – 50% po stronie publiczności, 50% po stronie posłów do Parlamentu Europejskiego. Ceremonia wręczenia nagrody odbywać się będzie teraz w kwietniu. Zwycięzcę trwającej edycji poznamy 28 kwietnia 2021 roku.

Co pozostaje bez zmian? Podczas nominacji europejskich produkcji do nagrody LUX zawsze na uwagę miano filmy, które nie boją angażować się w aktualne kwestie polityczne czy społeczne, a także zachęcają do debaty na temat europejskich wartości. To podejście się nie zmienia. Jednym



z głównych celów konkursu nadal będzie wspieranie dystrybucji filmów europejskich i zapewnienie dostępu do nich szerokiej publiczności poprzez dodanie napisów do konkursowych tytułów oraz organizowanie bezpłatnych pokazów.

Partnerami LUX – European Audience Film Award, obok Parlamentu Europejskiego i Europejskiej Akademii Filmowej, są Komisja Europejska i sieć kin Europa Cinemas.

Nową formułę nagrody ogłosiła we wrześniu Sabine Verheyen, przewodnicząca Komisji Kultury Parlamentu Europejskiego podczas 77. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Wenecji.

Pilotażowy program mobilności artystów i pracowników sektora kultury i-Portunus powraca!

i-Portunus to pilotażowy program mobilności twórców i profesjonalistów sektora kultury realizowany w ramach programu Kreatywna Europa 2014–2020. Pierwsza edycja pilotażu potwierdziła ogromne zapotrzebowanie na tego rodzaju program wsparcia mobilności twórców i pracowników sektora kultury: rozpatrzono ponad dwa i pół tysiąca wniosków o dofinansowanie mobilności od ponad trzech tysięcy indywidualnych artystów i pracowników sektora kultury.

W tym roku program powraca z opóźnieniem ze względu na pandemię COVID-19 – początkowo uruchomienie drugiej edycji pilotażu planowane było na wiosnę 2020 roku, stało się to jednak niemożliwe ze względu na rozwój pandemii i wprowadzony lockdown. Ponowne otwarcie programu i-Portunus planowane jest na koniec tego roku.

W ramach drugiej edycji pilotażu w okresie od końca 2020 roku do lutego 2021 roku mają zostać otwarte trzy nabory projektów międzynarodowych mobilności artystów i profesjonalistów sektora kultury z i w ramach krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa. Operatorzy dofinansowania – Goethe-Institut, Institut Français oraz fundacja Izolyatsia – planują ogłoszenie konkursów dla twórców i pracowników sektora kultury z następujących dziedzin:

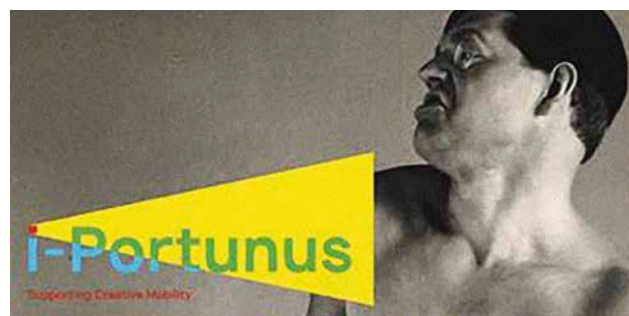
- muzyka
- przekłady literackie/sektor wydawniczy
- architektura
- dziedzictwo kulturowe.

Każdy z konkursów ma być otwarty przez dwa miesiące. Wnioskodawcy mogą spodziewać się wyników oceny projektów miesiąc po zamknięciu terminu składania wniosków. Mobilności stacjonarne, jak również – w zależności od rozwoju pandemii COVID-19 – wirtualne bądź mieszane, będą mogły rozpocząć się do grudnia 2021 roku.

Terminy ogłoszenia naborów projektów mogą ulec zmianie w zależności od sytuacji epidemicznej oraz możliwych obostrzeń w podróżach międzynarodowych.

Szczegóły konkursów projektów, a także zasady dotyczące składania wniosków oraz samych projektów mobilności zostaną opublikowane na stronie internetowej programu i-Portunus: www.i-portunus.eu.

Ponadto na początku 2021 roku w ramach programu i-Portunus ma zostać uruchomiona trzecia faza pilotażu – nabór projektów mobilności artystów i pracowników sektora kultury opartych na sieci instytucji goszczących. Szczegóły tego naboru nie są znane w chwili zamykania tego numeru „Magazynu Creative Europe Desk Polska”.



22.09.2020

CSR

w projektach kulturalnych
i społecznych

– relacja z webinarium



22 września 2020 roku Creative Europe Desk Polska wraz z Punktem Kontaktowym programu „Europa dla obywateli” zorganizowało webinarium „CSR w projektach kulturalnych i społecznych”. Wydarzenie skierowane było do przedstawicieli organizacji pozarządowych, jednostek samorządu terytorialnego, instytucji kultury oraz małych i średnich przedsiębiorstw z sektorów kultury i kreatywnego. Jego celem było wprowadzenie uczestników w zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu w obszarze kultury i działań prospołecznych oraz zainspirowanie ich do poszukiwania nowych form współpracy międzysektorowej – również w kontekście realizacji projektów w ramach programów Kreatywna Europa oraz „Europa dla obywateli”.

Moderatorką spotkania, w tym dyskusji panelowej, była Monika Bębnowska, ekspertka *public relations*, współpracująca od wielu lat z klientami biznesowymi oraz organizacjami pozarządowymi przy tworzeniu i opracowaniu kampanii z zakresu zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu.

Webinarium otworzyły krótkie prezentacje obu programów grantowych – Kreatywnej Europy oraz „Europy dla obywateli”, zawierające najważniejsze informacje na ich temat, w tym o komponencie Kultura. Następnie w zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu wprowadził uczestników Marcin Grzybek z firmy Go Responsible, ekspert w tej dziedzinie, przez wiele lat związany z Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Marcin Grzybek przedstawił różne definicje społecznej odpowiedzialności biznesu – jak była ona definiowana dawniej, a jak dziś, tendencje, które występują w Polsce i na świecie, a także modele współpracy oraz korzyści z niej płynące. Najważniejszym standardem dotyczącym społecznej odpowiedzialności jest norma ISO 26000 określająca, na jakie obszary swojej działalności przedsiębiorstwa powinny zwracać uwagę, jeśli chcą postępować zgodnie z zasadami CSR. Działania CSR powinny być określone w strategii przed-

siębiorstwa i wpisane w kodeks etyczny danej firmy. Celem powinno być budowanie długoterminowej strategii zaangażowania społecznego, opartej na partnerstwie z wybranymi organizacjami, zawiązywanym, aby rozwiązywać określone problemy, uznane przez firmę za istotne.

Drugą część spotkania stanowiła dyskusja panelowa z udziałem dr Katarzyny Kopeć (Instytut Kultury, Uniwersytet Jagielloński, uniwersytet Hochschule Zittau/Görlitz), Izabeli Dembickiej-Starskiej (Stowarzyszenie Klon/Jawor), Moniki Kulik (Orange Polska, Forum Odpowiedzialnego Biznesu), Małgorzaty Ławrowskiej von Thadden (Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie) oraz Bartosza Bliuja-Stodulskiego (Laboratorium EE). Podczas rozmowy zostały poruszone m.in. kwestie związane z poszukiwaniem partnerów biznesowych, warunków podjęcia współpracy w obszarze CSR, budowania relacji z partnerami i odbiorcami działań oraz budowania strategii współpracy.

Monika Kulik podkreślała, jak istotne jest uwzględnienie przy planowaniu projektu specyfiki instytucji, a także zainteresowań i potrzeb społeczności lokalnej. Izabela Dembicka-Starska również zwracała uwagę na potrzebę analizy potrzeb społeczności, a także celowości działania i zasobów organizacji. Mowa była też o wyzwaniach współpracy międzysektorowej – konieczności określenia wspólnych celów, korzyści i języka. Bartosz Bliuj-Stodulski przybliżył słuchaczom możliwości i korzyści wynikające ze współpracy organizacji z firmami IT, otwierania się na „myślenie biznesowe” oraz korzystania z narzędzi cyfrowych. Przykłady sukcesów w działaniach CSR-owych przytoczyła Małgorzata Ławrowska von Thadden, opowiadając m.in. o wieloletniej współpracy Muzeum Sztuki Nowoczesnej z Towarzystwem Ergo Hestia. Katarzyna Kopeć podkreślała, iż pole rozwoju działań CSR w kulturze jest ogromne – przedsiębiorstwa stosują różnorodne podejścia do prowadzenia działań społecznie odpowiedzialnych i w tym obszarze sytuują również swoje zaangażowanie na rzecz kultury, np. poprzez projekty infrastrukturalne mające na celu renowację obiektów kulturalnych czy wolontariat pracowniczy.



24 września 2020 roku odbyło się webinarium „Crowdfunding w projektach kulturalnych i społecznych”, którego organizatorami byli Creative Europe Desk Polska oraz Punkt Kontaktowy programu „Europa dla obywateli”. Do udziału w wydarzeniu zaproszeni zostali przedstawiciele organizacji pozarządowych, jednostek samorządu terytorialnego, instytucji kultury oraz małych i średnich przedsiębiorstw z sektorów kultury i kreatywnego.

Moderatorką spotkania, w tym dyskusji panelowej, była Aleksandra Janus – antropolożka, badaczka, członkini zarządu Centrum Cyfrowego i kierowniczka Pracowni Otwierania Kultury.

Webinarium otworzyły krótkie prezentacje obu programów grantowych – Kreatywnej Europy oraz „Europy dla obywateli”, zawierające najważniejsze informacje na ich temat, w tym o kompetencje Kultura. Następnie głos zabrała Weronika Zawadzka, specjalistka ds. crowdfundingu, która na co dzień współpracuje z wieloma platformami umożliwiającymi zbiórki publiczne (PolakPotrafi.pl, Wspieram.to, Pomagam.pl i We The Crowd), fundacjami oraz stowarzyszeniami przy kampaniach związanych z kulturą i budowaniem społeczności finansujących działania.

Weronika Zawadzka wprowadziła uczestników w zagadnienie crowdfundingu i rodzajów finansowania społecznościowego, wskazała także różne rodzaje platform i podkreślała, jak ważne jest dobre przemyślenie i opracowanie kampanii crowdfundingowej. Zwracała uwagę na konieczność zdefiniowania celu projektu, budowania jego publiczności i zarazem społeczności finansującej, zaangażowanej w przedsięwzięcie. – Crowdfunding jest rewolucją, nie musi się mieścić w jakichś ramach – podkreślała Weronika Zawadzka w trakcie swojego wystąpienia. – Ważna jest społeczność, bo to ona stanowi grupę docelową kampanii crowdfundingowych.

W drugiej części spotkania odbyła się dyskusja panelowa z udziałem dr Karoliny Bieniek (Fundacja Art Transparent),

dr Aleksandry Nocoń (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach), Marcina Galickiego (Wspieram.to) oraz Mateusza Górskiego (Patronite.pl).

Aleksandra Nocoń przeanalizowała modele finansowania społecznościowego – crowdfunding oparty na nagrodach, w modelu dotacji (charytatywny) oraz udziałowy i dłużny. Zaznaczyła, że mają one charakter finansowania alternatywnego wobec innych, bardziej tradycyjnych instrumentów dostępnych na rynku. Marcin Galicki (Wspieram.to) oraz Mateusz Górski (Patronite.pl), po zaprezentowaniu przykładów działań w ramach portali, których są twórcami, mówili przede wszystkim o roli i budowaniu społeczności w finansowaniu projektów i przedsięwzięć. Zachęcali również wszystkie zainteresowane crowdfundingiem organizacje do kontaktowania się z osobami tworzącymi portale takie jak ich, w celu uzyskania porad i pomocy dotyczącej projektu, który ma być finansowany społecznościowo oraz opracowania kampanii crowdfundingowej, a także do poszukiwania informacji i wskazówek na stronie Akademii Crowdfundingu. Karolina Bieniek przybliżyła kulisy projektu „Książki dla Gwinei” opartego na finansowaniu społecznościowym. Podkreślała konieczność dokładnego przygotowania działania: zdefiniowania celów i metod, określenia zasobów i możliwości organizacyjnych danej instytucji, strategii budowania trwałej relacji z odbiorcami oraz planu działań promocyjno-informacyjnych.

Zachęcamy do poszukiwania źródła finansowania działań kulturalnych i społecznych w postaci finansowania społecznościowego. Ten sposób pozyskiwania środków przynosi o wiele więcej korzyści niż tylko zagwarantowanie realizacji działania poprzez środki pieniężne: pozwala jednocześnie na poszerzenie kręgu odbiorców oferty, budowanie zaangażowanej publiczności oraz pozyskanie dodatkowych środków na finansowanie nowych inicjatyw. Ponadto crowdfunding może pomóc pozyskać czy uzupełnić fundusze na potrzeby wkładu własnego w projektach realizowanych w ramach programów Kreatywna Europa oraz „Europa dla obywateli”.



Studio Nowe Horyzonty+, mat. Creative Europe Desk Polska

Podsumowanie 11. edycji Studia Nowe Horyzonty+

Tegoroczna, jedenasta już edycja Studia Nowe Horyzonty+ odbyła się w dniach 24–27 lipca, tym razem w nowej formule online. Wydarzenie było częścią Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Nowe Horyzonty, który w tym roku wyjątkowo odbywał się od 5 do 15 listopada. Creative Europe Desk Polska po raz kolejny zaangażował się we współorganizację międzynarodowego programu szkoleniowego adresowanego do reżyserów i producentów, którzy rozwijają pierwszy lub drugi pełnometrażowy film fabularny.

W tym roku wyselekcjonowano 10 duetów reżysersko-producentkich, w tym pięć projektów z Polski i pięć z Estonii, Hiszpanii, Rumunii, Ukrainy i Serbii. Twórcy uczestniczyli w czterodniowych warsztatach prowadzonych przez wyśmienitych ekspertów, wśród których znaleźli się: David Pope (London Film Academy), Alya Belgaroui-Degalet (EAVE – European Audiovisual Entrepreneurs) z firmy Wild Bunch, Michael Arnon (EAVE) – reprezentujący Wolf Consultants, agent sprzedaży Hédi Zardi – szef firmy Luxbox oraz Nguyet Nguyenová, reprezentująca Gruvi.

Program warsztatów skupiał się na różnych zagadnieniach dotyczących promocji i rozwoju projektu, poczynawszy od pracy dotyczącej odpowiedniego przygotowania pitchingu, współpracę z agentem sprzedaży oraz agentem PR. Producenci i reżyserzy mieli możliwość uczestniczenia w wykładach oraz indywidualnych konsultacjach z ekspertami. Wzięli też udział w konkursie na najlepszy projekt i najlepszą prezentację, ocenianą przez jury w składzie: David Pope, Hédi Zardi, Michael Arnon oraz przedstawiciele Creative Europe Desk Polska, Stowarzyszenia Nowe Horyzonty, London Film Academy i Ale kino+.

Nagroda główna Studia Nowe Horyzonty+ i London Film Academy trafiła do filmu „Dukie” w reżyserii Grzegorza Mołdy, którego producentką jest Ludka Kierczak. Nagrodą są konsultacje scenariuszowe projektu, sponzorowane przez London Film Academy. Jury zaznaczyło, że: „Dukie” nie jest zwykłą historią o dojrzewaniu, jest obietnicą niezwykłego

filmu o poszukiwaniu ojca w Polsce lat 90. Poprzedni, krótkometrażowy obraz tego młodego reżysera jest zapowiedzią obiecującego debiutu fabularnego. Ta nagroda jest zachętą do spełnienia obietnicy tego filmu. To jest projekt pełen znaczeń, który potrzebuje napisania naprawdę głębokiego scenariusza. Mamy nadzieję, że zrobisz wszystko, co w Twojej mocy, aby ukazać różne fascynujące aspekty tej historii. Powodzenia i brawo, Grzegorzu!”.

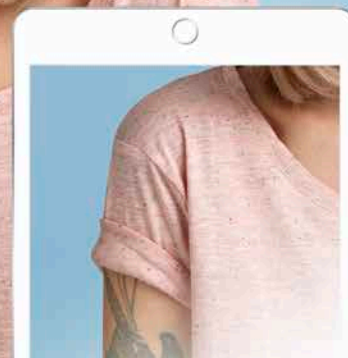
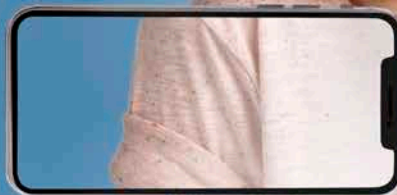
Nagrodę w postaci listu intencyjnego telewizji Ale kino+ dotyczącego emisji gotowego filmu otrzymał estoński projekt „Reconstruction” w reżyserii Evara Anvelta, produkowany przez Andreasa Kaska. Wyróżnienie specjalne otrzymały dwa projekty: serbski „Usud” w reżyserii Stefana Maleševića, produkowany przez Andrijanę Sofranić Šućur, oraz hiszpański „Nina” („In My Beginning is My End”) Andrei Jaurriety Barriain (reżyseria) i Ivana Luisa (produkcja).

W ramach Studia Nowe Horyzonty+ odbył się także wykład otwarty „Film marketing in the future of distribution”, który poprowadziła Nguyet Nguyenová z Gruvi, platformy technologicznej i firmy medialnej, która od lat opracowuje cyfrowe rozwiązania marketingowe dla firm związanych z filmem i rozrywką. Sama Nguyet Nguyenová współpracowała z największymi niezależnymi dystrybutorami w Polsce, była odpowiedzialna za cyfrowe strategie marketingowe wielu tytułów, m.in. „Parasite” i „Ból i blask”, dzięki czemu rozumie różne strategie budowania rozgłosu w sferze cyfrowej. W związku ze zmieniającym się ekosystemem w branży filmowej zagadnienie dotyczące budowania strategii marketingowej okazało się niezwykle istotne w obecnej rzeczywistości, a wydarzenie spotkało się z dużym zainteresowaniem polskiej branży.

Partnerami tegorocznego Studia Nowe Horyzonty+ byli: EAVE – jeden z czołowych programów kształcenia zawodowego w Europie, między innymi organizator warsztatów producentkich EAVE Producers Workshop i Marketing Workshop, London Film Academy, Ale kino+ oraz Rumuński Instytut Kultury.

DIVERSITY OF VIEWING

NEW TRENDS IN **VoD** MARKET



**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**

– Podejmiemy dziś próbę zmierzenia się z wizją przyszłości – oznajmiła Małgorzata Kiełkiewicz z Creative Europe Desk Polska podczas „Diversity of Viewing. New Trends in VoD Market”, międzynarodowego wydarzenia poświęconego europejskiemu rynkowi platform oferujących wideo na żądanie. – Nie jest to możliwe w oderwaniu od wyzwań, które stanęły przed całym sektorem audiowizualnym w związku z pandemią COVID-19. Chcemy jednak szerzej spojrzeć na nowe trendy wśród streamerów.

Jak zauważył Christian Grece z Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, europejski rynek platform VoD zanotował znaczny wzrost w ciągu ostatnich kilku lat, choć w 2018 roku wciąż stanowił zaledwie 6% rynku audiowizualnego. Pandemia zmieniła ten odsetek, jednak zwykła tendencja powinna się utrzymać – dodał, określając SVoD (od ang. *subscription video on demand* – subskrypcja wideo na żądanie) jako wschodzącą gwiazdę. Istotne zmiany strukturalne miały miejsce jeszcze przed pandemią, a sektor medialny umieszczał streaming w samym centrum biznesowych strategii. – Pandemia tylko to przyspieszyła – zauważył. Choć Netflix, Amazon czy Disney+ wciąż przynoszą w Europie największe zyski, lokalne platformy także mają szansę zaistnieć dzięki zainteresowaniu widzów specjalistyczną lub niszową ofertą albo formowaniu przydatnych sojuszy. Mamy tu wyraźną przestrzeń na rozwój – zaznaczył, przyglądając się specyfice polskiego rynku, gdzie SVoD także okazał się mieć ogromny potencjał, a lokalni gracze, jak na przykład Ipla.tv, osiągają wyjątkowo mocną pozycję. – W przypadku europejskich platform znajomość lokalnej widowni i ich preferencji, zawierane sojusze oraz połączenie kilku modeli biznesowych mają szansę sprawić, że staną się one konkurentami światowych gigantów.

Magdalena Dźbik z Komisji Europejskiej przyjrzała się programowi MEDIA i polityce unijnej dotyczącej wsparcia sektora VoD. Porozumienie między szefami państw i rządami UE przewiduje, że powinien on liczyć na budżet w wysokości 1,6 mld euro. Program MEDIA na lata 2021–2027 przewiduje nowe możliwości wsparcia treści telewizyjnych i internetowych, europejskich sieci operatorów VoD oraz innowacyjnych narzędzi i modeli biznesowych. – Nie chcemy przeprowadzać rewolucji, ale ewolucję – dodała. Wspominając o dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych, której nowe wytyczne mają pomóc w obliczaniu udziału utworów europejskich w katalogach usług na żądanie oraz definicji małej liczby odbiorców i niskiego obrotu, Dźbik wymieniła inicjatywę umożliwiającą ich znalezienie – platformę Lumiere VoD będącą, jak zaznaczyła, „owocem współpracy z Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym”. Interesującymi przykładami okazały się też projekt ARTE, umożliwiający łatwiejszy dostęp do europejskich treści poprzez napisy, czy holenderska platforma Picl. – Jest to przykład o tyle istotny, że wcieli w życie ideę wirtualnego kina, co okazało się niezwykle istotne w czasie pandemii – zaznaczyła. – Mam nadzieję, że te nowe modele biznesowe i nowe sposoby na dotarcie do publiczności będą możliwe do realizacji w nowym programie MEDIA.



W VoD chodzi przede wszystkim o publiczność

Podczas dyskusji „Razem czy osobno – współpraca między-narodowa oraz działania transgraniczne platform” Agustina Lumi z EUROVOD Pro zaznaczyła: – Odpowiedź na to pytanie zawsze powinna brzmieć: „Razem!”. Opowiadając o nowej inicjatywie EUROVOD Pro, przeznaczonej do obrony interesów platform oraz firm VoD, Lumi podkreślała, że pozwoli ona specjalistom uzyskiwać przydatne informacje, budować partnerstwa i dzielić się wiedzą. Wspomniała też o raporcie EUROVOD, którego autorem był inny uczestnik dyskusji, Michael Gubbins, i dodała, że VoD nie zastępuje innych formatów – to zupełnie nowy ekosystem, stanowiący nowy kierunek dla rynku audiowizualnego. – Właśnie dlatego stworzyliśmy to miejsce. Powinniśmy się spotykać, dzielić informacjami, współpracować. Te narzędzia są bardzo ważne, także po to, aby pokazać, że nie chodzi tylko o wysyłanie e-maili lub wydzwanianie do kogoś z kolejnym pytaniem. Chodzi też o to, by wspólnie budować sektor i dzielić się tym, co już wiemy.

Michael Gubbins dodał: – VoD ma różne oblicza. Kluczowym słowem jest w nim „żądanie”, bo chodzi tu przede wszystkim o publiczność. Musimy skupić się na różnorodności, dynamizmie i zrównoważonym rozwoju. I wyjść poza dyskusję o przetrwaniu, którą teraz prowadzimy, traktując VoD jako rodzaj łodzi ratunkowej. Przetrwanie nie jest żadną ambicją.

Marc Putman stwierdził, że europejski rynek VoD, w przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych, jest dość fragmentaryczny i stosunkowo niewielki. Brak w nim standaryzacji, która umożliwiłaby mu stać się bardziej konkurencyjnym. Na tę potrzebę odpowiedzieć ma powstająca właśnie Unified eXchange Platform. – Potrzeba trochę odwagi, by ujawnić swoje sekrety, ale musimy nauczyć się sobie ufać. Dzielić się nimi, aby zyskać i nie budować wszystkiego na własną rękę. – Musimy przestać się obawiać, że dojdzie wtedy do wzajemnego kanibalizmu – podsumowała Lumi.

Saša Stanišić, stojący za Cinesquare, także podkreślał wagę współpracy, opowiadając o swojej platformie działającej na terenie 13 państw. – Region Bałkanów jest bardzo zróżnicowany, ale łączy nas wspólne dziedzictwo, a ludzie śmieją się z tych samych żartów. Ta różnorodność może być zaletą. Konkurencja z Netflixem nie jest żadną odpowiedzią, bo to niemożliwe. Musimy znaleźć własną strategię. Wiedzieć, kim jest nasza publiczność i spróbować do niej dotrzeć. Sam jestem filmowcem, a wiele interesujących mnie filmów można zobaczyć tylko raz na festiwalu, a potem trzeba je pobrać z torrentów – powiedział. Dodał, że aby zmienić nawyki widza, nieprzyzwyczajonego do płacenia za treści online, trzeba uzbroić się w cierpliwość.

– Zaproponuj mu treści, których nie znajdzie nigdzie indziej – podkreślał Stanišić. – Kiedy zaczynałem, moi koledzy pytali: „Saša, po co to robisz?”. Teraz wiemy już, że VoD nie zabije dystrybucji kinowej, będą się one wzajemnie uzupełniać, a niszowe treści mogą dotrzeć do większej liczby widzów. Dziesięć lat temu, kiedy Arri zaczęło produkować kamery cyfrowe i toczyła się dyskusja na ich temat, zrozumieliśmy, że to przyszłość. Teraz największe studia uruchamiają własne platformy.

– Wyszliśmy już poza etap, gdy mówiło się o zastępowaniu czegośkolwiek. VoD polega na uzupełnianiu oferowanych usług – dodał Gubbins. – Wszyscy obecni tu dziś rozmówcy naprawdę próbują zrozumieć, jak myśli publiczność i odpowiedzieć na jej potrzeby. Piętnaście lat temu wszyscy mieli obsesję na punkcie europejskiego studia, które miało zająć miejsce Hollywood. Teraz widzę to samo. Dlaczego rozmowa musi dotyczyć tworzenia własnego Netflix? Pod wieloma względami jest przecież przypadkowym imperium. Zatrzymaliśmy się na wizji z lat 80., zgodnie z którą wszystko musi być na ogromną skalę, a my musimy konkurować z uniwersum Marvela. A powinniśmy raczej zwrócić uwagę na to, że widzowie mają bardzo różne potrzeby. Reed Hastings [współzałożyciel i dyrektor Netflix] powiedział, że jego największą konkurencją to [gra] „Fortnite” i sen – rywalizujemy o czas. Bardziej martwię się o media społecznościowe niż Netflix, bo wbrew pozorom pozostawia nam sporo przestrzeni.

Nacisk na selekcję

Uczestnicy dyskusji „Globalnie i lokalnie – o budowaniu publiczności dla treści na platformach VoD” skupili się na nowych metodach dotarcia do widza. Jednym ze sposobów jest współpraca z lokalnymi kinami i innymi festiwalami. Przykładem tego jest Draken Film, związana z festiwalem w Göteborgu platforma, założona sześć lat temu, aby, jak zaznaczył Olle Agebro, poszerzyć festiwalowe doświadczenie. – Zawsze chodziło nam bardziej o współpracę niż uzupełnianie pewnej oferty. W ostatnich kilku miesiącach przekonaliśmy się jednak, jakie korzyści może przynieść platforma VoD. Zaprośiliśmy inne festiwale i kina, aby zajęły się selekcją pokazywanych filmów. Okazało się, że one też mogą skorzystać na takim rodzaju uwagi – opowiadał.

MUBI, od 13 lat skupiające się na kinie artystycznym, także otworzyło się na kina, oferując ich widzom bezpłatny okres próbny, oraz na festiwalach. – Zawsze z nimi współpracowaliśmy – zaznaczyła Sanam Gharagozlou i wspominała o zakupionym przez platformę „Sweat” Magnusa von Horna, pokazywanym jednocześnie na wielu festiwalach. Opowiedziała też o publikacji MUBI Notebook, pomagającej widzom zorientować się w szerokim asortymencie za pośrednictwem artykułów lub wideoesejów.



Konferencja „Diversity of Viewing. New Trends in VoD Market”, mat. Creative Europe Desk Polska

– FilmDoo skupił się na wykorzystaniu filmów jako narzędzi edukacyjnych, przede wszystkim w nauce języków obcych – mówiła Weerada Sucharitkul. – Udostępniamy narzędzie, dzięki któremu nauczyciele mogą łatwo zamienić dowolny film w interaktywną lekcję. Uczniowie mogą zagrać w grę lub obejrzeć film, a później odpowiedzieć na pytania. To *edutainment*, połączenie nauki z rozrywką – powiedziała. Przyznała jednocześnie, że oferowana usługa nie zastąpi nauki gramatyki od zera.

Jaume Ripoll z Filmin opowiedział zaś o The Filmin Times, wzorowanym na gazecie jako źródle wiedzy o historii – oczywiście za pośrednictwem filmów. W przyszłym roku będzie dostępny także w języku angielskim. – To ważne, aby nadać dodatkową wartość oferowanym tytułom i spróbować nieco innego podejścia – zauważył. – Pewnie żaden znany mi uczeń nie zapłaci za oglądanie „Nosferatu”, ale nauczyciele dość często korzystają z naszej oferty podczas lekcji.

Jean-Baptiste Viaud, opowiadając o LaCinetek, założonej przez trzech reżyserów: Pascale Ferran, Cédrica Klapischa oraz Laurenta Canteta, zaprezentował jeszcze inne podejście – skupienie się właśnie na reżyserach, co miesiąc wskazujących swoje ulubione filmy z XX wieku i dzielących się listą z widzami. – W naszym przypadku kluczowym słowem zawsze powinna być selekcja. Jeśli takie artystki jak Agnès Varda czy Céline Sciamma podzielą się listą ulubionych filmów, zawsze wzbudzi to zainteresowanie. A widz, przeglądając je, powie: „O, »Tootsie«! Nigdy tego nie widziałem!”. To, czy zdobędziemy do nich prawa lub napisy to już inna historia, ale przynajmniej wiemy, że niektórzy reżyserzy uważają, że warto je obejrzeć.

Widzowie wciąż chcą chodzić do kina

Podczas ostatniej dyskusji Marek Bień z Europa Distribution, Marynia Gierat z Kina Pod Baranami, Jan Kwieciński z Akson Studio oraz Jan Naszewski z New Europe Film Sales zastanawiali się nad alternatywnymi sposobami dystrybucji filmów. Jednocześnie przyznawali, że choć sytuacja polskich kin jest nie do pozazdroszczenia, tradycyjny model jeszcze nie runął. – Gdyby faktycznie runął, można by wyłączyć Zooma, zamknąć drzwi i wyjść – podsumowała Gierat. – Kina studyjne poddadzą się ostatnie. Gdyby nie było odgórnej informacji, że kultura to zło i należy się trzymać od niej z daleka, byłoby znacznie lepiej.

Marek Bień wydawał się zgadzać, zaznaczając, że wbrew powszechnie panującej opinii „widzowie chcieli chodzić do kina”. – Był stały wzrost. W Polsce w lipcu było minus 95% w stosunku do tego, co było w zeszłym roku, pod koniec sierpnia minus 70%, a pod koniec września: minus 45%. Filmy lokalne były motorem wzrostu – dodał.

Ekspansja serwisów VoD staje się jednak czymś oczywistym.

– Przez pierwszy miesiąc czy dwa dużo osób pytało mnie, czy Netflix już do nas wydzwania – opowiadał Naszewski. – O ile na początku nie było z ich strony większego zainteresowania, o tyle teraz faktycznie może się okazać, że sprzedamy tam dwa czy trzy filmy. Slasher sprawdzi się lepiej niż dramat lub kontemplacyjne kino festiwalowe – dodał i wymieniał „W lesie dziś nie zaśnie nikt”. Za właśnie tym filmem stał Kwieciński, który opowiadał: – My, producenci, mamy do czynienia z instytucjami lub z prywatnymi inwestorami i jesteśmy zobowiązani do zarządzania ich pieniędzmi poprzez film. Musiałem szybko podjąć decyzję – miałem na nią jeden dzień, przed lockdownem, który rozpoczął się w dniu planowanej premiery. Jestem z niej zadowolony, ale to zadowolenie w warunkach kryzysowych. Netflix mnie uratował, bo mogłem stracić wszystko.

Pewna elastyczność ocaliła też Kino Pod Baranami, które założyło własną platformę w cztery tygodnie po zamknięciu kin. – Cieszę się z tej decyzji, bo mamy już narzędzie, z którego możemy korzystać – opowiadała Gierat. – Także dlatego, że daje ona możliwość wsparcia ulubionego kina przez widzów, choć pojawiają się pytania, czy dany film będzie też dostępny online i kiedy. Musimy edukować widzów, że najpierw jest czas na kino, a dopiero potem na wersję online. Myślę jednak, że widz zejdzie kiedyś z tej kanapy i do nas wróci.

Opowiadając o tytułach Netflix, które na chwilę trafiły do kin, Marek Bień przekonywał, że to kolejny argument za współpracą. W nowej rzeczywistości kina muszą jednak się zmienić. – Netflix może wygrać z multipleksami, bo to trochę śmierzące, bezosobowe miejsca, w których czujesz się jak w RTV AGD, a sprzedawca nie jest ci w stanie pomóc. Kina studyjne mają wierną publiczność, która wraca – dodawał Naszewski. Pytanie tylko, czy będzie miała do czego.

– Nasz [film Piotra Domalewskiego] „Jak najdalej stąd” miał wspaniałe przyjęcie na festiwalu w San Sebastián, ale sama impreza miała znamiona balu na Titaniku – przyznawał Kwieciński. – Staramy dostosować się do rzeczywistości, o której nie wiemy, jaka będzie. Nasze biznesy zależą od tego, jak sprytnie podejmiemy do momentu kryzysu. Musimy zacząć się w nim „mościć”. Bardzo możliwe, że więcej filmów będzie miało teraz premiery na platformach VoD albo bardziej otworzą się one na kina studyjne. Finalne przeobrażenie się tego biznesu zobaczymy może za dwa lata, musimy więc pomyśleć o najgorszym scenariuszu. A nie czekać, aż ktoś rozwiąże za nas tę sytuację.

Konferencja „Diversity of Viewing. New Trends in VoD Market” odbyła się online 27 października.

Współpraca z innymi biurami programu Kreatywna Europa

Jesienią tego roku, w związku z zagrożeniem pandemią COVID-19, Creative Europe Desk Polska kontynuował działania związane z podniesieniem kompetencji i poszerzaniem wiedzy potencjalnych wnioskodawców oraz promocją i informowaniem o programie Kreatywna Europa – w formacie online. W tym półroczu postawiliśmy na współorganizację wydarzeń – były to m.in. wspólne webinaria z Punktem Kontaktowym „Europa dla obywateli” czy z Narodową Agencją Programu Erasmus+. Nie zabrakło także międzynarodowych inicjatyw zrealizowanych we współpracy sieci Desków programu Kreatywna Europa.

Konferencja „Children & Youth – The Importance of Dedicated Spaces”

Wydarzenie organizowane przez Creative Europe Desk MEDIA Office Chorwacja oraz Art-kino Rijeka, we współpracy z Kids Regio oraz innymi biurami programu Kreatywna Europa, skupiło się na podkreśleniu wagi i różnych sposobów dostarczania wysokiej jakości treści filmowych młodemu widzowi oraz jego edukacji filmowej.

Myślą, która przyświecała dwudniowej konferencji, było poczucie, że dzięki udostępnianiu wartościowych filmów oraz dawaniu dzieciom i młodym widzom możliwości odkrywania i stawiania sobie wyzwań można rozwijać ich wrażliwość na rzeczy, ludzi, sytuacje i emocje. Głównym tematem konferencji był niedobór przestrzeni poświęconych filmowi europejskiemu, szczególnie dla młodej widowni, widoczny w całej Europie – zarówno w małych, jak i dużych krajach.

Pierwszego dnia konferencji (17 września) odbyły się panele dyskusyjne dotyczące zagadnień związanych z edukacją filmową. Wśród mówców reprezentujących europejskie programy wspierające te działania znaleźli się przedstawiciele Komisji Europejskiej, stowarzyszenia European Film Agency Directors (EFAD) oraz inicjatywy EFA Young Audience Award. Rozwiązania systemowe na poziomie krajowym zostały zaprezentowane m.in. przez ekspertów z funduszy filmowych z Danii, Szwecji, Słowenii i Wielkiej Brytanii. Paneliści z Kinodvor Ljubljana, Raisin Factory Pygros, Watershed Bristol oraz Children's House Rijeka dyskutowali o roli przestrzeni dedykowanych dzieciom, a także dzielili się dobrymi praktykami związanymi ze swoją działalnością.

Drugi dzień wydarzenia obfitował w spotkania z ekspertami skupionymi wokół różnych zagadnień związanych z nauczaniem. W pierwszym panelu udział wzięli eksperci reprezentujący m.in. inicjatywy DokEducation, Montessori i Art Therapy,



którzy dyskutowali o wadze różnorodnych podejść do kwestii edukacji. Podczas kolejnej rozmowy przedstawione zostały projekty edukacyjne realizowane w krajach, w których brakuje rozwiązań systemowych, m.in. portugalskie Cine Clube de Viseu oraz fińskie Ihmifilmi ry. Wśród gości następnego panelu znaleźli się przedstawiciele projektów, które otrzymały wsparcie programu Kreatywna Europa: Cinemini Europe, European Film Factory, The Film Corner, Moving Cinema oraz działania Stowarzyszenia Nowe Horyzonty w tym zakresie – Festiwal Kino Dzieci, Kids Kino.Lab i Kids Kino Industry. W ostatniej rozmowie uczestniczyli przedstawiciele projektów edukacyjnych m.in. z Litwy – Kino Klubai oraz Belgii – Real Heroes.

W konferencji wzięło udział 39 międzynarodowych gości, a we współorganizację wydarzenia zaangażowane były Creative Europe Desks z Austrii, Belgii, Bułgarii, Danii, Finlandii, Francji, Grecji, Gruzji, Litwy, Macedonii Północnej, Niemiec, Polski, Portugalii, Serbii, Słowenii, Szwecji, Wielkiej Brytanii oraz Włoch.

Cykl spotkań na rzecz budowania partnerstw projektowych „Matchmaking with Creative Europe”

Inicjatywą podjętą z myślą o budowaniu partnerstw międzynarodowych do realizacji projektów w ramach komponentu Kultura nowej edycji programu Kreatywna Europa był cykl spotkań online „Matchmaking with Creative Europe”. Jego celem było stworzenie przedstawicielom organizacji kultury i sektora kreatywnego przestrzeni do nawiązania kontaktów i zawiązania międzynarodowych partnerstw do realizacji projektów ze wsparciem programu Kreatywna Europa komponent Kultura.

W ramach cyklu odbyły się trzy odrębne tematyczne sesje networkingowe „Digitalisation in culture” (13 października 2020), „Gender equality in arts” (5 listopada 2020) oraz „Green culture” (26 listopada 2020). Podczas wydarzeń każdy z uczestników miał możliwość zaprezentowania swojej organizacji i pomysłu na projekt, wymiany doświadczeń i dobrych praktyk w kontekście tematyki spotkania oraz wypracowania z pozostałymi uczestnikami koncepcji wspólnego, międzynarodowego projektu.



Międzynarodowe spotkania online „Matchmaking with Creative Europe” realizowane były w partnerstwie biur Creative Europe Desks komponentu Kultura i skierowane do reprezentantów sektorów kultury i kreatywnego z 12 krajów: Chorwacji, Czech, Finlandii, Grecji, Niemiec, Polski, Portugalii, Słowenii, Szwecji, Tunezji, Ukrainy i Węgier. W spotkaniach wzięło udział 180 osób.

Webinarium „VoD Deals ...from a helicopter view”

Spotkanie odbyło się w odpowiedzi na coraz ważniejszą rolę platform VoD w kontekście licencjonowania europejskich filmów, a także finansowania nowych utworów i działalności związanej z treściami europejskimi. Wendy Bernfeld, założycielka i dyrektor naczelna Rights Stuff, specjalizująca się w strategii treści, doborze, zakupach, dystrybucji dla tradycyjnych i cyfrowych platform medialnych opowiedziała o najważniejszych aspektach związanych z negocjowaniem umów z platformami. Ekspertka zwróciła uwagę na różnorodność rynku platform oraz strategii działań (TVoD, SVoD, AVoD, BVoD, PVoD, modele hybrydowe) oraz na ważne zagadnienie okien dystrybucyjnych. Podzieliła się także doświadczeniem wynikającym ze współpracy z agentami oraz związanym ze świadomym wyszukiwaniem odpowiednich platform dla treści, które posiadają producenci, w tym dla kina niszowego.



Webinarium, które odbyło się 24 września, zorganizowane było przez biura Creative Europe Desks Dania i Berlin-Brandenburg we współpracy z Erich Pommer Institute oraz Creative Europe Desks z Francji, Węgier, Irlandii, Polski i Rumunii.



Debathon „Miasto i Kultura” – trzy rozmowy o sektorze kultury

18 listopada 2020 roku odbył się debathon online „Miasto i Kultura”, organizowany przez Strefę Kultury Wrocław w ramach programu Praktycy Kultury oraz Creative Europe Desk Polska.

Wydarzenie skierowane było do przedstawicieli sektora kultury z całej Polski: reprezentantek i reprezentantów instytucji kultury, urzędów, trzeciego sektora oraz osób działających niezależnie, a jego celem było zintegrowanie środowiska wokół trzech aktualnych dla sektora kultury zagadnień związanych z pandemią COVID-19 i jej konsekwencjami dla funkcjonowania i przyszłości świata kultury: kryzysu, ekonomii oraz adaptacji. Celem dyskusji było zainspirowanie kadr kultury do spojrzenia na sektor na nowo – potraktowania kryzysu jako szansy na zmianę w zarządzaniu kulturą oraz wykorzystania go jako „testu” i weryfikatora dotychczasowych strategii działania.

Pierwotnie spotkanie pod szyldem „Miasto i Kultura” miało odbyć się pod koniec października jako hackathon – stacjonarne spotkanie robocze, którego celem było stworzenie przestrzeni dla wspólnej refleksji nad wpływem pandemii COVID-19 na działania sektora kultury w Polsce oraz wypracowania możliwych scenariuszy na przyszłość. W związku z zaostreniem się przebiegu pandemii, w trosce o bezpieczeństwo uczestników, podjęliśmy decyzję o zmianie terminu, formatu i charakteru spotkania oraz przeniesieniu go do internetu. Hackathon został zastąpiony debathonem, a praca w trzech grupach roboczych – cyklem rozmów o najbardziej aktualnych dla sektora kultury zagadnieniach.

W ramach debathonu „Miasto i Kultura” odbyły się trzy transmitowane online dyskusje tematyczne z udziałem przed-

stawicieli i przedstawicielek środowiska kultury – instytucji i organizacji pozarządowych, festiwali i kolektywów artystycznych, a także marek kulturalnych, które rozpoczęły funkcjonowanie w czasie pandemii.

KRYZYS W SEKTORZE KULTURY

Rozmowa przygotowana i poprowadzona przez Hannę Kostrzewską, menedżerkę i badaczkę kultury, związaną m.in. z Medialabem Katowice, poświęcona była funkcjonowaniu sektora kultury w kryzysie, także tym spowodowanym pandemią COVID-19 i nadchodzącą recesją. Nad tym, czy kryzys może stanowić szansę na zweryfikowanie roli, celów, strategii działania, a także na budowanie wspólnoty sektora, zastanawiali się wspólnie Dominika Kluszczyk (reprezentująca kolektyw artystyczny IP Group oraz zlokalizowane we Wrocławiu Centrum Sztuki WRO), Sławomir Czarnecki (dyrektor nowo powstałej instytucji kultury Młyny Rothera – Park Kultury w Bydgoszczy) oraz Szymon Pietrasiewicz (animator i menedżer kultury z Centrum Kultury w Lublinie, gdzie prowadzi Pracownię Sztuki Zaangażowanej Społecznie „Rewiry”).

Pandemia, mimo ogromnej elastyczności, jaką od momentu jej wybuchu wykazał się sektor kultury, wciąż próbując dostosować się do nowych form kontaktu z publicznością i form prezentacji oferty kulturalnej, obnażyła jego nieprzygotowanie do sytuacji kryzysowej, m.in. ze względu na utarte schematy dotychczasowego funkcjonowania, a nierzadko też działanie

oparte na relacjach hierarchicznych. Kryzys wymusił zatrzymanie się i weryfikację dotychczasowych działań, stworzył szansę przededefiniowania wartości i zadań instytucji kultury, w tym szczególnie ochrony najbardziej dotkniętych skutkami pandemii artystów. Zwrócił także uwagę na stosunki pracy w sektorze i pokazał, że do funkcjonowania w sytuacji kryzysowej, w tym także pracy zdalnej, najszybciej dostosowują się organizacje opierające się w działaniu na relacjach partnerskich.

Proces zmiany w sektorze będzie wymagał czasu, również powrót publiczności do instytucji kultury będzie powolny ze względu na obawy dotyczące możliwej transmisji koronawirusa. Pandemia stwarza także ryzyko kryzysu uczestnictwa publiczności – obecne nawyki odbioru kultury online mogą utrwalić się wśród odbiorców kultury, zanim pandemia wygaśnie.

EKONOMIA SEKTORA KULTURY

Dyskusja przygotowana i poprowadzona przez Artura Celińskiego, dziennikarza i aktywistę miejskiego, związanego m.in. z DNA Miasta oraz „Magazynem Miasta”, dotyczyła sytuacji finansowej i źródeł wsparcia finansowego sektora kultury i jego otoczenia, a także wpływu odwołania wydarzeń kulturalnych na kondycję finansową miast. W rozmowie wzięli udział Izabela Błaszczuk (dyrektorka KBF), Małgorzata Płyś (reprezentująca festiwal Unsound) oraz Roman Gutek (prezes Stowarzyszenia Nowe Horyzonty). Wspólnie zastanawiali się nad zyskami, jakie przynosi działalność kulturalna, a także nad zależnościami pomiędzy poszczególnymi podmiotami tworzącymi kulturę w Polsce.

Wszyscy zgodnie podkreślali, że należy myśleć o działalności kulturalnej jako regularnej działalności biznesowej, generującej przychody i miejsca pracy, tworzącej „produkty” dla określonej publiczności. Nie można również przecenić korzyści, jakie działalność kulturalna przynosi miastu – w postaci nie tylko oferty dla mieszkańców, lecz także budowania pozytywnego wizerunku miasta, przekładającego się na wzrost turystyki kulturalnej czy wybór danego miejsca jako lokalizacji tradycyjnego biznesu. Ponadto, także w kontekście kryzysu wywołanego pandemią i oczekiwań na wsparcie kultury ze środków publicznych, należy aktywnie poszukiwać źródeł finansowania działalności kulturalnej, m.in. poprzez sponsoring czy tworzenie nowych kanałów dystrybucji kultury i sztuki.

ADAPTACJA W SEKTORZE KULTURY

Ostatnia z rozmów, przygotowana i poprowadzona przez Dorotę Whitten, edukatorkę, trenerkę, aktywistkę związaną m.in. z Fundacją Dom Pokoju czy Pogotowiem Mediacyjnym, poświęcona była adaptacji sektora kultury i zmianom w nim, przyczyniającym się nie tylko do jego przetrwania, ale przede wszystkim – uodpornienia sektora na kryzysy i „nowego otwarcia” dla sektora. Nad strategiami adaptacyjnymi, nowymi rozwiązaniami i wyzwaniem dla sektora kultury wspólnie zastanawiali się Izabella Kaluta (z nowo powstałej Fundacji Olgi Tokarczuk), Piotr Biedroń (dyrektor Kraków Green Film Festival) oraz Paweł Łysak (dyrektor Teatru Powszechnego im. Zygmunta Hübnera w Warszawie oraz członek zespołu kuratorskiego Forum Przyszłości Kultury).

Rozmówcy zgodnie stwierdzili, że sektor musi dostosować się do nowej rzeczywistości – nawet po wygaśnięciu pandemii nie będzie możliwy całkowity powrót do wcześniejszego sposobu funkcjonowania. Konieczne jest stałe poszukiwanie nowych sposobów działania i docierania do publiczności. Wynika to nie tylko z obecnego zamknięcia instytucji kultury i często zawieszenia ich działalności, ale także z nowych potrzeb odbiorców i zmiany sposobu konsumowania kultury w pandemii, jak również rozwoju technologii umożliwiających popularyzowanie kultury i sztuki oraz nowe formy kontaktu twórców z odbiorcami.

Innym istotnym zagadnieniem poruszonym w rozmowie były wyzwania dla sektora kultury i potrzeba określenia jego roli i misji, m.in. w kontekście przemian społecznych i budowania wspólnoty, a także edukacji, np. o zmianach klimatycznych. Kultura jest kluczowa w budowaniu wspólnoty wartości i tworzeniu nowej narracji o świecie, który tak dynamicznie się zmienia.

Wszystkie rozmowy pokazały, jak rola i obecność kultury są niezwykle istotne, a wsparcie działań sektora – konieczne. Okres pandemii i zamknięcie instytucji kultury, brak możliwości uzyskiwania dochodu, utrata miejsc pracy, prognozowane niższe dotacje samorządowe dla kultury, utrudnione programowanie działań i ryzyko utraty publiczności stanowią zagrożenia dla przetrwania na rynku wielu organizacji sektora i indywidualnych twórców. Jednocześnie wydaje się, że pandemia uwydatniła potrzebę kultury i przywraca należne jej miejsce – bez dzieł kultury i sztuki trudno byłoby przetrwać czas zamknięcia, nowe formy ich dystrybucji pozwalają nie tylko utrzymać dotychczasowych odbiorców, lecz także przyciągnąć nową publiczność. Konieczność znalezienia nowych możliwości interakcji z odbiorcami rozwija kreatywność w poszukiwaniu nowych form i dróg wyrazu, w tym z wykorzystaniem technologii. Powrót do udziału w wydarzeniach kulturalnych na żywo może sprawić, że publiczność bardziej doceni wydarzenia kulturalne, do których dostęp przed pandemią wydawał się oczywisty i może nawet trochę spowszedniać, a kultura odrodzi się mocniejsza.

Kreatywna Europa jako wiodący program Unii Europejskiej na rzecz sektorów kultury, kreatywnego i audiowizualnego może być wsparciem dla silnie dotkniętego skutkami pandemii sektora kultury. Dlatego debathonowi „Miasto i Kultura” towarzyszyły indywidualne konsultacje online dotyczące programu Kreatywna Europa i możliwości finansowania międzynarodowych projektów kulturalnych z jego środków. Dziękujemy wszystkim uczestnikom za rozmowy o pomysłach na działania – w kolejnych latach możemy spodziewać się naprawdę inspirujących międzynarodowych projektów w obszarze kultury!



DONTEN & LACROIX
BLICK PRODUCTIONS
présentent

A FLEUR D'EAU

UN FILM DE PHILIP MARTIN LACROIX
CO-ECRIT AVEC MARTIN DROUOT

„A Fleur d'Eau”, réz. Philip Martin Lacroix, mat. Donten & Lacroix Films



„Współpraca międzynarodowa jest dla nas bardzo ważna” – rozmowa z Marią Blicharską, producentką, współzałożycielką Donten & Lacroix Films

W ramach programu Kreatywna Europa otrzymałaś w tym roku wsparcie na rozwój pakietu projektów w developmentie. Czy mogłabyś przybliżyć założenia tego przedsięwzięcia?

W ramach finansowania pakietu (ang. *slate funding*) otrzymaliśmy wsparcie na trzy projekty fabularne, jeden autorski film dokumentalny oraz na produkcję filmu krótkometrażowego.

Film „Mira” Anny Jadowskiej jest już potwierdzony w finansowaniu produkcyjnym, development jest dla nas ważny, by – po pierwsze – doszlifować scenariusz, a po drugie – przeprowadzić jak najszerzy casting. „Mira” jest koprodukcją międzynarodową, ekipa pochodzi z trzech lub więcej krajów, choć film będzie w pełni realizowany w Polsce, w języku polskim i z polskimi aktorami. Jest to oczywiście wyzwanie pod kątem artystycznym, ale takie właśnie wyzwania lubimy.

Kolejny projekt, zatytułowany „Pod Paryżem”, to debiut fabularny Corinne Garfin. Jest to również film autorski, ale w zupełnie innym stylu, łączący cechy gatunkowe tzw. *survival*. Historia dzieje się współcześnie w podziemiach Paryża. To jest dla nas spore wyzwanie, żeby współpracować z autorką, która nawiązuje w stylu do kina gatunkowego. Naszym założeniem produkcyjnym jest zrealizowanie części zdjęć (wnętrz) do tego projektu w Polsce. W tym momencie projekt jest rozwijany jako potwierdzona koprodukcja polsko-francusko-belgijska.

Trzeci projekt to pełnometrażowy film dokumentalny, którego reżyserem jest Rafael Lewandowski. Z twórcą współpracowaliśmy już kilkakrotnie, obecnie mamy w postprodukcji jego obraz poświęcony Zbigniewowi Herbertowi. Nasz następny film, który planujemy wspólnie zrealizować, nosi tytuł „Polacy z Północy”. Jest to dokument historyczny, który opowiada o emigracji 200 tysięcy Polaków, którzy po I wojnie światowej przybyli do Francji na zaproszenie rządu francuskiego. Dzisiaj żyje tam około 600 tysięcy potomków tamtych osób. Jest to ciekawy, historyczny przykład na to, jak przebiegała asymilacja tak dużej liczby emigrantów w innym kraju. Naszym zdaniem temat ten ma ogromne znaczenie z punktu widzenia europejskiego, w kontekście różnych rozważań dotyczących aktualnych problemów migracji.

Kolejnym autorem, z którym współpracujemy, jest Philip Martin Lacroix. W ramach *slate funding* będziemy realizować jego dwa filmy: pełnometrażowy oraz krótkometrażowy. W MEDIA była to dość specyficzna sytuacja, jednak uznaliśmy, że krótki metraż pomaga nam w realizacji pełnometrażowego

debiutu fabularnego reżysera. Oba projekty „Extrema Ratio” i „Ponad wodą” („A fleur d’eau”) zostały wcześniej docenione i otrzymały pierwsze finansowe wsparcie, dotacja MEDIA jest więc uzupełnieniem już potwierzonego uznania dla tych projektów. Sam twórca prezentował swoje poprzednie filmy na ważnych festiwalach międzynarodowych. Zarówno film długometrażowy, jak i krótkometrażowy są projektami międzynarodowymi, w tym wypadku realizowanymi w języku francuskim, w koprodukcji z Francją.

Na jakim etapie są obecnie te projekty, jaka była ich droga?

Slate jest rozłożony w czasie na trzy lata, a nasze działania zostały zaplanowane tak, że co dziewięć miesięcy kolejny film fabularny wchodzi w produkcję.

Najbardziej rozwinięty jest film „Mira” Anny Jadowskiej, który będzie już z całą pewnością koprodukcją polsko-szwedzką. Zarówno w Polsce, jak i w Szwecji mamy potwierdzone finansowanie prywatne i publiczne z funduszy narodowych, od nadawców i dystrybutorów. Kolejne projekty – filmy Corinne i Philipa – będą realizowane w roku następnym. Pod koniec przyszłego roku lub na początku 2022 planujemy zrealizować zdjęcia do „Pod Paryżem”, a w roku 2022 film „Extrema Ratio”. Jeśli chodzi o dokument „Polacy z Północy”, to będzie on finansowany i realizowany równolegle do fabuły. Mamy już to doświadczenie, że development dokumentu może być realizowany symultanicznie z innymi formami.

Każdy z projektów był prezentowany międzynarodowo na marketach koprodukcyjnych lub forach pitchingowych. W przypadku „Miry” pitchingi zostały już zamknięte, projekt jest już w fazie przygotowań, która przedłużyła się przez pandemię. Mamy jednak nadzieję, że będziemy mogli go realizować w 2021 roku. W założeniu mieliśmy startować jesienią tego roku, niestety terminy zdjęć musiały zostać przesunięte, ale przedłużenie developmentu może również czasem nam wyjść na korzyść. Liczymy, że tak będzie i w tym przypadku. Wszystkie projekty, które rozwijamy, to filmy autorów, z którymi już pracowaliśmy, których znamy z wielu festiwali, w których wierzymy i których prace obserwujemy od kilku lat.

Obecny rok, pomimo pandemii, przyniósł nam wiele sukcesów, jeśli chodzi o wsparcie naszych projektów. To z całą pewnością zasługa ciężkiej, blisko dwuletniej pracy naszych twórców oraz połączonych sił pracy naszej ekipy produkcyjnej w Polsce i we Francji.

Wszystkie projekty są międzynarodowe i mają duży potencjał koprodukcji oraz dystrybucji międzynarodowej. Czy jest jeszcze jakiś inny punkt wspólny tych projektów?

To, co łączy wszystkie projekty – w moim mniemaniu – to ich wartość artystyczna i potencjał międzynarodowy. Są to bardzo silnie autorskie filmy, w każdym naszym projekcie reżyser jest autorem lub współautorem scenariusza. W skład *slate'u* weszły bardzo różnorodne projekty – mocne kino kobiece, mocne kino filozoficzno-egzystencjalne, film autorski, który flirtuje z kinem gatunkowym, dokument historyczny.

Naszym założeniem było też to, żeby projekty nie konkurowały ze sobą – to znaczy, żeby niekoniecznie były skierowane do tej samej publiczności ani finansowane z tych samych źródeł lub przynajmniej w tym samym czasie. Oczywiście wsparcie z funduszy narodowych jest jednym z głównych w przypadku każdego kina autorskiego, ale wszystkie pozostałe źródła są różne dla każdego z projektów.

Bardzo ważna jest dla nas zasadność tematów. Wszystkie projekty dotyczą zagadnień współczesnych, filozoficzno-społecznych, to tematy, które mają znaczenie w Europie i które są ważne dla każdego z naszych autorów i dla nas jako producentów.

Poza projektami rozwijanymi ze wsparciem MEDIA pracujesz także nad innymi tytułami...

Tak, poza projektami w developmencie mamy także projekty w postprodukcji: turecko-niemiecko-duńsko-polski debiut Emre Kayış oraz film dokumentalny Rafaela Lewandowskiego. Obecnie nie mamy filmu w zdjęciach, choć mieliśmy w nie wchodzić w związku z koprodukcją francusko-włosko-belgijsko-polską „Disco Boy” – debiutem Giacomina Abbruzzese. Te zdjęcia ostatecznie zostały przesunięte na przyszły rok. Zmiany, które miały miejsce w związku z pandemią, sprawiły, że mamy znacznie więcej pracy. Zdjęcia się przesuwają, okres przygotowań się przedłuża. Projekty, które rozwijamy, trwają dalej, a postprodukcja jest bardziej skomplikowana, trwa wolniej. Pracujemy również nad międzynarodowym projektem animacji, aktualnie w fazie finansowania...

Zaangażowanie w tak dużą liczbę projektów to ogromne wyzwanie dla firmy, szczególnie tak niewielkiej. Jak radzisz sobie z pracą nad tak wieloma projektami jednocześnie?

Tak naprawdę nad projektami, na które otrzymaliśmy wsparcie MEDIA, pracujemy już od co najmniej trzech lat. Przełomowym rokiem był dla mnie 2017, kiedy zostałam zakwalifikowana do programu europejskiego Producer on the Move podczas festiwalu w Cannes. Już wtedy dużo interesujących autorów zgłosiło się do nas z nowymi projektami. I właściwie już w 2017 roku podjęłam decyzję, że to jest moment, by przerzucić główny ciężar naszej pracy na development. Przez poprzednie 15 lat bardzo dużo pracowałam dla innych firm jako producent wykonawczy, koproducent. W ostatnich trzech latach zdecydowałam się skupić na developmencie, mimo że w tym czasie realizowaliśmy także inne projekty w koprodukcji mniejszościowej. W latach 2018 i 2019 brałam też udział w szkoleniu ACE

Producers, które zweryfikowało pewne założenia dotyczące projektów i również było ważnym momentem w mojej karierze.

Jaka była Twoja droga do wsparcia MEDIA w ramach pakietu projektów?

Nasza firma już trzykrotnie dostała wsparcie MEDIA w ramach schematu Development – projekt pojedynczy. W związku z tym stanęliśmy przed wyborem, czy chcemy aplikować o wsparcie Kreatywnej Europy co roku, czy jednak lepszy będzie dla nas *slate*. Nie powiem, że droga do tego nie była długa...

O dofinansowanie w ramach programu Kreatywna Europa staraliśmy się już rok wcześniej. W 2019 zabrakło nam pół punktu, byliśmy pierwsi na liście rezerwowej. Nie udało się, ale przez następny rok wszystkie projekty poszły bardzo do przodu – zarówno jeśli chodzi o stronę artystyczną, jak i stopień finansowania, wsparcia oraz zainteresowania partnerów produkcji i dystrybucji. Wszystkie projekty znalazły kilku potencjalnych partnerów zagranicznych. Oczywiście najbardziej naturalnym terytorium dla nas jest Francja, jednak wszystkimi czterema projektami zainteresowali się także partnerzy z innych krajów – mamy koproducentów w Szwecji, Niemczech, Włoszech i Kanadzie. Praca przez ostatni rok się opłaciła, otrzymaliśmy niemalże maksymalną liczbę punktów w ramach tegorocznego *slate'u*.

Twoja firma jest nastawiona na międzynarodowe koprodukcje, a Ty sama brałaś udział w wielu prestiżowych szkoleniach.

Od 15 lat, od momentu założenia firmy, przyświecało nam przekonanie, że chcemy się zajmować koprodukcjami, że współpraca międzynarodowa jest dla nas bardzo ważna. Sama nazwa firmy się do tego odnosi – z moją współpracowniczką Moniką Sajko postanowiłyśmy połączyć naszych przodków – jej pradziadka Szweda i moją prababkę Francuzkę, tym sposobem powstała w Warszawie firma Donten & Lacroix.

Fakt, że do tej pory uczestniczyłam już w chyba we wszystkich najważniejszych europejskich warsztatach – EAVE Producers Workshop, ACE Producers, Producers on the Move, Eurodoc, jest dla nas bardzo ważny, a wszystkie projekty, nad którymi pracuję, bardzo zyskują dzięki tym doświadczeniom.

Na czym Twoim zdaniem należy się skupić najbardziej podczas planowania aplikacji do programu Kreatywna Europa?

To, co jest bardzo ważne w kontekście MEDIA, to bardzo świadome określenie grupy, do której kierowany jest dany projekt. W przypadku kina autorskiego jest to bardzo trudne, ponieważ punktem wyjścia projektów są założenia artystyczne, natomiast komponent MEDIA wymaga, żebyśmy się zastanowili nad strategią dystrybucji i marketingu. Daje to poczucie, że wychodzimy o krok do przodu, mimo że planowanie grupy docelowej bywa dla nas, a jeszcze bardziej dla naszych autorów, bardzo trudne. Okazuje się jednak, że można to przewidzieć, można też zaplanować działania promocyjne w bardziej oryginalny i kreatywny sposób. Dla nas

praca nad założeniami marketingowymi i promocyjnymi, szczególnie w czasie, gdy wszystko się zmienia, gdy nie jesteśmy pewni, czy dystrybutorzy, z którymi chcemy współpracować, będą jeszcze działać za dwa, trzy lata, była bardzo interesująca i rozwijająca. Myślę też, że to odpowiednie, świadome zaplanowanie w czasie i przestrzeni pracy nad każdym filmem jest podstawą skutecznego developmentu. MEDIA zmusza nas do planowania z kilkuletnim wyprzedzeniem i to naprawdę skutkuje. Opracowywaną tygodniami strategię konieczną do opisanie we wniosku wprowadzamy później realnie w życie. To planowanie z mojego punktu widzenia ma ogromny sens. Oczywiście nikt nie przewidział pandemii, która wpływa na harmonogram działań, ale założenia, które opracowaliśmy podczas przygotowań do wniosku, są nadal aktualne i ważne.

Jeśli mogłabym coś poradzić przyszłym wnioskującym, to na pewno będzie to udział w szkoleniach europejskich. Coraz więcej polskich producentów, także tych młodych, w nich uczestniczy. Aktywność międzynarodowa i wymiana doświadczeń jest niezwykle istotna. Ważny jeszcze przed złożeniem aplikacji jest również udział w pitchingach, warsztatach, marketach. Myślę, że poza wartościami artystycznymi projektu, jest to nie do przecenienia.

Jakie znaczenie ma dla Ciebie znak MEDIA? Czy Twoim zdaniem ma też wartość dodaną?

Odkąd trzy lata temu, podjęłam decyzję o skupieniu się na roli producenta wiodącego, otrzymanie dotacji *slate* z komponentu MEDIA stało się dla mnie strategiczne. Samo logo MEDIA przed filmem bardzo często stanowi dla mnie markę i oznacza typ kina, które sama lubię oglądać. Jest to pewien *label* jakości. Nie dziwi więc, że rodzaj kina, który my robimy, jest dotowany przez Kreatywną Europę [śmiech].

W naszym przypadku ostateczne przygotowanie tego wniosku trwało prawie dwa lata, wliczając w to prace nad pierwszą aplikacją, refleksje nad ewolucją strategii związanej z projektami. Ten czas zmusił nas do wyjścia w przyszłość

i zastanowienia się nad realiami przeprowadzenia takich projektów przez firmę i pozwolił nam bardzo się rozwinąć.

W przypadku dotacji MEDIA zawsze była ona dla mnie znakiem, że dany projekt rzeczywiście powstanie. Z jednej strony dofinansowanie było ważnym elementem, które decydowało o nakładzie produkcyjnym na dany film (konkretny zastrzyk finansowy), z drugiej strony – realnym potwierdzeniem jego potencjału.

Slate jako dotacja na program naszej firmy, naszą linię edytoryalną, okazał się więc kolejnym etapem naszej pracy i wkroczeniem w następny etap rozwoju i profesjonalizmu naszej działalności.

Nie da się przygotować wniosku do MEDIA *ad hoc*. Opisywane strategię muszą być zaplanowane w sposób bardzo przemyślany i szczegółowy. Przygotowanie wniosku wymaga czasu. Pracy tej nie można nikomu zlecić, należy się jej podjąć na poziomie producenta, oczywiście we współpracy w partnerami. To są decyzje, które każdy producent podejmuje zgodnie z własnym stylem działania, to on ustala, z jakim krajem chce wejść w koprodukcję, z jaką ekipą współpracować. Za każdym projektem stoi autor, którego trzeba dobrze znać i którego potencjał trzeba ocenić. Każdy film można zrobić inaczej, w zależności od tego, kto za nim stoi i kto o nim decyduje. Ale najważniejsze jest to, aby strategia była spójna i realna. Dlatego też nikt oprócz producenta nie może jej wymyślić.

Bardzo cenne w dofinansowaniu MEDIA jest to, że pozwala pokrywać wiele różnych rodzajów kosztów, także te związane z działalnością firmy. Jest to nie do przecenienia w przypadku producentów realizujących filmy artystyczne, które w pierwszej kolejności skierowane są do widowni festiwalowej. Jest to niesamowicie istotne w kontekście kina ambitnego, którego komercyjny wymiar nie jest do końca wymierny.

Jestem przekonana, że dzięki programowi MEDIA powstają w tej chwili w Europie najważniejsze i najwartościowsze filmy.



MARIA BLICHARSKA

Producentka filmowa, współzałożyła Donten & Lacroix Films w Warszawie w 2006 roku oraz Blick Productions w Paryżu w 2015. Członkini Europejskiej Akademii Filmowej, Francusko-Niemieckiej Akademii Filmowej, ACE Producers, EAVE, Eurodoc, SPI France, Polskiej Gildii Producentów, KIPA oraz Producer on the Move Cannes 2017.

Pracę w branży filmowej rozpoczęła w 2002 jako kierownik produkcji, następnie jako koordynator koprodukcji międzynarodowych oraz niezależny producent w Polsce i we Francji. Jej ostatnie dwie koprodukcje miały premiery w Cannes: „Szron” („Frost”) reż. S. Bartas (LT/UA/FR/PL) w Directors Fortnight 2017, „Znam kogoś, kto cię szuka” („Crache Coeur”) reż. J. Kowalski (FR/PL) w Acid 2015.

„Udowodnić naszym i zagranicznym czytelnikom, że literatura krajów nadbałtyckich w swoim bogactwie i różnorodności zawiera również pierwiastki wspólne” – rozmowa z Fabianem Cieślikiem, redaktorem naczelnym gdańskiego wydawnictwa Marpress

We wrześniu poznaliśmy wyniki ostatniego w tej edycji programu Kreatywna Europa (2014–2020) konkursu wniosków w obszarze grantowym Tłumaczenia literackie, wspierającym przekłady i promocję europejskiej fikcji literackiej. Dofinansowanie otrzymało 60 projektów z całej Europy, w tym pięć projektów opracowanych i realizowanych przez polskich wydawców: Wydawnictwo Tatarak, Wydawnictwo Format, Wydawnictwo Marpress sp. z o.o., Widnokrąg s.c. oraz Fundację Tranzyt. Dzięki tak ogromnemu sukcesowi polskich wnioskodawców Polska jest, obok Hiszpanii, Macedonii Północnej i Serbii, w ścisłej czołówce państw z największą liczbą dofinansowanych w tym terminie projektów Tłumaczeń literackich.



©Anne Helmond, Flickr, CC BY-NC-ND 2.0

Zapraszamy do lektury rozmowy z Fabianem Cieślikiem, redaktorem naczelnym wydawnictwa Marpress sp. z o.o., które właśnie rozpoczyna realizację projektu „Baltic Series”.

Jak zrodził się pomysł na projekt pakietu przekładów „Baltic Series” w ramach Tłumaczeń literackich?

Parę lat temu w wydawnictwie powstał pomysł na nową serię „Bałtyk”, która przedstawiałaby niedoreprezentowaną literaturę krajów basenu Morza Bałtyckiego. Ze świecą szukać powieści estońskich, łotewskich czy nawet skandynawskich, innych niż zazwyczaj tłumaczone kryminały i literatura sensacyjna. Co więcej, nawet w językach niemieckim czy rosyjskim jest mnóstwo genialnych tytułów, których nie możemy przeczytać po polsku. Kilku zaprzyjaźnionych wydawców i tłumaczy od początku nam powtarzało, że pomysł na serię „Bałtyk” to idealny materiał na projekt w programie Kreatywna Europa. Gdy więc tylko pojawił się komunikat o naborze projektów, przystąpiliśmy do pisania wniosku, a dzięki umowom z wieloma autorami i agencjami mogliśmy skomponować atrakcyjną listę przekładów i świetny zespół tłumaczy.

Według jakiego klucza dobrali Państwo tytuły do projektu „Baltic Series”?

Większość tytułów w ramach „Baltic Series” to wybór naszych wspaniałych tłumaczy, którzy poznawszy założenia serii, zaproponowali nam najlepsze książki, aż „wołające”, by je przetłumaczyć na język polski. Tak powstała lista niezwykle atrakcyjnych i ważnych tytułów.

Czy to Państwa pierwsze spotkanie z programem Kreatywna Europa?

Jest to nasz pierwszy wniosek do programu Kreatywna Europa. Do wzięcia udziału w nim namówili nas zaprzyjaźnieni wydawcy, którzy uczestniczyli w programie na przestrzeni ostatnich lat.

Co było największym wyzwaniem podczas przygotowywania wniosku o dofinansowanie?

Największym wyzwaniem, oprócz pracy nad pisaniem wniosku, w ciągu kilku ostatnich dni przed złożeniem projektu było dopięcie negocjacji z autorami zagranicznymi przy jednoczesnej rezerwacji czasu naszych tłumaczy. Ponadto nie pomagała praca w trybie lockdownu, a poza tym nie doszacowaliśmy czasu, jaki trzeba będzie poświęcić na napisanie wniosku i uratowało nas właściwie to, że ostateczny termin złożenia wniosku został przesunięty o miesiąc.

Czy pandemia COVID-19 pokrzyżowała realizację projektu? Jak mierzą się Państwo z tym wyzwaniem?

Pandemia dołożyła nam stresu w trakcie przygotowywania wniosku, przez co w efekcie trudno nam było spać spokojnie. Dziś, po przyznaniu grantu, jesteśmy już oswojeni zarówno z pandemią, jak i z naszym projektem, którego wymagania i etapy są dla nas klarowne. Największą niewiadomą pozostaje uczestnictwo w targach krajowych i zagranicznych, ale ponieważ coraz częściej pojawiają się edycje targów online, mamy nadzieję, że w razie kryzysu pozwolą one zaprezentować nasze książki krajowym i niemieckim czytelnikom w kolejnych latach.

Jak będą Państwo promować wydawane w ramach pakietu tytuły? W jaki sposób planują docierać do czytelników, nie tylko polskich, lecz także zagranicznych?

W promocji stawiamy na współpracę z doświadczonymi firmami, ale też na nowatorskie rozwiązania – poczynając od definiowania grup docelowych czytelników przy użyciu algorytmów sztucznej inteligencji stworzonych przez spółkę Literacka z Olsztyna, poprzez tworzenie niestandardowych planów marketingowych przy wsparciu agencji Projekt PR z Gdańska, po analizę sprzedaży i ruchu w sieci dzięki narzędziom opracowanym przez zespół specjalistów z firmy ProjectUP z Gdyni.

Chcielibyśmy udowodnić naszym i zagranicznym czytelnikom, że literatura krajów nadbałtyckich w swoim bogactwie i różnorodności zawiera również pierwiastki wspólne, które wypływają m.in. z doświadczenia historycznego, ekonomicznego, ale także przeplatających się mitologii i wierzeń.

W projekcie przewidują Państwo wykorzystanie technologii cyfrowych w promocji wydawanych tytułów, a także pracy tłumaczy i literatury państw regionu Morza Bałtyckiego – z jakich narzędzi czy kanałów komunikacji będą Państwo korzystać?

Tłumacze i tłumaczki w naszym projekcie odgrywają kluczową rolę. W większości wskazali tytuły i przez to pełnią funkcję swoistych ambasadorów serii „Bałtyk”. Wiedzą najlepiej, do kogo książka trafiła na rodzimym rynku i w jaki sposób pokierować jej promocją na rynku polskim czy niemieckim.

Z pewnością media społecznościowe odgrywają ważną, jeśli nie najważniejszą rolę w promocji. Poprzez posty, podcasty, a także krótkie formy filmowe zamierzamy docierać do szero-

kiej grupy odbiorców. Wraz z firmą Goodbooks blisko współpracujemy z bibliotekami i klubami książek w całej Polsce. Z kolei media tradycyjne to miejsce na pogłębione recenzje czy analizy naszych książek. Zupełnie wyjątkowym pomysłem na promocję jest wyjście z tytułami poza rynek książki w ogóle. Pracujemy nad stworzeniem osobnego produktu – czy to w formie kabaretu, malarstwa, teatru Kamishibai, filmu, czy piosenki.

Kiedy będziemy mogli znaleźć w księgarniach pierwsze tytuły wydane w ramach „Baltic Series”?

Jeśli nic nie stanie nam na przeszkodzie, głośna i nagradzana książka litewskiej pisarki Dainy Opolskaitė „Piramidy dnia” w tłumaczeniu Kamila Peceli powinna ukazać się do końca maja przyszłego roku. Marzymy o premierze na Warszawskich Targach Książki, więc trzymajcie kciuki, by pandemia jak najszybciej odpuściła i pozwoliła spotkać się z czytelnikami na żywo.

Dziękujemy serdecznie za rozmowę i życzymy Państwu wielu sukcesów w realizacji zaplanowanych przedsięwzięć!



FABIAN CIEŚLIK

Wydawca, redaktor naczelny, charakterologiczny odkrywca łączący ludzi. Absolwent Politechniki Wrocławskiej oraz Uniwersytetu SWPS, przez wiele lat pracował w korporacjach, by ostatecznie poświęcić się swojej największej pasji – książkom. Od czterech lat właściciel wydawnictwa Marpress, które wraca do swoich korzeni oraz przebija się do świadomości szalonego rynku wydawniczego. W Marpressie rozpoczął jako korektor, redaktor, specjalista od promocji i sprzedaży, co pozwoliło mu poznać działanie wydawnictwa od podszewki. W 2018 roku podjął się całkowitej przemiany marki wydawnictwa, włączając w to nowe logo, wdrożenie nowej strategii komunikacji wizualnej, strony www i księgarni internetowej. Współpraca z doświadczonymi autorami i odkrywanie debiutantów, pielęgnowanie bogatego trzydziestoletniego dorobku wydawnictwa oraz dbanie o jego dalszy rozwój to jego wyzwania na dziś. Śluzak osiadły na Wybrzeżu, uważny czytelnik, zrównoważony podróżnik, rozważny konsument o minimalnym śladzie węglowym, miłośnik dziejów Pomorza i Śląska.

KRAJE BAŁTYCKIE pomimo różnic społeczno-ekonomicznych łączy wspólna mitologia, historia, kultura i gospodarka. Jednak gdy chodzi o języki i literaturę, dzieli je ogromna przepaść. Celem projektu jest odblokowanie i ożywienie wymiany kulturowej pomiędzy sąsiadującymi społeczeństwami dzięki pokazaniu bogactwa literatury z jej podobieństwami i różnicami, które czynią naszą bałtycką rodzinę wyjątkową. Dzięki projektowi czytelnicy poznają wysokiej jakości literaturę tworzoną przez najlepszych autorów krajów nadbałtyckich.

W projekcie zaplanowano tłumaczenia z ośmiu języków: litewskiego, łotewskiego, estońskiego, fińskiego, szwedzkiego, norweskiego, duńskiego na polski oraz z polskiego na niemiecki. Wśród dziesięciu książek znajdują się książki dla dzieci i młodzieży, opowiadania, proza poetycka i powieści. Oprócz druku, książki ukażą się też w formie ebooka i audiobooka. W projekcie przewidziano szeroką promocję przekładów, ze szczególnym uwzględnieniem kanałów i narzędzi cyfrowych. „Baltic Series” będzie obecne na targach książki i wydarzeniach literackich w kraju i za granicą.

tłumaczymy
literaturę



seria Bałtyk

European Film Factory – kino może być szkołą

26 sierpnia ruszyła dofinansowana w programie Kreatywna Europa europejska platforma edukacyjna European Film Factory.

European Film Factory to innowacyjne narzędzie edukacyjne, mające na celu pomóc nauczycielom i uczniom z całej Europy w odkrywaniu europejskiego kina. Projekt przygotowywany był przez Institut Français we współpracy z Arte Education oraz European Schoolnet.

Priorytetem European Film Factory jest pomoc w stworzeniu europejskiej społeczności nauczycieli i uczniów przy wykorzystaniu dziedzictwa kinematograficznego. Celem projektu jest podnoszenie poziomu świadomości na temat znaczenia edukacji filmowej, odkrywanie różnorodności i bogactwa europejskiego kina oraz odmłodzenie publiczności sal kinowych.

Filmy dostępne w katalogu to arcydzieła kina europejskiego, które zostały wytypowane przez europejskie jury złożone z profesjonalistów zajmujących się edukacją filmową i ekspertów z branży filmowej. Tytuły te zostały wybrane w celu podniesienia świadomości młodego pokolenia na temat historii Europy, a także bardziej współczesnych zagadnień. Każdy film dostępny jest z przewodnikiem edukacyjnym stworzonym przez grupę nauczycieli-wolontariuszy, koordynowanych przez European Schoolnet.

Obecnie, katalog zawiera 10 filmów: brytyjski „Billy Eliott” (reż. Stephen Daldry), francuski „400 batów” (reż. Francois

Truffaut), włoski „La Strada” (reż. Federico Fellini), niemiecki „Good Bye, Lenin” (reż. Wolfgang Becker), grecki „Stella” (reż. Mihalis Kakogiannis), szwedzki „Historia miłosna” (reż. Roy Andersson), rumuński „12:08 na wschód od Bukaresztu” (reż. Corneliu Porumboiu), a także koprodukcję polsko-niemiecko-francuską „Europa, Europa” (reż. Agnieszka Holland), hiszpański dokument „En Tierra Extremeña” (reż. Iciar Bollain) oraz irlandzko-francusko-belgijską animację „Sekret księgi z Kells” (reż. Tomm Moore, Nora Twomey).

Platforma zawiera nie tylko katalog europejskich filmów do wykorzystania przez nauczycieli podczas lekcji, ale także gotowe przewodniki pedagogiczne, pozwalające na odkrywanie i pogłębianie wiedzy na temat wyselekcjonowanych filmów. Platforma umożliwia tworzenie fragmentów wideo i map myśli czy wprowadzanie notatek dotyczących filmów i udostępnianie ich klasie, dzięki wykorzystaniu interaktywnych narzędzi.

Platforma dostępna jest w ośmiu językach (niemieckim, angielskim, hiszpańskim, francuskim, greckim, włoskim, polskim i rumuńskim) do bezpłatnego wykorzystania na terenie całej Unii Europejskiej.

Projekt dofinansowany jest w komponencie MEDIA programu Kreatywna Europa w schemacie Edukacja filmowa.



EKRAN+ 2020 – europejskie kino mimo wszystko

Tegoroczna edycja programu EKRAN+ udowodniła, że pasja tworzenia europejskiego kina to siła, której nie można zatrzymać. Twórcy dziewięciu projektów z Polski, Szwajcarii, Chorwacji, Litwy, Austrii i Hiszpanii pracowali nad developmentem filmów z zastosowaniem wszelkich zasad narzuconych przez światową pandemię COVID-19. Konsultacje online, mistrzowskie wykłady wirtualne i bezpieczne plany filmowe – 16. edycja programu za nami.

Na czym polega „EKRAN+”?

EKRAN+ to 22-dniowy projekt skierowany przede wszystkim do reżyserów oraz scenarzystów-reżyserów, oparty na profesjonalnym programie szkoleniowym, skupiający się na wizualizacji przyszłego filmu uczestników. Jest ona opracowywana dzięki połączeniu trzech głównych elementów: scenariusza, realizacji audiowizualnych wykonanych podczas kursu i współpracy z innymi profesjonalistami zaangażowanymi w powstawanie filmu. EKRAN+ pozwala uczestnikom na znalezienie i dopracowanie właściwego tonu oraz wizualnego języka przyszłego filmu. Celem kursu jest rozwój scenariuszy i treatmentów uczestników oraz realizacja dwóch scen z każdego scenariusza bądź treatmentu. Każdy z projektów jest reprezentowany przez zespół kreatywny składający się z reżysera (albo scenarzysty-reżysera), scenarzysty (albo współscenarzysty), autora zdjęć i producenta. EKRAN+ opiera się na pracy zespołowej profesjonalistów z różnych dziedzin filmowych. Głównymi uczestnikami są europejscy reżyserzy lub scenarzyści-reżyserzy, którzy mają już na koncie film pełnometrażowy albo kilka krótkometrażowych. Uczestnikami aplikującego zespołu są: reżyser lub reżyser-scenarzysta, scenarzysta lub współscenarzysta, producent zaangażowany w projekt, operator.

EKRAN+ wspierany przez program Unii Europejskiej Kreatywna Europa, komponent MEDIA, jest wspólnym projektem Wajda Studio i Szkoły Wajdy, Fundacji Focal (Szwajcaria), Austriackiego Instytutu Filmowego, Chorwackiego Funduszu Audiowizualnego, Litewskiego Centrum Filmowego ze wsparciem Fundacji Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Zespół opiekunów kursu składa się z profesjonalistów z całej Europy. Wśród nich znaleźli się: Wojciech Marczewski – dyrektor programu EKRAN+, Paweł Pawlikowski, Jerzy Zieliński, Krzysztof Zanussi (Polska), Ildikó Enyedi (Węgry), Antoine Jaccoud (Szwajcaria), Udayan Prasad, Marilyn Milgrom, Margaret Glover (Anglia), Denijal Hasanović (Bośnia). Wykładowcami EKRAN+ byli także: Andrzej Wajda, Volker Schlöndorff, Aleksandr Sokurov, Witold Stok, Jan Fleischer, Filip Bajon, Ernest Bryll, Nigel Orrillard, Zbigniew Brzoza, Milenia Fiedler, Zbigniew Gruz, Mamoun Hassan, Marek Hendrykowski, Sławomir Idziak, Maciej Karpiński, Edward Kłosiński, Mateusz Rakowicz, Stanisław Różewicz, Ralph Schwingel, Maciej Strzembosz, Bob Swain, Alan Fountain, Claire Downs, Jacques Akchoti i Edward Żebrowski. Specjalnymi gośćmi programu byli: Ryszard Kapuściński, Alan Starski i Jan A.P. Kaczmarek (Polska).



Nowe kino europejskie

W tegorocznej edycji wzięło udział dziewięć projektów z Polski, Szwajcarii, Chorwacji, Litwy, Austrii i Hiszpanii.

„The Graduates” reż. Hrvoje Mabić (Chorwacja)

Idealistyczny nastolatek zakochany w sztuce bierze udział w szalonym oszustwie internetowym, aby pomóc ojcu hazardziście. Jest nieświadomy tego, że należy do grupy nastolatków, którzy zmienią bieg historii.

„Falling” reż. Samuel Perriard (Szwajcaria/Niemcy)

Adam i Helena od lat spędzają wakacje razem z przyjaciółmi w południowych Włoszech nad morzem. Kiedy ich syn Finn upada i traci przytomność w drodze do domu z plaży, wszyscy uczestnicy wycieczki są w szoku. Chociaż następnego dnia chłopiec czuje się dobrze, incydent nadal ma wpływ na wszystkich, a jego rodzice są kompletnie nieprzygotowani na kryzys w ich związku.

„Renovation” reż. Gabrielė Urbonaitė (Litwa)

Para dwudziestolatków wprowadza się razem do pozornie idealnego mieszkania, ale renowacja budynku rozbija iluzję doskonałości.

„The Little Loves” reż. Celia Rico Clavellino (Hiszpania)

Jest lato i Teresa wprowadza się do Ani, starszej matki, która złamała nogę i potrzebuje opieki. Wspólne życie na wsi po wielu latach wydaje się teraz nie do zniesienia, ale jest również konieczne dla obu kobiet. Film bada związek kobiety z jej starzejącą się matką, która chciałaby, aby jej 42-letnia córka osiedliła się i założyła rodzinę. Ale Teresa, bezdzietna i nie posiadająca stałego partnera, nie zamierza rezygnować z niezależności.

„The Bear Peak” reż. Filip Filković, sc. Dora Šustić (Chorwacja)

Dwóch braci zagubionych w górach będzie musiało nauczyć się ufać sobie nawzajem, aby przeżyć. Im wyżej w górę, tym bardziej zdradliwa jest ich ścieżka.

„Basen” / „Swimming Pool” reż. Filip Malinowski (Polska)

Trzydziestoletnia Julia, która na co dzień pracuje jako ratowniczka na basenie, traci ojca i chłopaka. Próbuąc przeżyć ból, dołącza do klubu strzeleckiego, w którym popełnia akty przemocy. To oddziela ją od przyjaciół, ale wymaga od niej odwagi, by w końcu poszła własną drogą.

„Orunia 4ever” reż. Elżbieta Benkowska (Polska)

W upadającej komunistycznej Polsce dwaj młodzi chłopcy założyli pierwszą polską niezależną telewizję, która integruje lokalną społeczność, ale ostatecznie psuje ich przyjaźń.

„Pokój z widokiem na morze” / „Room with a sea view”

reż. Mateusz Bednarkiewicz (Polska)

Liza to młoda dziewczyna z Ukrainy, która boi się niepodległości. Wpada w dziwną relację z matką chłopca, którego przypadkowo spotkała. Pod nieobecność jego narzeczonej zaczyna żyć życiem innej kobiety.

„Tak ma być” / „Let It Be” reż. Łukasz Grzegorzek (Polska)

Czterdziestopięcioletnia Joanna to kochającą matką, wspierającą żoną i znakomitą nauczycielką. Ale prowadzi podwójne życie. Pewnego dnia otrzymuje anonimową notatkę, w której szantażysta żąda, by wyznała swoje grzechy przed całą szkołą.

Filmowcy w obliczu pandemii

Światowy kryzys zdrowotny związany z pandemią COVID-19 niezwykle mocno uderzył w przemysł filmowy. Wpłynął także na kształt tegorocznej edycji EKRAN+. Dla programu, którego najważniejszym elementem są spotkania twórców, czy to w trakcie analiz, konsultacji, czy na planie, kontynuacja pracy nad nowymi europejskimi filmami była nie lada wyzwaniem. Na szczęście pasja do kina zwyciężyła. Zarówno uczestnicy, jak i tutorzy niezwykle sprawnie zaadaptowali się do nowej rzeczywistości i bezpiecznych warunków pracy stworzonych przez Wajda Studio, dzięki czemu rozwijane projekty były na wysokim poziomie, do jakiego przyzwyczyli nas poprzednie edycje programu.

Pierwsza sesja EKRAN+ 2020 rozpoczęła się 2 marca w Wajda Studio. Uczestnicy zaprezentowali projekty i po raz pierwszy analizowali scenariusze pod opieką tutorów: Wojciecha Marczewskiego, Udayana Prasada i Denijala Hasanovicia. Drugiego dnia mieli okazję spotkać się i przedyskutować wizualną reprezentację swoich filmów z tutorami i uznaną na całym świecie producentką filmową Roshanak Behesht Nedjad. Sesja została zakończona przygotowaniem do kolejnego etapu programu – pracy nad planem. Uczestnicy spotkali się ze scenografem i reżyserem obsady, aby wybrać aktorów do sceny, nad którą pracowali podczas programu.

Druga sesja EKRAN+ rozpoczęła się 31 sierpnia 2020 roku. Zachowując wszystkie środki bezpieczeństwa związane z COVID-19, Wajda Studio przywitało uczestników, którzy przyjechali do Warszawy, by dalej pracować nad rozwojem scenariuszy i kręcić pierwsze sceny pod opieką tutorów: Wojciecha Marczewskiego, Denijala Hasanovicia i Ildikó Enyedi, która poprowadziła również wykład mistrzowski poświęcony jej

nowemu obrazowi. Młodzi filmowcy mieli okazję skonsultować scenariusze z Pierre'em Agthe'em (wcześniej, w kwietniu, uczestnicy omówili scenariusze online z Margaret Glover). Spotkania zakończyły się dyskusją na temat zmontowanych przez nich scen oraz przygotowaniem do finałowej sesji.

W dniach 19–27 października odbyła się trzecia i ostatnia sesja tegorocznej edycji EKRAN+. Część zajęć i konsultacji odbyła się online, a liczba osób obecnych na planach filmowych została ograniczona tak, aby stworzyć uczestnikom i ekipom filmowym bezpieczne warunki do pracy. Pierwszego dnia uczestnicy razem z Wojciechem Marczewskim, Denijalem Hasanoviciem i Udayanem Prasadem omówili zrealizowane sceny. W kolejnych dniach odwiedzili lokalizacje zdjęciowe, dokonali poprawek w scenariuszach, sporządzili storyboardy, wzięli udział w próbach z aktorami. Zamknięciem cyklu indywidualnych konsultacji scenariuszy i treatmentów odbytych przez reżyserów i scenarzystów z Margaret Glover, Antoine'm Jaccoudem oraz Pierre'em Agthe'em były rozmowy z tutorami. Wydarzeniem ostatniej sesji był zamknięty, przygotowany specjalnie dla uczestników EKRAN+ 2020 mistrzowski wykład online prowadzony przez Volkera Schlöndorffa.

Sceny nakręcone podczas trzeciej sesji w największym stopniu mogą odzwierciedlać wizję reżyserów – uczestników programu (specjalnie dobrani aktorzy, lokalizacja, rekwizyty, styl zdjęć) oraz być traktowane przez nich i ich producentów jako demo, „wizualne laboratorium”, materiał towarzyszący scenariuszowi czy też część pakietu producenckiego podczas poszukiwania źródeł finansowania filmu.

Chcesz tworzyć nowe europejskie kino? Dołącz do kolejnej edycji EKRAN+: www.ekranplus.eu.



Warsztaty EKRAN+ 2020, maj. Wajda Studio i Szkoła Wajdy



Kreatywna
Europa

Program Kreatywna Europa 2021-2027

*Wsparcie dla sektorów
kultury i kreatywnych*

Wkrótce!

www.kreatywna-europa.eu

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.



Kreatywna
Europa

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu