

Creative
Europe
Desk Polska

nr 3/2022

Magazyn

Creative Europe Desk Polska



03

VARIA

- 03 7. Europejski Dzień Kina Artystycznego
- 04 Europa Nostra Awards – współtworzony przez Polskę projekt Silknow wśród tegorocznych zwycięzców *grand prix*
- 06 Music Moves Europe i MusicAIRE – wsparcie europejskiego sektora muzyki
- 08 Artyści nominowani do Music Moves Europe Awards 2023
- 08 Projekty współpracy europejskiej – wyniki 2022
- 18 Filmteractive Festival – za nami 12. edycja konferencji o sztuce, nowatorskim marketingu i nowych technologiach
- 20 Spotkania informacyjne programu Kreatywna Europa
- 22 Animarkt Stop Motion Forum 2022

09

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 09 Porozmawiajmy o... ekologii w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego
- 12 Gdynia Industry – konferencja „Planet Placement. Need for Content on Sustainability vs Sustainable Production”
- 14 Warsztaty „Od pomysłu... do projektu”
- 15 Współpraca Creative Europe Desks na WOMEX – Worldwide Music Expo 2022
- 16 European Writers Desk – międzynarodowa inicjatywa dla scenarzystów

24

ROZMOWY

- 24 Rozmowa z Zosią Horszczaruk, head of industry, Kids Kino Industry
- 27 Culture Moves Europe – nowy program mobilności

30

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 30 Porozmawiajmy o szkoleniach: CEE Animation

Szanowni Państwo,

na Państwa ręce składamy trzeci i ostatni w 2022 roku numer „Magazynu CED Polska”. Nieodmiennie jesień była dla nas bardzo aktywnym okresem, pełnym spotkań i wydarzeń. W ostatnich miesiącach przygotowaliśmy dla Państwa debaty na ważne dla sektora tematy, warsztaty z pracy nad projektem oraz spotkania informacyjne o programie Kreatywna Europa. Byliśmy partnerem konferencji poświęconej zrównoważonej produkcji, organizowanej w ramach Gdynia Industry, festiwalu Filmteractive dotyczącego połączenia sztuki, nowatorskiego marketingu i nowych technologii, a także jedyne na świecie wydarzenia branżowego poświęconego w całości animacji poklatkowej – Animarkt Stop Motion Forum. Aktywnie współpracowaliśmy z europejską siecią Creative Europe Desk podczas WOMEX, najważniejszych targów *world music* w Europie, a także łącząc scenarzystów z całej Europy w ramach inicjatywy European Writers Desk. Wszystkie te działania przybliżamy Państwu w ramach sekcji „Inicjatywy i współorganizacje”.

W tym wydaniu naszego magazynu rozmawiamy z Zofią Horszyczaruk, head of industry Kids Kino Industry, która tłumaczy, jak silne relacje na arenie międzynarodowej mogą pomóc w budowaniu rozpoznawalności w branży. O nowym programie mobilności Culture Moves Europe opowiada Małgorzata Szlendak, specjalistka ds. projektów w Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji, Młodzieży, Sportu i Kultury Komisji Europejskiej. W tym numerze przeczytają Państwo również krótką rozmowę z Kamilą Knap, założycielką Fundacji onEarth, tworzącą programy aktywnej nauki w zakresie świadomości ekologicznej i naszej relacji z naturą, jednego z beneficjentów inicjatywy MusicAIRE.

Tradycyjnie na łamach magazynu znajdują Państwo także informacje o nominowanych i zwycięzcach w ramach wybranych konkursów i inicjatyw realizowanych przez Komisję Europejską oraz zapoznają się z kolejnym kwestionariuszem w ramach cyklu „Porozmawiajmy o szkoleniach”.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury w chłodne wieczory!
Zespół Creative Europe Desk Polska



7. Europejski Dzień Kina Artystycznego



13 listopada obchodziliśmy 7. Europejski Dzień Kina Artystycznego. Inicjatywa promująca kino europejskie realizowana jest od 2016 roku. Od tego czasu Europejski Dzień Kina Artystycznego odbył się w ponad 700 kinach w przeszło 40 krajach na całym świecie, także w Polsce.

W tym roku pokazy w ramach inicjatywy zobaczyć można było m.in. w krakowskim kinie Pod Baranami, wrocławskim kinie Nowe Horyzonty czy warszawskiej Wiśle, a także w innych kinach studyjnych i lokalnych w mniejszych miastach.

Europejski Dzień Kina Artystycznego ma na celu promocję i zwiększenie widoczności europejskich filmów artystycznych, a także budowanie ich publiczności, oraz wzmocnienie pozycji kin lokalnych i studyjnych. Wydarzenie to prawdziwe święto kina. W tym roku program obejmował nie tylko projekcje premierowe i przedpremierowe nowych europejskich filmów, lecz także pokazy klasycznych tytułów, panele dyskusyjne, wystawy, spotkania Q&A z twórcami oraz programy dla dzieci i młodzieży.

Co roku mianowani są również ambasadorzy wydarzenia, którzy wspierają inicjatywę i biorą udział w niektórych elementach ogólnoswiatowego programu. Podczas 7. edycji Europejskiego Dnia Kina Artystycznego byli to Lukas Dhont, Alice Diop, Emily Atef, Pilar Palomero, Valerio Mastandrea oraz reżyserka nagrodzonego na 47. Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni filmu „The Silent Twins” Agnieszka Smoczyńska.

Europejski Dzień Kina Artystycznego jest inicjatywą Międzynarodowej Federacji Kin Artystycznych CICAIE, która realizowana jest przy wsparciu programu Kreatywna Europa, komponentu MEDIA, w partnerstwie z siecią Europa Cinema. W Polsce partnerem wydarzenia jest Stowarzyszenie Kin Studyjnych.



Europa Nostra Awards – współtworzony przez Polskę projekt Silknow wśród tegorocznych zwycięzców *grand prix*

26 września w Pradze uhonorowano zwycięzców **Nagród Europejskiego Dziedzictwa – Europa Nostra Awards 2022**, najwyższego europejskiego wyróżnienia w obszarze dziedzictwa. Uroczystość odbyła się z udziałem Marii Gabriel, komisarz ds. innowacji, badań, kultury, edukacji i młodzieży, Martina Baxy, ministra kultury Republiki Czeskiej, który pełni również funkcję przewodniczącego odpowiedzialnej za kulturę Europejskiej Rady Ministrów, oraz Hermanna Parzinger, prezydenta wykonawczego Europa Nostra. Wydarzenie zgromadziło około 600 specjalistów, wolontariuszy, miłośników i sympatyków dziedzictwa z całej Europy, w tym także dużą grupę młodych ludzi.

Podczas uroczystości przedstawiciele Komisji Europejskiej i Europa Nostra z dumą zaprezentowali pięciu laureatów *grand prix*, a minister kultury Republiki Czeskiej ogłosił zwycięzcę nagrody publiczności. Zostali oni wybrani spośród 30 tegorocznych wyjątkowych osiągnięć w obszarze dziedzictwa z 18 krajów Europy.

Laureatami *grand prix* 2022 zostali:

Silknow, FRANCJA / NIEMCY / WŁOCHY / POLSKA / SŁOWENIA / HISZPANIA

obszar: **innowacja**

W ramach tego projektu badawczego, wspieranego przez program Horyzont 2020, powstał kompleksowy, inteligentny system obliczeniowy, wykraczający poza dotychczasowe rozwiązania technologiczne, który poprawia nasze rozumienie i poszerza wiedzę o europejskim dziedzictwie jedwabiu.

„Silknow stworzył innowacyjny system ułatwiający przekazywanie wiedzy o tkaniu jedwabiu. Projekt ten stanowi ważny przykład tego, jak rzemiosło, a tym samym dziedzictwo niematerialne, można powiązać z narzędziami cyfrowymi i jak te narzędzia można wykorzystać do demokratyzacji dostępu do wiedzy technicznej. Tezaurusz uczenia maszynowego projektu jest szczególnie interesujący i ma potencjał do zastosowania w innych obszarach badań” – stwierdziło jury.

W latach 2018–2021 w ramach projektu wyprodukowano narzędzia cyfrowe, aby lepiej zrozumieć i chronić europejskie dziedzictwo jedwabiu. Silknow pomaga zachować niematerialne dziedzictwo starożytnych technik tkackich i wykorzystuje istniejące cyfrowe informacje o jedwabiu do badania, prezentowania i zachowania cyfrowych kolekcji jedwabiu. Użytkownicy mogą uzyskać dostęp do zbiorów poprzez wyszukiwarkę eksploracyjną, mapy przestrzenno-czasowe i wizualne oraz namacalne symulacje 3D. To szerokie podejście jest możliwe dzięki ścisłej współpracy multidyscyplinarnego zespołu z dużą wiedzą specjalistyczną. Stworzono sieć współpracy – od muzeów po młodych projektantów, od technologii po tradycyjne gałęzie przemysłu. Tematyka projektu koncentruje się wokół pojęć takich jak: społeczność, tożsamość, historia, doświadczenia materialne i niematerialne, technologia, wiedza, sztuka oraz rzemiosło dziedziczone z pokolenia na pokolenie.

Partnerzy Silknow: Universitat de València, GARIN 1820 SA i Instituto Cervantes z Hiszpanii, Centre National de la Recherche Scientifique – Lyon 2 i Eurecom z Francji, Universita

Degli Studi di Palermo z Włoch, Instytut Józefa Stefana ze Słowenii, Gottfried Wilhelm Leibniz Universitaet Hannover z Niemiec i Monkeyfab z Polski.

Symphony, HISZPANIA

obszar: **transformacja cyfrowa**

Dzięki wciągającym doznaniom audiowizualnym i wykorzystaniu najnowocześniejszych technologii projekt Symphony zwiększa świadomość muzyki klasycznej wśród nowych pokoleń i przyczynia się do docenienia tego dziedzictwa.

Rivers of Sofia, BUŁGARIA

obszar: **spójność społeczna i dobrostan**

Dzięki pop-upowym interwencjom architektonicznym oraz wydarzeniom kulturalnym i edukacyjnym w ramach tej inicjatywy po raz pierwszy od 80 lat udostępniono publicznie sztuczne koryta rzek Sofii. Projekt zwiększa widoczność rzeki i pomaga stworzyć spójne społecznie środowisko w mieście.

Va' Sentiero, WŁOCHY

obszar: **zrównoważony rozwój i działania na rzecz klimatu**

Trzyletnia, oddolnie zainicjowana, ekspedycja została podjęta przez grupę młodych entuzjastów, którzy przeszli i udokumentowali 8000 km Sentiero Italia, najdłuższego górskiego szlaku turystycznego na świecie. Wzięło w niej udział 3000 uczestników z 10 krajów i wiele lokalnych społeczności. Ta inicjatywa jest potężnym i inspirującym przykładem tego, jak zachęcać do powolnego, zrównoważonego zaangażowania w kwestie dziedzictwa naturalnego i krajobrazu.

Costa Carras †, GRECJA

obszar: **stosunki międzynarodowe**

Przez ponad 50 lat Costa Carras nieustraszenie pracował na rzecz dziedzictwa kulturowego i naturalnego Grecji i Europy, w celu stworzenia bardziej zrównoważonego, włączającego i pięknego świata dla obecnych i przyszłych pokoleń. Carras był wizjonerem ochrony przyrody, wybitnym historykiem i prawdziwym europejskim liderem, który poprzez dziedzictwo łączył i inspirował ludzi na całym świecie.

Zwycięzcy grand prix wybrani zostali przez Komisję Europa Nostra na podstawie opinii niezależnego jury ekspertów. Nagroda pieniężna wynosi 10 tys. euro.

Nagroda publiczności została przyznana ukraińskiemu projektowi Światowy Dzień Wyszywanki, dorocznemu świętu

obchodzonemu na całym świecie, które pomaga zachować słynną haftowaną koszulę (wyszywanke) jako ważny element dziedzictwa narodu ukraińskiego. Ta budząca podziw inicjatywa zdobyła największą liczbę głosów w internetowym głosowaniu, z udziałem prawie 11 tys. obywateli z całej Europy. W tym roku po raz pierwszy zdobywca nagrody publiczności otrzymał nagrodę pieniężną w wysokości 10 tys. euro.

Marija Gabriel, europejska komisarz ds. innowacji, badań, kultury, edukacji i młodzieży, powiedziała: „Nagroda Dziedzictwa Europejskiego honoruje osoby i społeczności za ich wybitne zaangażowanie w zachowanie naszego bogatego dziedzictwa europejskiego. To dzięki ich nieustającej pracy przyszłe pokolenia nadal będą mogły się nim cieszyć i czerpać z niego inspirację”.

Uroczystość wręczenia nagród była kluczowym wydarzeniem Europejskiego Szczytu Dziedzictwa Kulturowego 2022, który odbył się w Pradze 25–27 września w ramach oficjalnego programu czeskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej.

Efektom szczytu jest m.in. „Manifest praski”, zawierający istotne przesłania wydarzenia „dla Europy opartej na wartościach i kulturze”. Zgromadzeni przedstawiciele dziedzictwa publicznego i prywatnego, decydentów na wszystkich szczeblach, młodych specjalistów w dziedzinie dziedzictwa i kultury odnieśli się w nim do aktualnych europejskich wyzwań oraz kluczowej roli kultury i dziedzictwa jako strategicznego zasobu wspierające wartości i dyplomację kulturalną opartą na równości i współpracy międzynarodowej; promującej pokój, solidarność, dialog, postęp społeczny i gospodarczy oraz stabilność.

Więcej informacji: europanostra.org; silknow.eu.

Europa Nostra, obejmująca ponad 40 krajów, jest uznawana za największą i najbardziej reprezentatywną sieć dziedzictwa kulturowego w Europie. Utrzymuje bliskie stosunki z Unią Europejską, Radą Europy, UNESCO i innymi organami międzynarodowymi. **Nagrody Europa Nostra** zostały ustanowione przez Komisję Europejską w 2002 roku. Inicjatywa wspierana jest przez program Kreatywna Europa. Wyróżnienia propagują doskonałość w zakresie dziedzictwa i najlepsze praktyki z nim związane oraz zachęcają do transgranicznej wymiany wiedzy i łączenia ze sobą interesariuszy dziedzictwa w szersze sieci.



Music moves Europe

Music Moves Europe i MusicAIRE – wsparcie europejskiego sektora muzyki

Music Moves Europe to inicjatywa Komisji Europejskiej, która skupia się na europejskim sektorze muzycznym, branży mocno dotkniętej pandemią. Istnieje wyraźna potrzeba integrowania rozmaitych zasobów i wspierania projektów, które przyczyniają się do wzmocnienia rynku operatorów, artystów i profesjonalistów muzycznych, którzy zostali na różne sposoby poszkodowani przez zaistniałe ograniczenia.

Aktualnie Komisja Europejska prowadzi nabór organizacji, które zrealizują działania wspierające zrównoważoną dystrybucję muzyki, m.in. poprzez transmisje na żywo, współpracę z klubami muzycznymi czy eksport muzyki.

Celem naboru jest wyłonienie konsorcjum składającego się z co najmniej dwóch wnioskodawców, z dwóch krajów kwalifikujących się do programu Kreatywna Europa, zdolnego do promowania konkurencyjności, innowacyjności i różnorodności wśród wielu organizacji europejskiego sektora muzycznego, w tym zapewnienia im wsparcia finansowego. Konsorcjum w kolejnych trzech latach będzie realizować działania wspierające kilkadziesiąt projektów:

- program wsparcia finansowego polegający na redystrybucji środków w sektorze muzycznym,
- program działań na rzecz budowania potencjału i zdolności sektora muzyki na żywo, przynoszących mu korzyści.

Nabór jest otwarty do **12 stycznia 2023 roku**. Szczegółowe informacje znajdują się w dokumentacji konkursowej na portalu Komisji, Funding & Tender opportunities, służącym do składania wniosków: ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal.

Poprzez program skierowany do branży muzycznej Komisja Europejska chce wzmocnić silne atuty tego sektora: kreatywność, różnorodność i konkurencyjność. Celem jest opracowanie zintegrowanego podejścia do polityki Unii Europejskiej w dziedzinie muzyki.

Szczegółowe cele Music Moves Europe to:

- promocja kreatywności i innowacyjności,
- ochrona i poszerzenie różnorodności muzyki europejskiej,

- pomoc sektorowi w dostosowaniu się do cyfryzacji i czerpania z niej korzyści,
- trwałe wyjście sektora z kryzysu związanego z covid-19, wspieranie odporności sektora.

W ramach dwuletniej akcji pilotażowej Music Moves Europe (2018–2020, „Wzmacnianie europejskiej różnorodności muzycznej i talentów”) zrealizowany został szereg działań branżowych i projektowych. Jedną z wyłonionych w tym czasie inicjatyw był ramowy projekt MusicAIRE, realizowany przez INOVA+ i Europejską Radę Muzyczną (EMC) – konsorcjum opracowujące i zarządzające dotacjami.

Ogólnym celem MusicAIRE jest pomoc w odbudowie sektora poprzez zaprojektowanie i przetestowanie programu wsparcia, który może sprostać wyzwaniom związanym z pandemią, a jednocześnie wspierać zrównoważony rozwój ekosystemu muzycznego. Projekty finansowane w ramach MusicAIRE przyczynią się również do osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju i uhonorowania pięciu praw muzycznych określonych przez Międzynarodową Radę Muzyczną (IMC) dla dzieci i dorosłych. Są to:

- prawo do wyrażania się muzycznie z całą swobodą,
- uczenie się języków i umiejętności muzycznych,
- dostęp do muzyki poprzez uczestnictwo, słuchanie, tworzenie i informacje.

A dla artystów:

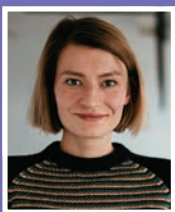
- rozwijanie swojego talentu,
- uzyskiwanie sprawiedliwego i godziwego wynagrodzenia za swoją pracę.

Do konkursu zaproszono organizacje działające w sektorze muzyki, które mają osobowość prawną i są zarejestrowane w kraju uczestniczącym w programie Kreatywna Europa. Granty, w trzech skalach, mieściły się między 15 a 55 tys. euro, natomiast ścieżki tematyczne dotyczyły trzech aspektów: działań proekologicznych, cyfrowych bądź służących spójności społecznej.

Jednym z beneficjentów programu została polska Fundacja onEarth, realizująca działania muzyczne w ramach tematu

green recovery. Inicjatywa skupiała się na idei przededefiniowania planowania, organizacji i produkcji plenerowych imprez muzycznych na małą skalę. Jej głównym celem było ustanowienie nowego paradygmatu zrównoważonej, korzystnej dla klimatu kultury festiwalowej. Podejmując temat ekologiczny, fundacja koncentrowała się na prototypowaniu modelu certyfikacji imprez muzycznych na świeżym powietrzu w trakcie opracowania i produkcji przykładowego wydarzenia. Model i impreza testowa odpowiadają na wyzwania degradacji środowiska, niezrównoważonych wzorców konsumpcji i wrogiego środowiska pracy, często kojarzonego z produkcją festiwalową. Celem jest zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko, dzielenie się narzędziami i wiedzą na temat kultury regeneracji oraz podnoszenie świadomości poprzez partycypacyjne, wspólne i trwałe działania.

Fundacja onEarth tworzy programy aktywnej nauki w zakresie świadomości ekologicznej i naszej relacji z naturą. Jej celem jest zwiększanie świadomości dotyczącej środowiska naturalnego oraz wspieranie adaptacji do zmian klimatycznych. Organizator LIOS labs, rezydencji artystyczno-ekologicznej na Pustyni Błędowskiej w Polsce, OASIS 2027, rezydencji artystyczno-naukowej w Hiszpanii, Polsce i Niemczech oraz Wasteless Land – hackathonu gospodarki cyrkularnej.



Fundacja została założona w 2019 roku w Krakowie przez **Kamilę Knap** – edukatorkę i aktywistkę ekologiczną. Współtworzyła i prowadziła Smogathon, międzynarodowy hackathon mający na celu walkę z zanieczyszczeniem powietrza za pomocą technologii i nauki. Prawniczka i przedsiębiorczyni, jest założycielką Shroom, startupu produkującego innowacyjne produkty z grzybami leczniczymi.

Co zainspirowało Państwa do udziału w konkursie MusicAIRE? W realizacji jakiego pomysłu pomógł Państwu ten program?

Poszukiwaliśmy z fundacją programu, który umożliwi realizację projektu, o którym marzyliśmy od kilku lat – mikrofestiwalu muzyki i zrównoważonych praktyk na Pustyni Błędowskiej. Jeszcze przed rozpoczęciem pandemii chcieliśmy zorganizować takie wydarzenie. Niestety mikroskala przedsięwzięcia, bezkompromisowe podejście do ochrony środowiska oraz ogrom wyzwań logistycznych (wydarzenie odbywało się na piaskach pustyni) były czynnikami, które nas ograniczały. Chcieliśmy potraktować też nasze trudne w produkcji wydarzenie jako przykład, który potem transparentnie będzie informować o praktykach na rzecz środowiska. Gdy doszła do nas informacja o programie MusicAIRE, stwierdziliśmy, że projekt dobrze wpisuje się w cele programu i warto spróbować sił w aplikacji.

Na którą ścieżkę tematyczną konkursu MusicAIRE zdecydowała się Pani fundacja w działaniach programowych?

Zdecydowaliśmy na ścieżkę *green recovery*. Wierzymy, że problemy branży muzycznej związane z pandemią wywołaną przez koronawirusa były ogromną szansą na zmianę podejścia

Działania projektowe obejmują:

- stworzenie wytycznych do plenerowych imprez muzycznych i modelu ich certyfikacji,
- prototypowanie wydarzenia korzystnego dla klimatu – produkcja mikrofestiwalowa,
- upowszechnianie *know-how* i dzielenie się wypracowaną strategią.

Oczekiwane rezultaty:

- publicznie dostępny zestaw wytycznych dotyczących imprezy,
- certyfikat LIOS labs – system certyfikacji potwierdzający spełnienie wytycznych zrównoważonego rozwoju przez innych organizatorów, dostępny w przystępnej cenie,
- prototyp w pełni zrównoważonej imprezy.

i stosowanych praktyk. Dbłość o środowisko powinna być w centrum każdego wydarzenia – stać się nowym paradygmatem.

Samo napisanie wniosku zajęło nam kilka dni. Przygotowując się do tego, obejrzelśmy szkolenie zorganizowane przez Live DMA dostępne na YouTube, przeczytaliśmy dokładnie i ze zrozumieniem regulamin konkursu. Staraliśmy się odpowiadać na pytania spójnie i konkretnie.

Proszę opowiedzieć więcej o realizacji projektu. Czy działałicie Państwo z międzynarodowymi partnerami?

Projekt nie posiadał oficjalnych międzynarodowych partnerów, ale miał zdecydowanie międzynarodowy charakter. Na wydarzeniu obecni byli artyści z kilkunastu różnych krajów oraz publiczność pochodząca z praktycznie całego świata – kilkudziesięciu krajów, nie tylko z Europy (choć, jak wynika z przeprowadzonych podczas wydarzenia ankiet, praktycznie wszyscy obecni na wydarzeniu na co dzień mieszkają na terenie UE).

Jakie kolejne kroki programowe planujecie Państwo podjąć?

Latem zakończyliśmy etap związany bezpośrednio z produkcją wydarzenia muzycznego. Obecnie pracujemy nad zestawem wytycznych, które następnie opublikujemy na naszej stronie internetowej oraz rozesłaliśmy do innych organizatorów wydarzeń. Mamy nadzieję, że nasze doświadczenia i przemyślenia okażą się cenne dla innych organizatorów i wpłyną na zmniejszenie śladu ekologicznego wydarzeń muzycznych. Uzyskanie grantu umożliwiło nam spokojną pracę i przemyślenie wielu ich aspektów. Zamierzamy dzielić się też wiedzą i dobrymi praktykami, co umożliwi innym organizatorom korzystanie z wprowadzanego przez nas modelu certyfikacji wydarzeń.

Czy realizacja projektu zachęciła Państwa do udziału w innych naborach w ramach programu Kreatywna Europa?

Tak, cały proces zdecydowanie zachęcił nas do realizacji naszych kolejnych projektów z pomocą programu Kreatywna Europa.

Więcej informacji: musicaire.eu, culture.ec.europa.eu/sectors/music/music-moves-europe.

Artyści nominowani do Music Moves Europe Awards 2023



Music Moves Europe Awards to nagroda przyznawana wschodzącym europejskim artystom tworzącym muzykę popularną i współczesną. Wyróżnienie ma na celu wspierać ich kariery, rozpoznawalność i pomóc w dotarciu 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, Kodaline, Alvaro Sorel oraz Dua Lipa.

Do nagrody Music Moves Europe Awards 2023 nominowani zostali:

- Amelie Siba (Czechy),
- CMAT (Irlandia),
- eee gee (Dania),
- Goldkimono (Holandia),
- Hause Plants (Portugalia),
- Jerry Heil (Ukraina),
- July Jones (Słowenia),
- Kids Return (Francja),

- Koikoi (Serbia),
- Monikaze (Litwa),
- Oska (Austria),
- Queralt Lahoz (Hiszpania),
- Sans Soucis (Włochy),
- schmyt (Niemcy),
- The Haunted Youth (Belgia).

Spośród nominowanych międzynarodowe jury wybierze pięciu najlepszych twórców i wykonawców, ponadto jeden z nich zostanie uhonorowany nagrodą Grand Jury. Zwycięzców poznamy podczas uroczystości wręczenia Music Moves Europe Awards, która odbędzie się 19 stycznia 2023 roku w Holandii podczas festiwalu Eurosonic. Każdy laureat otrzyma nagrodę w wysokości 10 tys. euro, a zwycięzca nagrody Grand Jury otrzyma dodatkowo zielony kupon turystyczny o wartości 5 tys. euro. Poza tym jednemu z nominowanych artystów, wyłonionemu podczas głosowania online, wręczona zostanie nagroda publiczności.

Projekty współpracy europejskiej – wyniki 2022

W październiku tego roku opublikowane zostały wyniki drugiego naboru wniosków w obszarze Projekty współpracy europejskiej w ramach obecnej edycji programu Kreatywna Europa. W sumie złożonych zostało blisko 700 aplikacji ze wszystkich krajów biorących udział w programie.

Najwięcej wniosków wpłynęło z Włoch (127), Hiszpanii (49), Francji (48) i Niemiec (34). Z Polski zostało złożonych 30 aplikacji, w których rodzimy podmiot występował w roli lidera. Wśród wszystkich nadesłanych propozycji w roli partnera projektu pojawiło się aż 115 organizacji z naszego kraju.

Zgodnie z wytycznymi każdy projekt musi realizować przynajmniej jeden z priorytet z listy narzuconej przez grantodawcę. W tym roku najwięcej, bo aż 28% złożonych projektów, skupiało się na rozwoju publiczności. Następnie wnioskodawcy wybierali działania związane ze wzmocnieniem współpracy międzynarodowej (23%), a na trzeciej pozycji (18%) pojawił się priorytet dotyczący włączania społecznego. Najwięcej propozycji projektów dotyczyło międzynarodowych działań w sektorach muzyki, sztuki w przestrzeni publicznej oraz teatru.

Finalnie wśród nadesłanych propozycji eksperci wybrali 169 aplikacji. Wśród dofinansowanych projektów znalazło się aż 8 projektów, koordynowanych przez polskie podmioty:

- Stowarzyszenie Teatr Brama,
- Stowarzyszenie Pogotowie Kulturalno-Społeczne,

- Akademię Górniczo-Hutniczą w Krakowie,
- Związek Kompozytorów Polskich Stowarzyszenie,
- Fundację Alternatywnych Inicjatyw Edukacyjnych,
- Design-Crit Marcin Wawrzekiewicz,
- Fundację Inna Przestrzeń,
- Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie.

Dodatkowo 32 instytucje i organizacje z sektora kultury będą realizowały projekty w roli partnerów – są to m.in. Fundacja Art Transparent, Polskie Stowarzyszenie Komiksowe, Fundacja WRO Centrum Sztuki Mediów, Fundacja Ochrony Krajobrazu, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Muzeum Narodowe w Gdańsku, Teatr Rozmaitości, Wrocławski Instytut Kultury.

Pod względem liczby liderów i partnerów projektów Polska znalazła się na 8. miejscu wśród pozostałych krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa.

Wszystkim nowym beneficjentom programu Kreatywna Europa serdecznie gratulujemy!



Kreatywne debaty
Porozmawiajmy o...

**ekologii
w kulturze**

20 września 2022, online

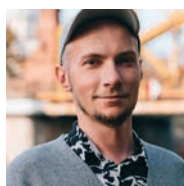
Porozmawiajmy o... ekologii w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego

Jednymi z priorytetów programu Kreatywna Europa są zrównoważony rozwój i działania proekologiczne. Mają być one realizowane m.in. poprzez Europejski Zielony Ład i Nowy Europejski Bauhaus, a także przez zachęcanie sektorów kultury i kreatywnego do współtworzenia i rozpowszechniania praktyk przyjaznych dla środowiska oraz do podnoszenia świadomości ekologicznej.

Zaproszeni do debaty goście i goście podzielili się swoimi doświadczeniami w tych obszarach, podjęli także rozmowę o nowych rozwiązaniach i pomysłach sprzyjających wykorzystaniu działań proekologicznych w obszarze kultury i podczas realizacji projektów międzynarodowych.

Spotkanie w formie online odbyło się we wtorek 20 września 2022 roku.

W debacie „Porozmawiajmy o... ekologii w kulturze” wzięli udział:



KRZYSZTOF BIELASZKA – menedżer i aktywista, który kulturę i edukację uważa za ważne narzędzia zmiany społecznej. W ostatnich latach zajmuje się głównie zagadnieniami związanymi z ekologią i kryzysem klimatycznym. Ma doświadczenie w realizacji projektów proekologicznych w sektorze kultury.



EWA CHOMICKA – antropolożka kultury, polonistka, muzealniczka i kuratorka sztuki współczesnej. Kieruje Laboratorium Praktyk Muzealnych w Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, komórką zajmującą się rozwojem współpracy między muzeum a artystami i artystkami współczesnymi, a także interdyscyplinarnymi inicjatywami, łączącymi ze sobą sztukę współczesną, badania i aktywizm. Członkini grup Muzea dla Klimatu i Kultura dla Klimatu. Współautorka strony i przewodnika ekologicznego dla środowiska kultury: kulturadlaklimatu.pl



MAŁGORZATA ĆWIKŁA – jej zainteresowania badawcze dotyczą zarządzania projektami w obszarze kultury, przyszłości pracy w organizacjach i zawodach związanych z twórczością, zrównoważonego i cyrkularnego podejścia do zarządzania kulturą, posthumanizmu oraz nowatorskich rozwiązań metodologicznych w naukach o zarządzaniu. W 2016 roku otrzymała nagrodę Emerald Literati Network Award for Excellence za współautorstwo artykułu dotyczącego praktyk projektowych w kulturze. Od 2018 roku redaktorka naczelna czasopisma naukowego „Zarządzanie w Kulturze”.



MICHAŁ PAŁASZ – badacz zarządzania w antropocenie, które rozumie jako poszukiwanie i wdrażanie sposobów organizowania wystarczająco dobrego wspólnego świata w dobie katastrofy klimatyczno-ekologicznej. Do jego zainteresowań należą również: teoria aktora-sieci, posthumanizm, humanistyka ekologiczna, zarządzanie humanistyczne, nurt krytyczny w zarządzaniu, zarządzanie kulturą i mediami, zarządzanie mediami społecznościowymi, street art, kultura – w najszerszym znaczeniu.



IWONA WOŹNIAK – dyrektorka Teatru Zagłębia w Sosnowcu, menedżerka kultury, teatrolożka, animatorka kultury, reżyserka, członkini Polskiego Towarzystwa Badań Teatralnych. Należy do Stowarzyszenia Dyrektorów Teatrów. Inicjatorka i pomysłodawczyni wielu działań społeczno-artystycznych i edukacyjnych. Naukowo zajmuje się badaniem kultur lokalnych, ze szczególnym uwzględnieniem teatrów obrzędowych i etnoteatrów.



JOANNA TABAKA – ekoedukatorka instytucji kultury i lokalnych społeczności, trenerka i mentorka, ekspertka ds. komunikacji oraz budowania strategii rozwoju publiczności w sektorze kultury. Przygląda się działaniom proekologicznym i szuka sposobów na dzielenie się wiedzą i praktyką w tymże zakresie. Tworzy bloga „Zielona Instytucja Kultury” – facebook.com/zielonainstytucjakultury oraz jest autorką dwóch publikacji pt. „Kultura naturze, z Syrenką w tle. Dobre praktyki proekologiczne w warszawskich instytucjach kultury” oraz „Zielona instytucja kultury. O stawianiu się miejscem kultury przyjaznym naturze”.

Spotkanie rozpoczęło się od prośby do publiczności, aby oceniła, w którym momencie zazieleniania swojego miejsca pracy się znajduje. Ankiętę wypełniło 36 osób (ok. 50% uczestników). Średnia ocena wyniosła 2,1 – na spotkanie zatem przybyły osoby, które albo tematem dopiero się zajęły, albo są na początku wdrażania zielonych rozwiązań.

W którym momencie zazielenienia swojego miejsca pracy jesteś?



Dlaczego instytucje kultury powinny angażować się w kwestie klimatyczne?

Kultura jest doskonałym laboratorium testowania nowych rozwiązań i scenariuszy w poszukiwaniu odpowiedzi na kryzys klimatyczny, co pozwoliłoby zrobić krok do przodu, zanim znajdziemy się w momencie konieczności adaptacyjnej. W politykach unijnych kultura jest postrzegana jako obszar inspiracji innych obszarów działalności, np. przemysłu, edukacji. Kultura także ma moc zwracania uwagi publicznej, obdarzana jest bowiem ogromnym zaufaniem społecznym, przez co efektywniej może nawoływać do zmiany i inspirować odbiorców do osvajania się i podejmowania ekopraktyk. Gdy rozpoczynamy przygodę z zazielenianiem kultury, możemy przejąć odpowiedzialność za kształtowanie tejże narracji i sposób jej praktycznej realizacji.

W mocno wyprofilowanych instytucjach wyzwaniem w postaci tworzenia wydarzeń o zmianach klimatu, np. wystaw czy spektakli, może być trudne do umotywowania i realizacji w zgodzie z założeniami programowymi. Jednak każde z tych miejsc ma obszar wspólny, czyli wewnętrzne praktyki, od strategii zakupowych po administrowanie budynkiem czy zespołem. Instytucje kultury są miejscami długiego trwania, przez co mają pewną szansę tworzenia postaw, inspirowania publiczności do praktyk ekologicznych. Może to odbywać się na trzech różnych poziomach:

1. **Obszar działań w samym zespole**, czyli zwrócenie uwagi na codzienne praktyki naszych pracowników, za którymi stoi jakiś ślad węglowy lub wodny. Nawet przy niewielkiej obsadzie możemy kształtować bardziej odpowiedzialne praktyki.
2. **Obszar relacyjny**. Instytucja nie tylko oddziałuje na publiczność, lecz także współpracuje z artystami, artystkami, dostawcami, wynajmuje sale. I wszystkie te współpracy może kształtować w sposób bardziej zrównoważony, analizować je i wdrażać ekologiczne praktyki.
3. **Obszar lokalny**, czyli skalowanie działań do tych, które są możliwe do zmiany tu, u nas, blisko – w mieście, regionie czy w sąsiedztwie instytucji, a nie przytłaczanie globalną skalą ekowyzwań.

Michał Pałasz podkreślił, że finansowane z publicznych pieniędzy instytucje kultury są zobligowane do przestrzegania przepisów, w tym polskiej konstytucji, której artykuł 5 mówi, że Rzeczpospolita Polska zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju. Dodał, że jest to szeroki do interpretacji zapis, ale innowacyjny jak na czas, w którym został stworzony. Powoływał się także na obecność Polski w Unii Europejskiej oraz w ONZ, w związku z czym obowiązuje nas przyjęta przez wspólnotę „Strategia zrównoważonego rozwoju” z 2001 roku, a także porozumienie paryskie z 2015 roku.

Co zatem instytucje mogą zrobić dla klimatu?

Iwona Woźniak, jako dyrektorka Teatru Zagłębia w Sosnowcu, kładzie duży nacisk na rozmowy z każdym pracownikiem, w celu wspólnego poszukiwania sposobów np. na ograniczenie powstających odpadów. Zakłada przy tym wzajemną inspirację, wymianę wiedzy i poszukiwanie rozwiązań skrojonych na miarę danego obszaru pracy w teatrze. I tak na przykład przemyślenie sposobu, w jaki i z czego powstają kostiumy oraz scenografia, ma wpływ na to, czy po spektaklu powstaną śmieci i jakie one będą. Teatr Zagłębia w Sosnowcu stara się również mocno inwestować w działania ekoedukacyjne, a także szuka sposobów na włączanie zielonych wątków w scenariusze bądź interpretacje klasycznych spektakli. Jednym z przykładów jest pojawienie

się przemówienia Greta Thunberg w spektaklu „Król Edyp”. Największym wyzwaniem jest teraz rozbudowa budynku i przeprowadzenie tego procesu w jak najmniej szkodliwy dla środowiska sposób.

Kontynuując wątek, Ewa Chomicka wymieniła bardzo praktyczne decyzje administracyjne, które można bez kosztowo wprowadzić w instytucji, tj.:

- zrezygnowanie z zakupu wody w plastiku (na rzecz kranówki – nie szklanych butelek, które także generują ślad węglowy),
- zminimalizowanie liczby koszy przybiurkowych w przestrzeni biurowej na rzecz tych do segregacji odpadów na korytarzach czy w kuchni, które oznaczają lepszą segregację, a także oszczędność w postaci mniejszej liczby wyrzucanych lekko zapełnionych worków na śmieci,
- wpisanie celów ekologizacji muzeum do ogólnej strategii, misji i wizji tejże instytucji, ale w sposób włączający wszystkich pracowników i pracowniczkę.

Krzysztof Bielaszka wskazał na praktykę łączenia wątku budowania i integracji zespołu wokół wspólnych wartości z wątkiem ekologicznym, np. poprzez wspólne prowadzenie ogródka przybiurowego i dbanie o niego. To proste działanie stwarza przestrzeń do rozmowy o naturze na jej tonie, a nie w oderwaniu od niej i niejako przy okazji integracji – edukacja ekologiczna jest tu w tle, nie stanowi głównego elementu. Prelegent wskazał też na wartość rozważnego projektowania doświadczeń zespołu w kontekście ekologizacji instytucji, lepiej poprzez wspólne działania, a nie stawianie wymagań realizacji (być może dla niektórych niezrozumiałych) ekowitycznych czy eksponowanie w kampaniach informacyjnych depresyjnej, złowieszczej i przytłaczającej narracji o zbliżającej się katastrofy klimatycznej.

Na Uniwersytecie Jagiellońskim powstaje właśnie strategia klimatyczna, jednym z jej wątków jest zrównoważone, pełnowartościowe i smaczne jedzenie uniwersyteckie. Zgodnie z założeniem, jeśli ograniczono by o 90% liczbę potraw zawierających czerwone mięso lub znacznie podniesiono ceny takich dań, zyskano by oszczędności przy równoczesnym obniżeniu szkodliwych efektów prowadzenia stołówek. A skupienie się na sezonowych i lokalnych produktach pozwoliłoby ograniczyć ślad węglowy związany z transportem i przechowywaniem żywności. Michał Pałasz dodatkowo jest zwolennikiem wycofania automatów i lodówek ze śmieciowym jedzeniem, które mają wysoki pobór energii, a w zamian proponuje bezpłatne, zdrowe przekąski, np. jabłka, orzechy.

Niezwykle ważnym tematem jest koszt środowiskowy mobilności w kulturze. I nie dotyczy to tylko podróży artystów i artystek, kuratorów i kuratorek, przewożenia dzieł sztuki i scenografii, lecz także sposobów dotarcia pracowników i publiczności na wydarzenia, obiegu dokumentów oraz tego, skąd docierają do nas papier, środki czystości, catering. Okazuje się, że ze wszystkich obszarów budujących działalność kulturalną to właśnie przemieszczanie się jest tym generującym największe zanieczyszczenie środowiska. Kwestionowanie sensu krótkich podróży,

wybijanie bardziej zrównoważonych środków transportu (pociąg zamiast samolotu czy samochodu), motywowanie publiczności do korzystania z transportu zbiorowego lub rowerowego, dopasowywanie godzin wydarzeń tak, by umożliwić powrót ostatnim pociągiem czy autobusem powinny stać się kluczowymi praktykami instytucji kultury. Wśród nich powinny się znaleźć też spotkania online i realizacja w ten sposób projektów – ale z dużą świadomością cyfrowego śladu węglowego i tego, jak różne formaty cyfrowe wpływają na środowisko. Łączenie biletów na wydarzenie z biletem na transport zbiorowy czy voucherem do wegańskiej restauracji w pobliżu pozwoli ponadto stworzyć głębokie doświadczenie kultury z ekologią w tle.

Czy tradycyjne formaty wydarzeń można przekształcić w bardziej zrównoważone?

W czasie pandemii coraz większą popularnością zaczęły cieszyć się podcasty, które nie tylko mają mniejszy cyfrowy ślad węglowy niż nagranie wideo czy streaming, lecz także pozwalają na uczestnictwo w kulturze w czasie realizacji obowiązków domowych. Delikatna zmiana sposobu produkcji wydarzeń może mieć duże znaczenie dla środowiska. Działania można np. realizować na zewnątrz, nie w budynku, *site specific* – z tą publicznością, która już jest na miejscu, przypadkiem, i nie musi dojechać na wydarzenie.

Warto dostrzec potencjał wymiany międzypokoleniowej i sięgnąć po mądrość tych, którzy żyli bez plastiku, nie marnując jedzenia i dbając o to, co posiadali. Należy szerzyć praktykę przekazywania niewykorzystanego cateringu, np. polecać przekazanie pozostałości organizacjom zajmującym się foodsharingiem lub zasilenie tzw. lodówek społecznych, licznych m.in. we Wrocławiu i Warszawie.

Goście debaty zachęcali do ograniczenia działalności w budynkach w okresach chłodnych i przeniesienie jej na świeże powietrze lub też skomasowanie działań w okresach ciepłych, co pozwala ograniczyć doświetlanie w krótkie dni oraz dogrzewanie lub klimatyzowanie zamkniętych przestrzeni wydarzeń. Kolejnym ważnym wątkiem jest przyjrzenie się gadżetom promocyjnym oraz sposobom promocji wydarzeń (ulotkom, plakatom) i wybieranie tych niskoemisyjnych.

Ewa Chomicka podkreśliła, że wdrażanie rozwiązań ekologicznych w instytucji nie powinno się odbywać kosztem pracodawcy i zespołu. Przywołała także podpatrzoną za granicą praktykę, aby w budżetach projektowych uwzględnić środki na regenerację zespołu. Energooszczędne powinny być nie tylko sprzęty, lecz także procesy projektowe angażujące zespół.

Przydatne linki:

kultura.dl.klimatu.pl

joannatabaka.pl/publikacje

teatrzaglebia.pl/polityka-srodowiskowa-w-teatrze-zaglebia/

za512.uj.edu.pl



Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni to jedna z najstarszych imprez filmowych w Europie, w trakcie której polska widownia może zapoznać się z najnowszymi rodzimymi produkcjami. Festiwal co roku odwiedza ok. 2 tys. profesjonalistów – twórcy filmowi, aktorzy, producenci, programatorzy festiwalu. 47. edycja odbyła się w dniach 12–17 września 2022 roku.

Ważną część festiwalu stanowi jego branżowa część – Gdynia Industry. Odbywające się w jej ramach spotkania, panele dyskusyjne służą rozwojowi branży audiowizualnej oraz jej sieciowaniu z innymi podmiotami z sektora kreatywnego. Duży nacisk kładziony jest na stronę edukacyjną programu, co roku podejmowane są najbardziej istotne i aktualne problemy branży oraz poszukiwane są innowacyjne rozwiązania, które przysłużą się wymianie wiedzy i wspólnemu wypracowaniu dobrych praktyk. Tym razem w programie nie zabrakło rozmów o ochronie środowiska w kontekście produkcji audiowizualnych. 14 września odbyła się konferencja zatytułowana: „Planet Placement. Need for Content on Sustainability vs Sustainable Production”. Partnerami wydarzenia byli: Przedstawicielstwo Regionalne Komisji Europejskiej we Wrocławiu, Creative Europe Desk Polska, Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, a wsparcia merytorycznego udzieliła inicjatywa Film dla Klimatu. Panele dyskusyjne, które odbyły się w ramach konferencji, miały za zadanie przybliżyć polskiemu sektorowi filmowemu działania prowadzone przez Komisję Europejską, związane z dążeniem do osiągnięcia neutralności klimatycznej w sektorze audiowizualnym.

Konferencję otworzyło wystąpienie Filipa Springera oraz Dyby Lach ze Szkoły Ekopoetyki, działającej przy Instytucie Reportażu. W wystąpieniu namawiali, aby w filmie przyjąć inną perspektywę, ponieważ człowiek wyrasta z przyrody i jest w nią wielorako uwikłany, współtworzy ją jak każda inna istota tego świata.

W pierwszym panelu dyskusyjnym pojawili się: krytyczka filmowa i edukatorka Kaja Klimek, organizatorzy i założyciele BNP Paribas Green Film Festival w Krakowie – Grzegorz

Dukielski i Piotr Biedroń oraz Leda Galanou i Thanos Stavropoulos z Thessaloniki Film Festival. Dużo rozmawiano o filmach, w których pojawiają się wątki ekologiczne. Jednym z nich jest ekologiczny zombie horror: „Apokawixa” Xawerego Żuławskiego, nagrodzony podczas 47. edycji Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w kategorii „Inne spojrzenie”. Film nagłaśnia problemy ekologiczne, które mogą prowadzić do katastrofy, a nawet końca świata. Próbuje sobie z nimi poradzić młodzi licealiści, co może sprawić, że treści te trafią do publiczności i uwrażliwią ją na „zielone” tematy.

Trafienie do szerszej publiczności, a nie do widowni przekonanej i świadomej negatywnych zmian klimatycznych jest zwykle wyzwaniem. BNP Paribas Green Film Festival to międzynarodowy festiwal filmów ekologicznych, który od 2018 roku jest organizowany w Krakowie. To jedyna w Polsce i jedna z największych na świecie festiwal impreza tego typu o tematyce ekologicznej. Jej organizatorzy przedstawili kilka przykładów warsztatów ekologicznych i spotkań edukacyjnych, przeznaczonych w szczególności do najmłodszej widowni, oraz działań artystycznych ukierunkowanych na doskonalenie kultury życia zgodnie z zielonymi wartościami.

Goście panelu z Grecji, Leda Galanou i Thanos Stavropoulos, omówili małe studium przypadku dotyczące jednego z najnowszych działań Thessaloniki Film Festival, czyli Evia Film Project. Projekt zainicjowany w ramach tegorocznej edycji wydarzenia w Salonikach miał na celu podkreślenie niebezpieczeństw związanych ze zmianami klimatycznymi oraz dać przemysłowi filmowemu szansę na odkrycie możliwości produkcji filmowej w zgodzie z ekologią. Duża część funduszy tego dotowanego przez rząd projektu została

przeznaczona bezpośrednio na wsparcie lokalnego biznesu, takiego jak hotele i restauracje, a także na budowę i logistykę pokazów na świeżym powietrzu, które były organizowane jako wydarzenia pop-up w północnej Evii, obszarze dotkniętym przez zeszłoroczne pożary. Z rozmów wszystkich ekspertów wyróżnił się obraz, że aby działania ekologiczne miały sens, nie powinny skupiać się tylko do korzystania z kubka na kawę wielokrotnego użytku.

W ramach całodziennego konferencji odbyły się jeszcze trzy dyskusje panelowe: „Planet Placement – o tym jak prezentować treści klimatyczne w produkcjach audiowizualnych”, „Wyzwania realizacyjno-produkcyjne. Czy świadomość klimatyczna ogranicza naszą kreatywność?” oraz „Inicjatywy branżowe i polityki gigantów – nowe ramy produkcji o tematyce ekologiczne”, które pogłębiały poruszone tematy i uzupełniały je o kolejne wątki. Wśród zaproszonych ekspertów znalazła się Birgit Heidsiek – dziennikarka i wydawczyni Green Film Shooting, platformy dla zrównoważonego rozwoju w branży medialnej. Stanowi ona forum ambitnych i kreatywnych profesjonalistów, którzy mogą podzielić się doświadczeniami, informacjami, pomysłami i nowymi podejściami do kwestii zrównoważonej produkcji audiowizualnej. Heidsiek wspólnie z Zsophią Szeremedy, współzałożycielką firmy konsultingowej GreenEyes Production, podały, jak w prosty sposób przemycać treści ekologiczne o charakterze edukacyjnym do wszelkiego rodzaju produkcji filmowych. Wątek ten został uzupełniony o konkretne przypadki, w których ekologia wpłynęła na decyzje artystyczne lub produkcyjne.

W innej rozmowie udział wzięli: Nevina Setta z Sardyńskiej Komisji Filmowej, reżyserka Aga Woszczyńska, która na Sardynii realizowała swój debiut „Cicha ziemia”, twórczyni animacji Paulina Zacharek i Agnieszka Kowalewska-Skowron oraz producent i kierownik produkcji Tomasz Morawski (Haka Films). Jej słuchacze mogli zapoznać się z kulisami powstawania filmów „Io” w reżyserii Jerzego Skolimowskiego oraz „Cichej ziemi” Agnieszki Woszczyńskiej. Agnieszka

Kowalewska-Skowron i Paulina Zacharek podzieliły się doświadczeniami z pola animacji lalkowej i poklatkowej (*stop motion*), w których znaczącą rolę odgrywa produkcja lalek oraz innych elementów animowanego świata przedstawionego. Zrównoważonymi rozwiązaniami na tym polu są: przekazywanie odpadów tekstylnych do firm, które mogą je ponownie użyć, lub odwrotnie – tworzenie elementów scenografii lub lalek z materiałów używanych.

W ostatniej dyskusji panelowej udział wzięli: Davide Vaccaro reprezentujący Evergreen Prisma, Monika Głowacka z Łódź Film Commission, Julia Tordai, współzałożycielka Green Eye Production, oraz ponownie Birgit Heidsiek. Temat rozmowy brzmiał: „Inicjatywy branżowe i polityki gigantów – nowe ramy produkcji o tematyce ekologiczne”. W tej części wydarzenia omawiano między innymi rodzaje i kompatybilność różnych narzędzi i systemów stworzonych do oceny stopnia ekologiczności produkcji filmowej.

Konferencja „Planet Placement” skupiła się na przybliżeniu tematyki ekologicznej z punktu widzenia osób odpowiedzialnych za różne etapy realizacji produkcji audiowizualnej: producenta, filmowca, konsultantów i innych istotnych przedstawicieli branży promujących zielone standardy, organizatorów festiwalu oraz widzów. Warto podkreślić, że ekologiczne rozwiązania wdrożył także, i to po raz kolejny, festiwal w Gdyni. Obejmowały zarówno wielomiesięczny okres prac przygotowawczych, jak i sam festiwal. Z myślą o środowisku znacząco ograniczona została liczba drukowanych materiałów promocyjnych. Organizatorzy wydarzenia odchodzą także od korzystania z jednorazowych plastikowych opakowań i promują zrównoważony transport. W zeszłym roku w programie spotkań branżowych organizowanych w ramach Gdynia Industry również znalazła się debata na temat zrównoważonej produkcji filmowej – pod hasłem „Branża audiowizualna dla klimatu. Jak uczynić sektor bardziej zielonym?”, której towarzyszyło podpisanie otwartego manifestu „Porozumienie na rzecz zielonej produkcji audiowizualnej – film dla klimatu”.



Konferencja „Planet Placement”
fot. Mateusz Ochocki, mat. FPF w Gdyni



Warsztaty

Od pomysłu... do projektu

W tym roku po raz drugi Creative Europe Desk Polska zorganizował warsztaty online „Od pomysłu... do projektu” dla wnioskodawców komponentu Kultura programu Kreatywna Europa. Spotkania przeprowadziły uczestników krok po kroku po kolejnych etapach pracy nad pomysłem aż do finalnej koncepcji projektu. Mamy nadzieję, że zdobyta wiedza będzie pomocna w przygotowaniu aplikacji w kolejnych naborach.

Tegoroczne warsztaty odbyły się w dwóch terminach, a każde spotkanie skierowano do innej grupy odbiorców. Pierwsze było przeznaczone dla osób, które dopiero zaczynają swoją przygodę z pracą projektową i współpracą na poziomie międzynarodowym. Za to program drugiego spotkania został przygotowany specjalnie z myślą o osobach, które mają doświadczenie w realizacji projektów międzynarodowych, ale chciałyby tę wiedzę pogłębić, usystematyzować i wyjść poza utarte schematy.

Warsztaty zostały zaplanowane i przeprowadzone we współpracy z Anną Krzeszowską-Hovanecz – trenerką z zakresu projektów międzynarodowych oraz Anną Szlęk – psycholożką międzykulturową i trenerką, zajmującą się m.in. edukacją międzykulturową.

Warsztaty rozpoczęły się od prezentacji programu Kreatywna Europa, z akcentem położonym na wytyczne komponentu Kultura i aktualnie otwarte nabory wniosków. Był też oczywiście czas na pytania.

Następnie uczestnicy pod opieką naszych trenerek rozkładali na czynniki pierwsze zagadnienia związane z planowaniem działań projektowych oraz poprawnym przygotowaniem aplikacji. Okazuje się, że najtrudniejsze jest przełożenie pomysłu na papier. Często kwestie oczywiste dla lidera i partnerów są pomijane w aplikacji, przez co eksperci nie mogą przyznać wystarczającej

liczby punktów. Dlatego zwrócona została uwaga na elementy, których szukają osoby oceniające wnioski. Kluczem do sukcesu jest właśnie przekonanie ekspertów, że nasz projekt jest wartościowy i całkowicie wpisuje się w założenia programu.

Na warsztatach dla osób, które mają już doświadczenie w realizacji projektów międzynarodowych, największą trudnością okazała się rutyna, czyli wpadanie w utarte schematy, w coś, co dobrze znamy. Dlatego często, nawet gdy dotychczasowe rozwiązania wymagają zmian lub korekty, nie szukamy nowych. Trenerki skupiły się także na zagadnieniu związanym z analizą potrzeb, która, jak się okazuje nie do końca jest dobrze rozumiana przez wnioskodawców. A jest to jedno z kluczowych zagadnień podczas planowania działań, bo odpowiada na pytanie, po co robimy ten projekt.

Niestety z pozoru banalne pomyłki mogą wpłynąć na niepowodzenie, dlatego podczas obu spotkań omówione zostały najczęściej pojawiające się błędy podczas aplikowania do programu Kreatywna Europa.

Warsztaty poza zwiększeniem wiedzy z zakresu przygotowywania aplikacji były okazją wymiany doświadczeń i dobrych praktyk między uczestnikami. Z przeprowadzonych ankiet ewaluacyjnych wynika jednoznacznie, że spełniły oczekiwania uczestników i zachęciły do podejmowania działań w kierunku realizacji międzynarodowych projektów.

Podobnie jak rok temu warsztaty cieszyły się zainteresowaniem przedstawicieli sektora kultury i kreatywnego, co pokazuje potrzebę realizacji tego typu wydarzeń. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych wnioskodawców, planujemy kolejne tego typu spotkania, których zadaniem będzie pomoc w jak najlepszym przygotowaniu wniosków, pod względem zarówno formalnym, jak i merytorycznym.



mat. CED Polska

Współpraca Creative Europe Desks na WOMEX – Worldwide Music Expo 2022

WOMEX to jedno z najbardziej międzynarodowych i różnorodnych kulturowo spotkań muzycznych na świecie oraz największa konferencja światowej sceny muzycznej, obejmująca targi, prelekcje, filmy i koncerty o nieporównywalnym na międzynarodowym rynku muzycznym spektrum gatunkowym. Tegoroczna 28. edycja odbyła się w dniach 19-23 października w Lizbonie – po raz drugi z rzędu w Portugalii.

Wydarzenie gromadzące profesjonalistów z branży muzycznej z Unii Europejskiej i spoza niej było świetną okazją do promocji programu Kreatywna Europa, wspierania potencjalnych międzynarodowych partnerstw i rozwoju pomysłów z dziedziny muzyki, działań międzysektorowych, obiegu dzieł czy mobilności.

Creative Europe Desk Polska, wspólnie z biurami z Hiszpanii, Włoch, Węgier, Chorwacji, Słowenii, Finlandii i Danii, reprezentowało program Kreatywna Europa w ramach międzynarodowego stoiska. Uczestnicy WOMEX mogli zasięgnąć informacji o możliwościach finansowania w programie, skonsultować pomysły, czy spotkać się z przedstawicielami sektora. W ramach działań tematycznych sieć biur zorganizowała wydarzenie networkingowe dla międzynarodowych przedstawicieli branży, panel konferencyjny o możliwościach współpracy między sektorem audiowizualnym i muzycznym oraz indywidualne konsultacje i sesję mentoringową na temat równości płci i różnorodności w sektorze muzyki. Biura Kreatywnej Europy były też obecne na sesji networkingowej przeznaczonej dla twórców i profesjonalistów muzycznych z Europy Środkowo-Wschodniej. Wydarzenie koordynowane było przez Martynę van Nieuwland, reprezentującą Katowice Miasto Ogrodów, i Andrása Lelkesa (Węgry) z Hangvető, a wzięli w nim udział: Alona Dmukhovska z Music Export Ukraine oraz Svitlana Lenchenko z Instytutu Ukraińskiego. Podczas wydarzenia omówiono sytuację i rolę krajów Europy Środkowo-Wschodniej w czasie wojny oraz sposoby wspierania ukraińskich muzyków i instytucji. Program Kreatywna Europa w tym roku uruchomił nabory mające na celu wsparcie ukraińskiego sektora kreatywnego i dziedzictwa tego kraju, a także integracji społeczności poprzez kulturę.

Tegoroczne targi muzyki poprzedził ogólnodostępny program Virtual WOMEX, który odbył się online w dniach 5-6 października. Sieć Creative Europe Desk zorganizowała 6 października sesję online na której, oprócz możliwości

finansowania skierowanych do sektora muzycznego, zaprezentowano organizacje i projekty z dziewięciu krajów – Hiszpanii, Włoch, Węgier, Chorwacji, Słowenii, Polski, Finlandii, Danii i Portugalii – związane z projektami europejskimi lub poszukujące międzynarodowych partnerstw. Partnerstwa ponadnarodowe są niezbędnym i często obowiązkowym wymogiem w europejskich programach finansowania, takich jak Kreatywna Europa, Erasmus+, Horyzont Europa, CERV i inne. Są równocześnie wyzwaniem dla przedstawicieli sektora, którzy pragną spróbować swoich sił w europejskich naborach. Polskę reprezentowała delegatka WOMEX Martyna van Nieuwland, która opowiedziała m.in. o Katowicach – Mieście Muzyki UNESCO, byłym gospodarzu targów WOMEX (2017), i licznych wydarzeniach muzycznych, w tym nagrodzonym w tym roku przez stowarzyszenie Europe Jazz Network: Katowice JazzArt Festival.

Pomiędzy prezentacjami, konferencjami, filmami i networkingiem wydarzenie gościło na ośmiu miejskich scenach muzyków i głosy z całego świata. Tę wyjątkową imprezę stworzyło ponad 3100 profesjonalistów muzycznych (w tym 280 wykonawców) ze 113 krajów. Aż 111 prelegentów i mentorów wzięło udział w sesjach konferencyjnych, a tętniące życiem targi zgromadziły 676 wystawców z ponad 260 stoiskami i dwoma studiami radiowymi na miejscu.

Wielki finał odbył się 23 października, podczas uroczystości wręczenia nagród w jednym z najważniejszych, historycznych teatrów Lizbony – zbudowanym w XIX wieku São Luiz Teatro Municipal. Ceremonia uhonorowała osiągnięcia dwóch laureatów nagrody: Francisa Gaya, dyrektora ds. muzyki radia Cosmo, który otrzymał nagrodę WOMEX 22 Professional Excellence Award, oraz Ivo Papasova z Bułgarii, który otrzymał nagrodę WOMEX 22 Artist Award. Na zakończenie uczczono niezależną branżę nagraniową prezentacją 20 Top Labels of the Year, po której wystąpił Ivo Papasov z zespołem.

Za rok, pomiędzy 25 a 29 października, wydarzenie odbędzie się w hiszpańskiej Galicji, w A Coruña. Nabór zgłoszeń na kolejną edycję rozpocznie się **w styczniu 2023 roku**.

WOMEX jest produkowany, we współpracy z lokalnymi partnerami, przez Piranha Arts – niezależną agencję kreatywną z siedzibą w Berlinie. Oprócz WOMEX – Worldwide Music Expo – firma ta organizuje też globalne wydarzenie Classical:NEXT, poświęcone muzyce klasycznej i artystycznej.

Więcej informacji: womex.com.

EUROPEAN WRITERS DESK



European Writers Desk,
fot. Christiane Siemen, mat. CED Hamburg



European Writers Desk – międzynarodowa inicjatywa dla scenarzystów

Wraz z kolejną edycją programu Kreatywna Europa Komisja Europejska ogłosiła nowe działanie przygotowawcze – Writing European. Celem inicjatywy jest wzmocnienie europejskiego sektora audiowizualnego w tworzeniu i pisaniu wysokiej jakości seriali fabularnych, które przyciągną szeroką widownię. Ponadto działanie to zakłada zwiększenie kompetencji talentów pracujących nad serialami oraz stworzenie im warunków do współpracy w ramach silnych oraz różnorodnych zespołów (utalentowanych scenarzystów, twórców, producentów z różnych środowisk i różnych narodowości). W ramach inicjatywy mają powstać kreatywne huby, np. pokoje scenarzystów (*writers' rooms*) lub inne wspólne działania, będące inkubatorami talentów, w których będą proponowane innowacyjne metody dotyczące prewritingu, konceptualizacji oraz działania matchmakingowe z nabywcami.

W odpowiedzi na działania Writing European na początku roku sieć Creative Europe Desk z 20 europejskich krajów zorganizowała European Writers Desk. Celem inicjatywy jest stymulowanie współpracy między twórcami z całej Unii Europejskiej oraz wspieranie europejskich talentów. European Writers Desk służy realizacji celów UE – daje impuls kreatywnym twórcom na poziomie regionalnym oraz oferuje możliwość lepszego nawiązywania kontaktów. Głównym celem European Writers Desk jest stworzenie okazji do poszerzenia sieci kontaktów europejskich scenarzystów oraz spotkań z ważnymi przedstawicielami światowej kinematografii. Wydarzenie ma umożliwić twórcom znalezienie partnerów do współpracy przy rozwijanych projektach. European Writers Desk skierowana jest do europejskich scenarzystów, którzy zainteresowani są współpracą międzynarodową. Do udziału w spotkaniach zaproszonych zostało ponad

50 osób z różnych krajów europejskich. Creative Europe Desk Polska jest współorganizatorem wydarzenia.

W ramach European Writers Desk do tej pory regularnie organizowano sesje online na różne tematy związane z codzienną pracą scenarzystów. Pierwsza z nich odbyła się 30 marca i otworzył ją Tony Grisoni, *head of studies* w Series Lab Talents (Torino Film Lab), który współpracował z Michaeliem Winterbottomem i był współscenarzystą „Las Vegas Parano”. W wydarzeniu wzięli także udział Michal Aviram, scenarzysta „Faudy”, oraz Martin Behnke, twórca „Berlin, Alexanderplatz” i „Dark”, którzy opowiedzieli o tworzeniu scenariusza międzynarodowego serialu „Munich Match”.

Gościem kolejnego spotkania skierowanego do scenarzystów, które miało miejsce 16 maja, była konsultantka Valeria Richter z Nordic Factory Copenhagen, która skupiła się na zrównoważonym scenopisarstwie. Po wykładzie uczestnicy spotkania zostali podzieleni na mniejsze grupy, by dzięki temu lepiej wykorzystać możliwości networkingowe wydarzenia.

Podczas trzeciego spotkania, 22 czerwca, uczestnicy poznali Thomasa Gammeltofta, reprezentującego European Writers Club. Inicjatywa ta otrzymała finansowanie Komisji Europejskiej w ramach Writing European. Dyrektor European Writers Club opowiedział o jego założeniach i przedstawił huby, w których będą się odbywały spotkania w ramach programu, a także warunki naboru uczestników.

Ostatnie ze spotkań, które do tej pory odbyło się w formule online, dotyczyło działań Federacji Scenarzystów Europejskich. Gościem wydarzenia 27 września był David Kavanagh, dyrektor wykonawczy instytucji, który opowiedział o jej założeniach

oraz inicjatywach poświęconych scenarzystom. Podobnie jak w przypadku pozostałych spotkań po prezentacji eksperta uczestnicy zaproszeni zostali do spotkań networkingowych w mniejszym gronie.

Jednym z ważniejszych punktów European Writers Desk było wydarzenie, które miało miejsce w dniach 25–27 października 2022 roku w Kopenhadze. Skupiło 35 uczestników – europejskich scenarzystów, w tym polskich twórców – Agnieszkę Kruk oraz Marcina Ciastonia, oraz przedstawiciele sieci Creative Europe Desk. W ramach inicjatywy zorganizowane zostały spotkania z cenionymi konsultantami scenariuszowymi, producentami kreatywnymi, a także wydarzenia typu *masterclass* z uznanymi twórcami oraz wydarzenia networkingowe, dzięki którym europejscy scenarzyści mogli podzielić się doświadczeniami oraz wymienić się pomysłami dotyczącymi ewentualnej przyszłej współpracy.

Pierwszym z wydarzeń podczas stacjonarnej odsłony European Writers Desk był warsztat dotyczący planowania i przygotowania pitchingu, który prowadziła Valeria Richter, konsultantka scenariuszowa i producentka kreatywna, współtwórczyni Nordic Factory Copenhagen. Richter skupia się nad usprawnieniem zrównoważonego tworzenia filmów i programów telewizyjnych, by w ten sposób najlepiej odpowiadać na potrzeby przyszłych twórców seriali i widzów. Opracowuje i doradza w zakresie filmów fabularnych, seriali telewizyjnych, rozwoju scenariuszy. Regularnie współpracuje z funduszami filmowymi i wydarzeniami branżowymi. Współtworzyła inicjatywy TorinoFilmLab i Baltic EmPOWR.

Ekspertka opowiedziała, jak odpowiednio przygotować się do prezentowania własnych projektów. Warto sprawdzić, czy dany sposób prezentacji dobrze odda jego charakter i czy zostanie on odpowiednio odebrany przez odbiorców – producentów, osoby finansujące oraz przedstawiciele instytucji. Richter podkreślała, że należy wierzyć w swój projekt, to punkt wyjścia do prezentowania treści, oraz mieć dobrze uporządkowane notatki. Warto skupić się na odpowiednio wypracowanej strukturze prezentacji, ale też odpowiadać na potrzeby potencjalnej widowni.

Ponadto konsultantka zaprezentowała kilka metod, dzięki którym łatwiej można sobie poradzić ze stresującymi sytuacjami: „Jeśli przyjmiesz wewnętrzną i zewnętrzną postawę zapaśnika sumo, koncentrując się na chwilę przed pitchem – mówiła – stworzysz dobre warunki wstępne do pokonania przeszkody, jeśli będzie to konieczne”. Po serii cennych uwag miały miejsce także ćwiczenia praktyczne – wybrani scenarzyści zostali zaproszeni do prezentowania swoich projektów. Ich wystąpienia stały się punktem wyjścia do rozmów na temat skutecznego pitchowania.

Kolejnym z wydarzeń w ramach European Writers Desk były *prewriting sessions*, prowadzonych przez Nolwenn Guiziou, która zdobyła tytuł magistra literatury francuskiej i angielskiej, studiowała scenografię w Larkin Art School (Dublin) i pracowała jako kierownik sceny różnych festiwali operowych w Irlandii, Walii i Anglii. W 2004 roku w Dublinie założyła teatr uliczny The Pirate Puppet Company, z którym

odbyła tournée po Irlandii, Anglii, Hiszpanii i Portugalii. Od 2018 roku pisze i reżyseruje krótkie filmy animowane. Stworzyła i wyreżyserowała serię w animacji poklatkowej („An Doriou”), a obecnie pracuje nad nowym serialem animowanym „Les Petits Cailloux” o języku bretońskim. W 2021 roku brała udział w programie Less Is More z projektem filmu fabularnego, nad którym pracuje.

Konsultantka zaprezentowała różne metody pracy z pomysłami na scenariusz. W ramach omawiania jednej z nich uczestnicy spotkania poproszeni zostali o stworzenie i opowiedzenie historii dotyczących wybranych przedmiotów zgromadzonych w sali warsztatowej. Ponadto podczas pracy grupowej pracowali nad pomysłami scenariuszowymi, nad budowaniem postaci i punktami zwrotnymi opowiadanych historii.

Równie ważne jak samo pisanie jest *prewriting*. Nolwenn Guiziou w imponujący sposób pokazała, jak na przykład za pomocą kart tarota można lepiej poznać swoich bohaterów. „W kartach szukamy pytań, a nie odpowiedzi” – wyjaśniała. „A obrazy na każdej karcie zawsze inspirują przedłużone rundy pytań z bohaterami, których cechy i okoliczności życiowe ujawniają się w ten sposób coraz bardziej”.

Ponadto w ramach kopenhaskiej części European Writers Desk uczestnicy brali udział w *masterclass* z Fanny Herrero, twórczynią i showrunnerką francuskiego serialu „Gdzie jest mój agent”, moderowanym przez duńską aktorkę Birgitte Hjort Sørensen. Herrero opowiedziała o doświadczeniach w roli scenarzystki seriali „Les Bleus: premiers pas dans la police”, „Gdzie jest mój agent” oraz „Zabawni”. Szczególną uwagę zwróciła na motywację w pracy z projektami i na to, czym się kieruje w poszukiwaniu nowych pomysłów na serialowe historie. Podkreśliła ważną rolę kobiet w jej projektach. Opowiedziała też o współpracy m.in. z reżyserami castingu i producentami. Przybliżyła także zasady *writers’ room* – współtworzenia scenariusza z innymi twórcami oraz rozwoju kariery zawodowej – od scenarzystki do showrunnerki. Wydarzenie odbywało się w Duńskiej Szkole Filmowej i było częścią programu European Writers Club, finansowanego w ramach inicjatywy Writing European.

Podsumowując kopenhaskie spotkanie, Christiane Siemen, dyrektorka zarządzająca Creative Europe Desk Hamburg, powiedziała: „Po 30 latach zaangażowania w międzynarodową współpracę producentów program MEDIA rozszerzył swoje spektrum finansowania o wsparcie dla scenarzystów. Jako sieć biur wspieramy to podejście na poziomie międzynarodowym poprzez tworzenie sieci scenarzystów z naszych krajów. Wspaniale było zobaczyć otwartość i zainteresowanie, z jakimi osoby tworzące scenariusze tworzyły grupę, która wzajemnie się wspiera, stawia wyzwania i inspiruje. Mamy nadzieję, że dzięki European Writers Desk przyczynimy się do zrobienia małego kroku w kierunku międzynarodowego współpisania”.

Kolejne odsłony inicjatywy European Writers Desk będą się odbywały w najbliższych miesiącach w formie webinarów. Do udziału w nich zostaną zaproszeni europejscy eksperci, którzy omawiać będą ważne zagadnienia dotyczące pracy scenarzystów.

FilmInteractive Festival – za nami 12. edycja konferencji o sztuce, nowatorskim marketingu i nowych technologiach

Czym będzie *metaverse*, tego jeszcze dokładnie nie wiemy, ale już teraz możemy przyglądać się, jak firmy, twórcy i instytucje inwestują w rozwój nowej rzeczywistości. Przemysły kreatywne nie pozostają w tyle i starają się wykorzystać jego możliwości. W jaki sposób? Dowiedzieliśmy się tego podczas 12. FilmInteractive Festival – wydarzenia, które prezentuje trendy, nowe technologie i inspirujące projekty. Tegoroczna edycja odbyła się online 25–27 października 2022 roku. Nagrania spotkań dostępne są na Facebooku FilmInteractive oraz na kanale YouTube w formie VOD wraz z tłumaczeniami.

FilmInteractive jest miejscem dyskusji na tematy z pogranicza sztuki, nowatorskiego marketingu i nowych technologii. Jego celem jest wspieranie edukacji twórców, działań zachęcających do współpracy między biznesem a twórcami oraz pokazanie na najlepszych przykładach, że ich współdziałanie daje obustronne korzyści. Podczas trzech dni festiwalowych przedstawiciele przemysłu kreatywnego poznają innowacyjne projekty, najnowsze technologie, oprogramowania, platformy, a także możliwości pozyskiwania funduszy, tym samym zwiększając swoje kompetencje związane ze skutecznym funkcjonowaniem w otoczeniu biznesowym.

Od momentu powstania FilmInteractive Festival jest skoncentrowany na wspieraniu sektorów kreatywnych w transformacji cyfrowej oraz wskazywaniu twórcom możliwości współpracy z biznesem i poszerzania sposobów dotarcia do odbiorców. Są to obszary wymagające ciągłego wspierania, transferu *know-how* i doświadczeń oraz pokazywania najlepszych światowych praktyk. Zagadnienia, które były poruszane od pierwszej edycji, nabierają jeszcze większego znaczenia. Przemysły kreatywne przechodzą transformację, aby z sukcesem odnaleźć się w nowych realiach. Oznacza to pełny zwrot w stronę świata cyfrowego. Dlatego 12. edycja FilmInteractive odbywa się wciąż w internecie – zapisy transmisji dostępne są na dwóch platformach: Facebooku i YouTube. Uczestnicy festiwalu

mogą w dowolnym momencie raz jeszcze wrócić do tematu, których wzbudził ich największe zainteresowanie. Rozmowy i panele dyskusyjne skupiały się w tym roku wokół trzech zagadnień, obecnie jednych z najpopularniejszych w branży kreatywnej. Były to: *metaverse*, sztuczna inteligencja (*artificial intelligence*) oraz *gaming* i VR/AR.

Pierwszy dzień – tuż po powitaniu Olgierda Cygana, pomysłodawcy festiwalu – otworzył wywiad Martyny Turskiej, dziennikarki „Gazety Wyborczej” z Enarą Nazarową, uznaną przez ReadWrite za jeden z 30 najlepszych głosów w *metaverse*, turkmeńsko-amerykańską założycielką ARMOAR i marketerką budującą nową generację produktów cyfrowych w mediach i technologii. Wielu z nas jest już przyzwyczajonych do życia, pracy i zabawy we wspólnych przestrzeniach cyfrowych. Jednak te przestrzenie (i w pewnym sensie nasze cyfrowe jaźnie) są obecnie własnością garstki wielkich korporacji, takich jak Google i Amazon, w konstrukcji Web2. *Metaverse* wykracza poza ten schemat, jako wspólna wirtualna przestrzeń, po której można poruszać się bez kontroli korporacji, co ułatwia Web3 – nowa iteracja World Wide Web, wykorzystująca technologię *blockchain*. Rozmowa toczyła się wokół pytań: Jak ewoluowała moda cyfrowa i jak wygląda dziś w Web3? Co duże marki modowe już robią w *metaverse* i co to oznacza? Jaki potencjał niesie *metaverse*? Pokolenie Z (ludzie urodzeni po 1995 roku) nie zna życia bez internetu i mediów społecznościowych, co oznacza, że ich przyjaciele, rówieśnicy czy wzory do naśladowania również w większości znajdują się w przestrzeni wirtualnej i to właśnie tam pragną wyrażać siebie.

W dniu otwarcia festiwalu głos zabrali również: Nikolai Bockholt, *creative technologist* w Google, Michał Niemczycki, współzałożyciel i szef Kleks Academy, oraz Jaclyn Siu, COO i współzałożycielka Zhen – platformy uwierzytelniania sztuki zasilanej przez *blockchain*. Wszyscy eksperci w wystąpieniach podkreślali, że powstaje nowa generacja artystów. Obecnie o *metaverse* pisze prawie każde medium, a nowe marki wchodzą w ten obszar co tydzień.

Pierwszy dzień konferencji zamknęło wystąpienie Macieja Szymanowicza, specjalisty ds. polityki przemysłu audiowizualnego i programów wsparcia mediów w Komisji Europejskiej, dzięki któremu widzowie mogli zapoznać się szerzej z nowym instrumentem inwestycyjnym Unii Europejskiej InvestEU, odpowiadającym na potrzeby finansowe firm z sektora kreatywnego. Program koncentruje się na tych obszarach, gdzie Unia Europejska może wygenerować największą wartość dodaną, zapewniając gwarancję budżetową w celu mobilizacji prywatnych i publicznych inwestycji. W ramach programu mogą być finansowane projekty m.in. z zakresu badań i innowacji, transferu wyników badań na rynek, digitalizacji przemysłu, sztucznej inteligencji.

Drugiego dnia uczestnicy nadal mogli zgłębiać wiedzę na temat *metaverse*. Daniel Colaianni, dyrektor naczelny Academy of International Extended Reality & VR Awards, podczas wykładu omówił nowe, ważne wyzwania, które stawia przed nami *metaverse*, takie jak chociażby ochrona użytkowników. Natomiast razem z Emilie Baltz, multisensoryczną artystką, mogliśmy przenieść się o 49 lat do przodu, aby wziąć udział w projekcie „Spa dla zmysłów” w Muzeum Przyszłości w Dubaju (MOTF). Jest rok 2071, a Spa jest immersyjną, spekulacyjną przyszłością, przyjmującą gości w środowisku zaprojektowanym w celu ponownego połączenia ciała i ducha człowieka. Połączenie następuje poprzez serię interaktywnych doświadczeń, stworzonych jako antidotum na destrukcyjne nawyki przyszłego, cyfrowego życia. Emilie podzieliła się tą nowatorską wizją przyszłości – skupiającą się na ludzkim ciele i emocjonalnym doświadczeniu jako medium zmiany, a jednocześnie ujawniającą wielozmysłowe zasady projektowania wykorzystane do jej realizacji oraz to, jak technologia może być wykorzystana do wspierania więzi międzyludzkich.

Nadal nie powstała jedna definicja *metaverse*. W ciągu ostatniego roku najlepsze firmy konsultingowe, inwestycyjne i medialne stworzyły łącznie ponad 60 raportów rynkowych o objętości ponad 1000 stron na jego temat. W raportach można spotkać się z różnymi objaśnieniami tego terminu. Jeśli potraktować *metaverse* jako ewolucję gamingu, można przyjąć, że jest to po prostu wirtualny świat, do którego użytkownicy internetu wchodzić poprzez cyfrowe awatary, aby wspólnie grać, bawić się, socjalizować, brać udział w wydarzeniach, ale również pracować czy robić zakupy. Warto zwrócić uwagę, że część wymienionych czynności już od wielu lat można wykonywać w niektórych popularnych grach online, w tym m.in. w „Fortnite”. Jednak według ludzi takich jak Michael Herriger, CEO w Atlas Creative Studios, „Fortnite” to nie tylko gra, lecz także rynek i platforma. Jak wykorzystuje wiedzę marketingową oraz pasję do gier, aby pomóc markom wejść do tego świata i stworzyć unikalne doświadczenia? Dlaczego marki tworzą doświadczenia związane z „Fortnite”? Koncerty, pokazy mody, wirtualne sklepy – dokąd to wszystko zmierza? Na te ciekawe pytania Herriger odpowiedział w rozmowie z Edytą Kowal, prowadzącą podcast „Szczypta”.

W trakcie festiwalu mogliśmy dowiedzieć się również, co dzieje się obecnie w temacie sztucznej inteligencji (ang. *artificial*

intelligence, AI). Czy trzeba mieć duże umiejętności, by wykorzystać AI w sektorze kreatywnym? Jakie stanowiska mogą być potencjalnie zagrożone, a jakie stworzone dzięki niej i cyfryzacji? Czy sztuczna inteligencja może pomagać w tworzeniu treści? Jakie są wyzwania prawne z tym związane? Jakie bariery powstają w sektorze kreatywnym? Przy wirtualnym stole pod przewodnictwem Piotra Mieczkowskiego z Fundacji Digital Poland zasiedli eksperci z różnych dziedzin: Katarzyna Stanny (Pracownia Obrazowania dla Mediów, Wydział Sztuki Mediów, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie), Aleksander Fafula (specjalista ds. *artificial intelligence* i *data science*), Thomas Voland (artysta 3D, fotograf i twórca podcastów), Damian Flisak (*head of public affairs* w Ringier Axel Springer Polska, specjalista z zakresu prawa nowych technologii, w tym AI), Jakub Laskus (założyciel i CEO w Bites Studio) oraz Katarzyna Drogowska (dyrektor wydawniczy Playera, odpowiadająca za dane contentu w TVN Warner Bros. Discovery). Na konferencji nie zabrakło również prezentacji o możliwościach zastosowania systemów AI w branży filmowej. Może ona zapewnić wartość dodaną i pomóc firmom kreatywnym w zwiększaniu efektywności produkcji filmowych oraz odkrywaniu i angażowaniu nowych odbiorców. Wyzwaniami z tym związanymi podzielili się Kincső Izsák, badaczka w Technopolis Consulting Group Belgium SPRL, oraz Jacek Nagłowski, współzałożyciel firmy producenckiej Centrala oraz współzałożyciel i członek zarządu Eastern European XR Alliance.

Oprócz wirtualnego festiwalu na żywo odbyła się również pierwsza edycja Creative Business Network by Filminteractive – wydarzenia networkingowego dla przedstawicieli sektorów kreatywnych z Łodzi oraz Warszawy (agencji, firm producenckich, firm *digital*, producentów filmowych, startupów, platform internetowych i innych). Głównym celem spotkania było zachęcenie do nawiązania kontaktów oraz współpracy. Uczestnicy mogli również zapoznać się z dwoma projektami VR, zrealizowanymi w vNLabie – Laboratorium Narracji Wizualnych przy Szkole Filmowej w Łodzi.

Filminteractive Festival to interdyscyplinarne, międzynarodowe wydarzenie, które stanowi platformę wspierania przemysłów kreatywnych, edukacji i łączenia ich z biznesem. Organizowane jest corocznie od 2011 roku przez Fundację Media Klaster. Łódzkie Centrum Wydarzeń oraz Creative Europe Desk Polska są współorganizatorami wydarzenia. Festiwal odbywa się przy wsparciu środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury oraz Urzędu Miasta Łodzi.



Więcej informacji na filminteractive.eu oraz na Facebooku: [facebook.com/FilminteractiveFestival](https://www.facebook.com/FilminteractiveFestival).



info day

programu Kreatywna Europa

3 listopada 2022

Warszawa | online

Spotkania informacyjne programu Kreatywna Europa

3 listopada 2022 roku w Warszawie oraz online odbył się Info Day programu Kreatywna Europa, podczas którego zaprezentowane zostały działalność Creative Europe Desk Polska oraz główne założenia programu, zarówno w komponentach Kultura oraz MEDIA, jak i w komponentcie międzysektorowym.

Organizowane co roku ogólnopolskie wydarzenie ma na celu przedstawienie możliwości wsparcia finansowego polskich sektorów kultury, audiowizualnego i kreatywnego. Program Kreatywna Europa za jedno z priorytetów wciąż stawia promocję europejskiej kultury i sztuki oraz zwiększanie mobilności artystów i dzieł europejskich. Kładzie również akcent na budowanie współpracy kulturalnej na poziomie ponadnarodowym, rozwijanie europejskiej publiczności, dostosowywanie sektorów kultury i kreatywnego do technologii cyfrowych i wdrażania innowacji.

Wśród polskich wnioskodawców komponentu Kultura największą popularnością – już od wielu lat – cieszy się obszar grantowy Projekty współpracy europejskiej, który wspiera międzynarodowe działania takie jak koncerty, warsztaty, festiwale, wystawy, spektakle czy projekty interdyscyplinarne. W nowej edycji programu odbyły się już dwa nabory w ramach tego obszaru – w 2021 roku oraz w pierwszej połowie 2022 roku. W wyniku pierwszego naboru eksperci wybrali 124 projekty, w których w roli lidera i partnera pojawiło się 21 podmiotów z Polski. Tym samym do grona beneficjentów programu dołączyli m.in. Narodowy Instytut Muzyki i Tańca, Ośrodek Brama Grodzka w Lublinie, Instytut im. Jerzego Grotowskiego czy Politechnika Warszawska. Natomiast w tegorocznym naborze wśród 169 dofinansowanych projektów znalazło się aż 8 liderów oraz 32 organizacje partnerskie z Polski.

Nowym elementem komponentu Kultura jest uruchomiony w październiku – od dawna zapowiadany i długo oczekiwany – nowy program mobilności artystów Culture Moves Europe. Jest to jedyny obszar grantowy, który bezpośrednio wspiera artystów i przedstawicieli kultury, dając im możliwość realizacji projektów w wymiarze międzynarodowym. Dzięki Culture Moves Europe mają niepowtarzalną okazję

zdobywać nowe doświadczenia, doskonalić warsztat i docierać do nowego grona odbiorców. W ostatnich miesiącach w ramach komponentu Kultura otwartych zostało także wiele naborów związanych z dodatkowymi programami i inicjatywami wspierającymi europejski sektor kultury, takich jak nabór wniosków na jednostkę koordynującą inicjatywę Music Moves Europe, wybór koordynatora programu Perform Europe oraz konkurs mający na celu wsparcie ukraińskich artystów, operatorów i organizacje kreatywne.

Z kolei komponent MEDIA nadal za główny cel stawia dynamiczny rozwój sektora audiowizualnego poprzez wspieranie producentów filmów i gier komputerowych, dystrybutorów filmów europejskich, agentów sprzedaży, organizatorów szkoleń, festiwali filmowych, targów branżowych, wydarzeń budujących i rozwijających widownię oraz projektów współpracy między inicjatywami edukacyjnymi, twórców platform internetowych przeznaczonych dla profesjonalistów branży audiowizualnej, a także kin oferujących europejski repertuar. Wciąż kontynuowane będą działania, które pozytywnie wpisały się w program Kreatywna Europa. Polscy producenci filmowi nadal będą mogli ubiegać się o dofinansowanie różnego rodzaju projektów filmowych: fabuł, animacji, dokumentów kreatywnych przeznaczonych do dystrybucji kinowej oraz emisji telewizyjnej lub na platformach cyfrowych. Największym zainteresowaniem cieszy się schemat European Mini-Slate Development, dedykowany firmom producenckim z krajów o niskiej zdolności produkcyjnej (od 2021 roku Polska znajduje się w tej grupie), który lepiej odpowiada na potrzeby producentów z mniejszych rynków. W ramach klastra Business nadal wspieranie będą innowacyjne działania biznesowe służące wzmocnieniu europejskiego sektora audiowizualnego w stosunku do globalnych konkurentów,

budowaniu sieci kontaktów oraz wzmocnieniu współpracy pomiędzy sektorami produkcji i dystrybucji. W klastrze Audience w naborach w 2023 roku ponownie pojawi się możliwość otrzymania dofinansowania na inicjatywy budujące, rozwijające i edukujące widownię w ramach schematu Audience Development & Film Education. Festiwale filmowe, które ubiegały w 2021 roku o dofinansowanie, będą mogły ponownie starać się o wsparcie dwóch edycji.

W komponencie międzysektorowym, w naborze, który będzie otwarty dla aplikujących w 2023 roku, nadal będą wspierane międzynarodowe działania oparte na partnerskiej współpracy organizacji i instytucji sektorów kultury, kreatywnego i audiowizualnego. Zadanie to będzie realizowane w ramach już dobrze znanego obszaru Creative Innovation Lab. Drugim obszarem działań jest wsparcie sektora mediów informacyjnych poprzez podejmowanie współpracy przez wydawców i dziennikarzy, a także wspieranie umiejętności korzystania z mediów i rozumienia przekazów medialnych – w kontekście walki z dezinformacją oraz poruszania się w środowisku cyfrowym.

W tym roku zespół Creative Europe Desk Polska starał się wrócić również do regionalnych spotkań informacyjnych organizowanych na żywo. Jeszcze w sierpniu, we współpracy z Głównym Punktem Informacji o Funduszach Europejskich, odbyło się spotkanie informacyjne o Kreatywnej Europie w Lublinie. Podczas niego przedstawione zostały główne założenia programu, cele i priorytety komponentów Kultura i MEDIA, wytyczne poszczególnych obszarów grantowych oraz warunki składania wniosków. Uczestnicy mogli zapoznać się również z ofertą Oddziału Funduszy Europejskich Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego skierowaną do organizacji pozarządowych. Wydarzenie dało możliwość rozmów z potencjalnymi wnioskodawcami programu, m.in. producentami filmowymi, organizacjami kulturalnymi oraz pozarządowymi. Po zakończeniu prezentacji chętne osoby miały szansę skonsultowania swojego projektu lub pomysłu na projekt, zapytania o szczegóły dotyczące programu i wyjaśnienia kwestii budzących wątpliwości podczas rozmów indywidualnych z przedstawicielkami biura programu Kreatywna Europa – komponentów MEDIA i Kultura.

Widząc duże zainteresowanie spotkaniami na żywo, przedstawicielki Creative Europe Desk Polska udały się

12 października do Katowic. Wydarzenie zostało zorganizowane wraz z instytucją kultury Miasta Katowice, Katowice Miasto Ogrodów. W Mieście Muzyki UNESCO nie zabrakło informacji o programie poświęconym projektom muzycznym. Uczestnicy spotkania mogli zapoznać się również z perspektywą i doświadczeniem beneficjenta programu Kreatywna Europa oraz dowiedzieć się więcej na temat projektu „Shared Cities: Creative Momentum”, realizowanego w latach 2016–2020 przez Katowice Miasto Ogrodów i Medialab Katowice. O projekcie opowiedział Oskar Adamus, koordynator wydarzeń kulturalnych w Mieście Ogrodów Katowice oraz koordynator projektów Medialab i Shared Cities, w którego ramach przeprowadzono badania uczestników katowickich wydarzeń.

Celem projektu „Shared Cities” było skupienie osób i społeczności zaangażowanych w działania kulturalne, społeczne i architektoniczne, które zdefiniują sferę publiczną i przestrzeń wspólne miast. Dzięki mapowaniu aktorów kulturalnych – oddolnych twórców i propagatorów treści, miłośników miasta, ale też oficjalnych podmiotów – zwiualizowano sieć twórców kultury w Katowicach. Sprawdzono, skąd pochodzą odbiorcy wybranych projektów oraz instytucji i w jaki sposób korzystają z ich oferty. Spotkanie było okazją do zdobycia informacji o programie, konsultacji projektów i pomysłów, a także do nawiązania nowych kontaktów i wymiany doświadczeń. Mamy nadzieję, że projekt stanowił inspirację dla słuchaczy do działań projektowych.

W 2023 roku planowanych jest wiele spotkań informacyjnych, niektóre z nich będą dotyczyły określonych schematów dofinansowania i odbędą się z myślą o konkretnej grupie odbiorców. Wszystkim uczestnikom dotychczasowych spotkań informacyjnych serdecznie dziękujemy za przybycie i życzymy powodzenia w nadchodzących procesach aplikacyjnych. Mamy nadzieję, że z roku na rok wzrastać będzie liczba polskich instytucji, organizacji i producentów wspartych finansowo przez program Kreatywna Europa.

Zachęcamy do śledzenia strony oraz kanałów społecznościowych Creative Europe Desk Polska, a także subskrypcji newslettera, gdzie publikowane są aktualności, informacje dotyczące działań biura oraz aktualnie otwartych naborów.



SAVE THE DATE:
NOVEMBER
5-8.11.2022



Animarkt Stop Motion Forum 2022

W dniach 5–8 listopada 2022 roku w Łodzi odbyła się 7. edycja Animarkt Stop Motion Forum, jedyne na świecie międzynarodowe wydarzenie branżowe poświęcone w całości animacji poklatkowej. Warsztaty i wydarzenia tegorocznej edycji imprezy miały miejsce w Akademickim Centrum Designu Akademii Sztuk Pięknych.

Animarkt Stop Motion Forum skupia się na najważniejszych zagadnieniach i wyzwaniach produkcji animacji, zarówno na potrzeby filmu, jak i produkcji telewizyjnych, gier czy nowych mediów. Prezentuje także najciekawsze zjawiska w animacji zarówno z rozwiniętych rynków krajów Europy Zachodniej, jak i tych rozwijających się, jak chociażby Ameryki Łacińskiej, a także pokazuje dobre praktyki, które można przeszczepić na polski grunt. Wydarzenie jest inicjatywą Momakin, firmy łączącej świat twórców filmów animowanych z międzynarodowym rynkiem produkcji, dystrybucji i promocji, która specjalizuje się w projektach *stop motion* i wspiera projekty animacyjne na każdym etapie ich rozwoju – od planowania i finansowania przez produkcję aż po dystrybucję, a także zajmuje się edukacją i profesjonalizacją branży filmowej. Wydarzenie było dofinansowane ze środków Międzynarodowego Funduszu Wyszehradzkiego i Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz współfinansowane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej. Główni partnerzy Animarkt Stop Motion Forum 2022 to: ECI Łódź – Miasto Kultury i Łódź Film Commission oraz Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi. Creative Europe Desk Polska było partnerem tegorocznej edycji.

Animarkt Stop Motion Forum to przestrzeń do nawiązywania biznesowych relacji i międzynarodowych kooperacji,

a także okazja do prezentacji projektów przed gronem ekspertów. To tu swój początek mają filmy doceniane przez krytyków i publiczność. Program każdej edycji wydarzenia konsultowany jest z Radą Programową, którą tworzą: animator Tim Allen (m.in. „Isle of Dogs”, „Fantastyczny pan Lis”, „Gnijąca panna młoda”), dziennikarka Nancy Denney-Phelps, producentka i dystrybutorka Luce Grosjean (Miyu Distribution) oraz kierowniczka produkcji i producentka Zofia Jaroszuk (Animoon).

Jak każdego roku program 7. Animarkt Stop Motion Forum opierał się na uzupełniających się trzech segmentach: Masters, Pitching i Business.

Sekcja Masters wspiera profesjonalny rozwój przedstawicieli branży i jest poświęcona twórcom animacji lalkowej, animatorom, autorom projektów i wykonawcom dekoracji, lalek i rekwizytów, scenarzystom, operatorom, oświetleniowcom i producentom. W jej ramach odbywają się warsztaty, masterclassy, dyskusje i konsultacje z czołowymi przedstawicielami branży w Europie – Ask the Expert. W tym roku podczas warsztatów uczestnicy mogli szkolić umiejętności techniczne pod okiem Thiago Calçada w zakresie animacji postaci oraz Christopa Erbesa w zakresie developmentu projektu dziecięcego serialu animowanego. Seria masterclassów prowadzona przez najważniejszych specjalistów z branży zgłębiała tajniki animacji lalkowej, zarówno w kwestiach technicznych, jak i produkcyjnych. O animowanych dokumentach opowiadał Mats Grorud, a jak budować półpłaską lalkę animacyjną wyjaśniała Ana Chubinidze. Uczestnicy forum mogli również posłuchać Ilana Urroza i Ellen Byrne mówiących o procesie budowania publiczności filmu pełnometrażowego na przykładzie

„The Inventor” oraz Angeli Poschet, która tłumaczyła, jak wygląda produkcja filmu epizodowego na przykładzie tworzego dla platformy Netflix serialu „The House”. W ramach tej części wydarzenia odbyły się też trzy inspirujące dyskusje panelowe poruszające takie zagadnienia jak zielona produkcja animacji poklatkowej (panel realizowany był w ramach programu szkoleniowego StopMoLab przy współpracy z CEE Experience), dystrybucja animacji po pandemii oraz pozycja kobiet w produkcji i promocji animacji.


Część Business skupiona jest na konsolidacji i rozwoju branży, a także ułatwia zapoznanie się i rozpoczęcie współpracy. Obejmuje śniadania branżowe – poranne spotkania w mniej formalnej formie. W tym roku przy kawie i ciastku rozmowy toczyły się na temat programu Alfons – nowej technologii animacji poklatkowej oraz Mobile Animation Box – przenośnego studia animacji. W poniedziałkowy poranek Wyszehradzki Program Stypendialny przedstawiała uczestnikom forum Ewelina Stacherzak. Sekcja Business to także przestrzeń spotkań. Na uczestników czekały Match&Meet – 15-minutowe spotkania branżowe, w formule *speed dates*, dające możliwość szybkiego zaprezentowania swojego projektu wybranemu ekspertowi, oraz Meet Your Partner – spotkania indywidualne przedstawicieli branży z krajów bałkańskich i wschodnio-europejskiego partnerstwa z producentami, nadawcami i dystrybutorami z Europy Środkowo-Wschodniej. I w końcu w ramach tej części forum odbył się Job Fair, dający możliwość wybranym twórcom zaprezentowania swojego doświadczenia przed pięcioma znakomitymi studiami i znalezienia pracy w projektach poklatkowych. Na tegorocznej edycji obecni byli przedstawiciele ze studia 5 A.M. Studios z Holandii, Beast Animation z Belgii, Laika ze Stanów Zjednoczonych, czeskiego Maur Film oraz estońskiego Nukufilm.

Animarkt Stop Motion Forum oferuje również konkurs projektów w ramach sekcji Pitching. Ta część programu daje nie tylko możliwość zaprezentowania projektu przed

międzynarodowym jury i grupą ekspertów światowej branży animacyjnej oraz pozyskania partnerów, lecz także zdobycia nagród, które przybliżają twórców do realizacji filmu. W ramach pitchingu projektów pełnometrażowych i seriali wykonanych w technice *stop motion* wybranych zostało 10 tytułów, a w ramach pitchingu krótkometrażowych filmów lalkowych w developmencie – 15 projektów. Prezentacje poprzedzone były szkoleniami. Przez cały czas trwania forum twórcy mieli ponadto możliwość odbycia konsultacji zgłoszonych projektów z Nancy Denney-Phelps, Marcinem Zalewskim oraz Anną Bielak. We wtorek, ostatniego dnia wydarzenia, odbył się pitching projektów i przyznane zostały nagrody.

W kategorii filmów krótkometrażowych 60 tys. zł w postaci rzeczowego wkładu koprodukcyjnego ufundowanego przez Centrum Technologii Audiowizualnych we Wrocławiu, wygrała Lina Kalcheva za „Dawn Chorus”, akredytację branżową na targi MIFA 2023 otrzymały Alejandra Jaramillo za „Embroidered Body” oraz Claudia Munksgaard-Palmqvist za „Visualization of a Cut”, rezydencję w argentyńskiej Cordobie ufundowaną przez APA Lab wygrał Juan Camilo Fonnegra za „Monstruo Come Palmeras”. Konsultacje branżowe od Animond trafiły do obecnej już na scenie Alejandry Jaramillo, a doradztwo w zakresie międzynarodowej dystrybucji ufundowane przez Radiator IP Sales Distribution otrzymała Izabela Plucińska za „Joko”. Udział w kwalifikacjach do pitchingu w kategorii pozakonkursowej podczas CEE Animation Forum otrzymała Carina Zidan za „Houston?”. Wśród nagrodzonych projektów pełnometrażowych i seriali kwalifikację do Kids Kino Industry 2023 otrzymali Gabriela Villalobos i Sebastian Bisbal za „Sissi & Caesar”, akredytacja branżowa na MIFA 2023 w Annecy trafiła ponownie do duetu Villalobos i Bisbala za „Sissi & Caesar” oraz Petra Vodicka za „Babu in The Night City”, natomiast publikację w katalogu Animond otrzymał Vincente Mallols za „The Inner Life”. Nagrodę publiczności, czyli oprogramowanie Dragonframe, otrzymały animacje: „Dr Hau”, w reżyserii Joanny Jasińskiej-Koronkiewicz oraz „Embroidered Body” Alejandry Jaramillo.





Silne relacje na arenie międzynarodowej budują również naszą rozpoznawalność w branży – rozmowa z Zosią Horszcharuk, head of industry, Kids Kino Industry

Kids Kino jest rozpoznawalną marką na europejskim rynku. Poza Międzynarodowym Festiwalem Filmowym Kino Dzieci to też inicjatywy skierowane do branży filmowej – Kids Kino Industry (KKI) oraz Kids Kino Lab (KKL). Czy mogłabys przybliżyć ich założenia?

Kids Kino to marka, w której ramach staramy się zamknąć nasze wszystkie działania wokół produkcji dla młodego widza. Wydarzeniem napędowym jest Międzynarodowy Festiwal Filmowy Kino Dzieci, wokół którego organicznie działa system wspierania wysokojakościowych produkcji filmowych i serialowych dla dzieci i młodzieży – od warsztatów developmentowych przez międzynarodowe forum koprodukcyjne aż po dystrybucję i program edukacyjny dla szkół i nauczycieli. Kids Kino Lab to całoroczne warsztaty rozwoju scenariusza filmowego i serialowego przeznaczone dla scenarzystów oraz producentów. Twórcy zgłaszają się z pomysłem na historię, a wychodzą z ostatniej sesji z pierwszym, a czasem drugim draftem scenariusza. To, co nas wyróżnia spośród podobnych programów, to czynny udział producentów w procesie rozwoju scenariuszy, a także przewidziana indywidualna ścieżka programowa skupiona na produkcji właśnie. Wśród rozwijanych na KKL w ostatnich latach produkcji znajdują się m.in. takie tytuły jak „Tarapaty” 1 i 2, „Detektyw Bruno”, „Film dla kosmitów” czy będący aktualnie w produkcji „Dziadku, wiejemy!”. W programie stawiamy również duży nacisk na wymianę doświadczeń między uczestnikami i wprowadzanie ich w szybko zmieniające się realia rynku audiowizualnego. Jednym z kluczowych punktów programu KKL jest uczestnictwo w Kids Kino Industry,

czyli naszym międzynarodowym forum koprodukcyjnym. To miejsce, w którym spotykają się twórcy z przedstawicielami branży audiowizualnej – agentami sprzedaży, dystrybutorami, instytucjami filmowymi, platformami VOD i potencjalnymi koproducentami. Jednym z głównych założeń KKI było i jest wsparcie produkcji dla młodego widza w krajach naszego regionu, w których ten sektor jest jeszcze słabo rozwinięty, poprzez zetknięcie ich z przedstawicielami krajów z wieloletnią tradycją produkcji dla młodego widza.

Wrześniowa edycja Kids Kino Industry zgromadziła ponad 300 gości – przedstawiciele polskiej i międzynarodowej branży filmowej. Otrzymałicie też rekordową liczbę zgłoszeń na wydarzenie. Jak myślisz, co zadecydowało o tym sukcesie? Czym wyróżniacie się wśród podobnych wydarzeń?

Tegoroczna edycja rzeczywiście pozytywnie nas zaskoczyła liczbą gości oraz zgłoszeń do pitchingów. Ostatnie dwie edycje odbyły się w pandemicznych realiach, a ten rok był pierwszym od 2019, w którym branża otworzyła się na wyjazdy i spotkania na żywo. Myślę, że to jeden z głównych czynników wysokiej frekwencji na KKI w tym roku. Poza tym istnieje w Europie kilka podobnych wydarzeń branżowych, ale każde z nich ma swoją specyfikę – jedno są poświęcone wyłącznie animacji (w tym również produkcjom dla widza dorosłego), drugie zrzeszają głównie branżę ze Skandynawii czy krajów Beneluxu. My od początku chcieliśmy być miejscem, które w głównej mierze skupia się na twórcach i produkcjach dla młodego widza z Europy Środkowo-Wschodniej. Projekty z naszego regionu



Kids Kino Industry, fot.: Karolina Grabowska, mat. Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

na podobnych forach pojawiają się sporadycznie, a dostęp do tych wydarzeń jest często ograniczony ze względu na koszty podróży i pobytu. Dodatkowo nadal pozostajemy imprezą branżową na tyle kameralną, że skracamy dystans między twórcami a dystrybutorami i agentami sprzedaży, co w przypadku większych wydarzeń jest utrudnione.

W ramach Kids Kino Industry, poza pitchingami projektów w developmencie oraz prezentacjami *works in progress*, corocznie odbywają się masterclassy, prezentacje oraz dyskusje. Jaki wpływ te spotkania mają na rozwój europejskiego i polskiego kina skierowanego do widowni dziecięcej?

Co roku staramy się tak programować część konferencyjną, aby trafić do różnych grup odbiorców pojawiających się na naszym forum. Studia przypadków produkcji, które odniosły sukces dystrybucyjny, mogą zainspirować dystrybutorów oraz producentów do myślenia o lokalnych i globalnych strategiach rozpowszechniania filmów, a także pokazać potencjał tego sektora audiowizualnego. Konsultacje scenariuszowe wspierają scenarzystów w developmencie i często pchają do nowych rozwiązań, dyskusje o trendach na rynku i prezentacje badań rynku mają pokazać nowe możliwości i kierunki w branży zarówno twórcom, jak i dystrybutorom. Poza tym stawiamy nacisk na współpracę z lokalnymi i międzynarodowymi szkołami filmowymi oraz artystycznymi, aby zaciekać i zainspirować studentów oraz początkujących filmowców do tworzenia i inwestowania w film dla młodego widza.

W tegorocznej edycji Kids Kino Industry brały udział projekty z całej Europy – z 27 krajów. Czym się kierujecie przy ich wyborze?

Przy każdej edycji staramy się tak dobierać członków komisji selekcyjnej, aby znaleźli się w niej przedstawiciele sektora dystrybucji, sprzedaży międzynarodowej i produkcji. Dzięki temu zgłaszane projekty oceniane są z różnych perspektyw. Od zeszłorocznej edycji wprowadziliśmy osobne jury wybierające projekty serialowe i osobne poświęcone filmom. Jako organizatorzy pilnujemy jedynie, aby zachowane zostały proporcje w różnorodności gatunków, formatów i technik.

Co dalej dzieje się z projektami prezentowanymi na Kids Kino Industry oraz biorącymi udział w Kids Kino Lab? Czy możecie się pochwalić *success stories*?

O kilku rodzimych tytułach, które „wyszły” z Kids Kino Lab, wspominałam wcześniej. Każdy z tych tytułów otrzymał dofinansowanie na produkcję i w ostatnich latach wszedł bądź niebawem wejdzie do kin. Współpraca, która tworzy się na Kids Kino Industry, to często wielomiesięczny, a czasem wieloletni proces, który owocuje podpisanym kontraktem sprzedażowym, festiwalowym bądź dystrybucyjnym. Jednym z *success stories*, który zamyka cykl od developmentu na warsztatach po kontrakt sprzedażowy jest „Detektyw Bruno”, którego scenariusz powstał na KKL. Projekt został zaprezentowany na KKL, po czym podczas rozwijania drugiej części na KKL producent podpisał kontrakt sprzedażowy z międzynarodowym agentem sprzedaży Dutch Features (aktualnie Skoop Media). Inny projekt, który aktualnie podbija rynek, to film „How I Learned to Fly” z Serbii, który po prezentacji na pierwszej edycji forum w 2017 został zaproszony do pitchingu na dwóch innych międzynarodowych forach, a jego producent podpisał międzynarodowy kontrakt sprzedażowy. Film w tym roku wrócił na forum w ramach studium przypadku filmu z dystrybucyjnym sukcesem oraz miał premierę na Międzynarodowym Festiwalu Kino Dzieci.

W tym roku nie zabrakło kolejnych inicjatyw skierowanych do początkujących twórców i producentów: Producers LINK czy Young Talents. Jakie są cele tych inicjatyw?

Producers LINK to wspólny program organizowany wraz z Cinekid for Professionals w Amsterdamie. Program ma na celu wsparcie producentów, którzy zaczynają przygodę z filmami i serialami dla dzieci. Główną ideą jest tworzenie relacji między producentami, wymiana doświadczeń i pokazanie dobrych praktyk w branży sektora filmów i seriali dla dzieci. Producenci doświadczają indywidualnego programu treningowego w ramach Kids Kino Industry oraz Cinekid for Professionals.

Young Talents to nasza próba przyciągnięcia i zainteresowania kinem dla dzieci i młodych, utalentowanych twórców, którzy stawiają pierwsze kroki w branży. W tym roku



Kids Kino Industry. fot. Karolina Grabowska, mat. Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

zorganizowaliśmy pilotażową edycję we współpracy ze szkołami z Czech, Niemiec i Polski, które wyłoniły po 2–3 studentów z kierunków filmowych i artystycznych do wzięcia udziału w Kids Kino Industry. Zależy nam na zaoferowaniu przestrzeni do prezentacji młodych talentów, które tworzą przyszłość szukającej nowych głosów i świeżych pomysłów branży.

Obecnie trwa druga edycja inicjatywy Kids Kino Docs. Dlaczego kino dokumentalne dla młodych widzów znalazło się w centrum Waszych działań?

W ubiegłych latach projekty dokumentalne pojawiały się na warsztatach Kids Kino Lab, jednak z czasem zrozumieliśmy, że produkcja dokumentalna i fabularna rządzą się kompletnie innymi prawami i rozwój dokumentu powinien mieć osobny, dedykowany program. Kino dokumentalne dla młodego widza nie istnieje jako osobny gatunek w świadomości twórców i odbiorców. Zespół programujący Międzynarodowy Festiwal Kino Dzieci również zgłasza braki w odpowiednich tytułach dostępnych na rynku. Większość tego typu produkcji powstaje w Niderlandach i krajach skandynawskich. Obserwując to, co dzieje się na zaprzyjaźnionych warsztatach Skok w Dok oraz na tegorocznych edycjach Kids Kino Docs, wierzymy, że w Polsce w niedalekim czasie będziemy mogli pochwalić się kilkoma tytułami w tej kategorii, a widownia zaznajomi się z nimi i doceni ten gatunek.

Wasze wydarzenia branżowe odbywają się z dużym zaangażowaniem partnerów zagranicznych: Producers LINK – we współpracy z Cinekid for Professionals,

a partnerami Kids Kino Industry są m.in. CEE Animation Forum, KIDS Regio oraz m:brane. Dlaczego współpraca międzynarodowa jest dla Was tak istotna? O czym należy pamiętać, gdy planuje się działania partnerskie?

Z każdą kolejną edycją staramy się zaprosić do współpracy nowych, międzynarodowych partnerów. Taka współpraca buduje wieloletnie relacje oparte na zaufaniu, wsparciu merytorycznym, organizacyjnym, a także promocyjnym. Europejskie kino dla młodego widza musi walczyć o swoją pozycję na lokalnych i międzynarodowych rynkach. Dlatego współpraca międzynarodowa jest taka ważna. Wspólnie z naszymi partnerami rozmawiamy, wymieniamy się doświadczeniami i szukamy nowych dróg dotarcia do branży i lobbowania na rzecz interesów tego sektora. Jednym z filarów naszych działań jest wsparcie międzynarodowych koprodukcji i poszerzanie sieci kontaktów twórców biorących udział w naszych inicjatywach. Silne relacje na arenie międzynarodowej budują również naszą rozpoznawalność w branży, a co za tym idzie – rośnie jej zainteresowanie naszymi działaniami. Gdy rozmawia się z partnerami, trzeba pamiętać o wspólnych celach i o tym, że gramy do jednej bramki.

Co jest dla Ciebie największym wyzwaniem przy organizacji wydarzeń skupionych wokół marki Kids Kino?

Jednym z większych wyzwań jest próba nadążenia nad błyskawicznie zmieniającymi się realiami i potrzebami rynku. Od strony organizacyjnej jednym z kluczowych wyzwań jest budowanie struktury organizacji wydarzeń w dużej mierze opartej na finansowaniu publicznym.



ZOFIA HORSZCHARUK – szefowa Kino Dzieci Industry, branżowych programów i wydarzeń organizowanych w ramach Działu Edukacji Stowarzyszenia Nowe Horyzonty w tym Kino Dzieci Industry forum, Kino Dzieci Lab i Kino Dzieci Docs. W poprzednich latach pracowała jako redaktorka materiałów filmowych w FilMOTECE Narodowej, specjalistka ds. zakupu i sprzedaży filmów krótkometrażowych w New Europe Film Sales, producentka w Canal+ Polska. W 2018 roku założyła swoją działalność, w ramach której współpracowała z polskimi organizacjami przy koordynacji i produkcji wydarzeń branżowych (w tym Stowarzyszenie Producentów Polskiej Animacji oraz Stowarzyszenie Nowe Horyzonty).



Culture Moves Europe to nowy, stały program mobilności realizowany w ramach programu Kreatywna Europa i nadzorowany przez Goethe-Institut. Oferuje wsparcie artystom, przedstawicielom kultury i organizacjom goszczącym działającym w sektorze architektury, dziedzictwa kulturowego, designu i projektowania mody, przekładów literackich, muzyki, sztuk scenicznych i wizualnych. Wspiera działania sprzyjające włączeniu społecznemu, zrównoważonemu rozwojowi oraz zwraca szczególną uwagę na wschodzących artystów i specjalistów w dziedzinie kultury.

Culture Moves Europe składa się z dwóch obszarów tematycznych:

- indywidualne mobilności artystów i pracowników kultury,
- rezydencje dla organizacji goszczących (nabór zostanie otwarty w na początku 2023 roku).

Program zapewnia częściowe wsparcie finansowe międzynarodowej mobilności. W jego ramach można pokryć koszty podróży (transportu, zakwaterowania itp.) artyści lub przedstawiciela kultury, mające na celu realizację projektu z partnerem międzynarodowym (organizacją lub osobą) – podmiotem, który zgadza się na przyjęcie indywidualnego artysty bądź pracownika kultury (lub grupy artystów czy profesjonalistów), oraz dalszą wspólną realizację działań projektowych.

Program mobilności pozwala na internacjonalizację działań poprzez realizację jednego z następujących celów:

- odkrywanie bogatego dziedzictwa kulturowego Europy, aby poszerzać lub inspirować własną twórczość,
- współtworzenie lub wspólny rozwój twórczości z innych krajów,
- udział w edukacji pozaformalnej,
- rozwijanie lub pogłębianie międzynarodowych relacji zawodowych.

Należy pamiętać, że program mobilności nie może być wykorzystany wyłącznie do sfinansowania podróży artystów w celu zaprezentowania swojej pracy w profesjonalnej oprawie (wernisaż, wystawa, koncert, performance).

Kto może złożyć wniosek?

- Indywidualni artyści i specjaliści z sektora kultury lub grupa osób (od 2 do 5) będących osobami fizycznymi.
- Osoby w wieku powyżej 18 lat.
- Przedstawiciele wszystkich sektorów kultury i kreatywnych, oprócz branży audiowizualnej (architektura, dziedzictwo kulturowe, projektowanie i projektowanie mody, przekłady literackie, muzyka, sztuki sceniczne i sztuki wizualne).
- Legalnie przebywający w jednym z krajów programu Kreatywna Europa.
- Wnioskodawcy zamieszkujący w Ukrainie wyjątkowo będą mieli możliwość ubiegać się o „mobilność wirtualną”.

Jakie są wymagania formalne?

Pierwszy nabór wniosków trwa od 10 października 2022 do 31 maja 2023 roku do godziny 23.59.

Daty graniczne (oceny wniosków):

- w 2022 roku: 31 grudnia,
- w 2023 roku: 31 stycznia, 28 lutego, 31 marca, 30 kwietnia i 31 maja.

Jakie są warunki formalne?

- Czas trwania mobilności obejmuje czas podróży i realizację projektu – dla jednej osoby czas trwania powinien wynosić od 7 do 60 dni, a w przypadku grup osób (od 2 do 5) czas realizacji projektu powinien wynosić od 7 do 21 dni.
- Mobilność musi być realizowana w ciągu jednego roku, począwszy od podpisania umowy o dotację.
- Mobilność musi być nieprzerwana i odbywać się w jednym miejscu.

- Wnioski należy składać online, w języku angielskim, za pośrednictwem Goethe-Application Portal, do 31 maja 2023 roku do godziny 23.59.
- Każdy wnioskodawca będzie mógł złożyć tylko jeden wniosek jako osoba fizyczna lub grupa w ramach pierwszego naboru, który trwa do 31 maja 2023 roku.
- Beneficjenci, którzy wcześniej otrzymali dofinansowanie z programu i-Portunus (pilotażowy program mobilności), są uprawnieni, aby złożyć wniosek, ale pierwszeństwo będą mieli kandydaci aplikujący po raz pierwszy.
- Wsparcie mobilności nie może być przyznawane z mocą wsteczną na działania i projekty już zakończone.

W przypadku aplikacji grupowych:

- „Grupa” to stała liczba osób (od 2 do 5), mających taki sam spójny projekt mobilności. Osoby z grupy mogą pochodzić z różnych krajów, ale projekt mobilności wymaga, aby grupa podróżowała do tego samego kraju przeznaczenia w tym samym okresie.
- Jedna osoba (lider grupy) musi złożyć wniosek w imieniu całej grupy.
- Lider grupy musi przedstawić jedno portfolio artystyczne dla grupy i indywidualne życiorysy (CV) każdego członka grupy.

Jak obliczyć kwotę dofinansowania?

Wsparcie finansowe składa się z dwóch elementów:

- kosztów stałych – koszty podróży z miejsca zamieszkania do miejsca przeznaczenia i diety dziennej na zakwaterowanie i utrzymanie;
- kosztów dodatkowych – opartych na indywidualnych potrzebach (dodatkowe wsparcie dotyczy, m.in. aspektów proekologicznych, ułatwień dla osób z niepełnosprawnościami czy rodziców małych dzieci).

Wnioski wypełnia się online, w języku angielskim, za pomocą portalu Goethe-Application Portal. Goethe-Institut prowadzi regularne sesje pytań i odpowiedzi, promowane przez kanały Culture Moves Europe.

Więcej informacji i szczegółowy kalkulator kosztów (zależny m.in. od odległości między krajem zamieszkania a docelowym): culture.ec.europa.eu/news/apply-now-new-culture-moves-europe-call-for-artists.

Rozmowa na temat nowego programu mobilności z Małgorzatą Szlendak

Jakie główne cele przyświecały Komisji Europejskiej przy planowaniu stałego programu mobilności w ramach Kreatywnej Europy?

Przede wszystkim warto przypomnieć, że inicjatywa Culture Moves Europe została wprowadzona w odpowiedzi na potrzebę zidentyfikowaną przez sam sektor i jest wynikiem kilku lat refleksji i prac przygotowawczych, w tym projektu pilotażowego i-Portunus realizowanego w latach 2018–2022, w którym testowano różne parametry mobilności. Opiera się więc w dużej mierze na jego doświadczeniach.

Podczas tworzenia nowego programu kluczowe znaczenie miało dla nas zaoferowanie mobilności kulturalnej jak największej liczbie artystów i pracowników sektora kultury – stąd ambitny cel umożliwienia siedmiu tysięcy mobilności w pierwszych trzech latach inicjatywy, do 2025 roku, przy budżecie 21 mln euro. Zależało nam również na tym, aby program był łatwy w obsłudze dla beneficjentów. Aby to osiągnąć, uprościliśmy między innymi procedury składania wniosków oraz wprowadziliśmy zryczałtowane koszty podróży i diety. Ważne było także stworzenie programu, w którym to artyści mają wpływ na kształt projektów mobilności. To oni zdecydują o miejscu docelowym i czasie trwania mobilności, wybiorą partnera i określą cele swojego projektu. Dla uczestników indywidualnych działających w sektorach kreatywnych i kulturalnych (z wyjątkiem sektora audiowizualnego, objętego programem MEDIA) nabór będzie otwarty każdego roku przez 6 miesięcy, od jesieni do wiosny. Aplikacje będą oceniane na koniec każdego miesiąca, a granty przyznawane w miarę składania wniosków. Dzięki takiemu elastycznemu podejściu artyści będą mogli ubiegać się o granty w dogodnym dla siebie terminie i stosunkowo szybko otrzymać odpowiedź.

Co było dla Komisji najważniejszym rezultatem akcji pilotażowej i-Portunus? Czy działania w jej ramach w latach 2019–2021 skutkowały ciekawymi wnioskami odnośnie do mobilności twórców i profesjonalistów z sektora?

Przede wszystkim sukces i-Portunusa pokazał, jak bardzo ten program jest potrzebny i oczekiwany. Liczba wniosków kilkakrotnie przekroczyła liczbę dostępnych grantów, co świadczy o zainteresowaniu tego typu programem. Z przyjemnością zauważyliśmy, że stosunkowo niewielki grant może przyczynić się do rozwoju kariery i kompetencji zawodowych uczestników. Potwierdzają to odpowiedzi z ankiety przeprowadzonej po zakończeniu projektu, które wykazały, że 97% uczestników zdobyło nowe umiejętności i wiedzę, 94% zyskało nową publiczność i tyle samo rozwinęło nowe projekty czy koprodukcje. Mobilność zwiększa również szanse na zatrudnienie i prowadzi do realizacji nowych projektów zawodowych. Co zaskakujące, okazało się, że aż 49% beneficjentów projektu pilotażowego otrzymało ofertę pracy.

Czym Culture Moves Europe wyróżnia się na tle innych działań promujących mobilność? Które europejskie priorytety wspiera?

Po pierwsze, jest to jedyny projekt mobilności kulturalnej o takiej skali, obejmujący kraje Unii Europejskiej, a także kraje stowarzyszone z programem Kreatywna Europa. Obecnie w Culture Moves Europe zaangażowanych jest 40 krajów. Po drugie, Culture Moves Europe ma być programem inkluzywnym, promującym włączanie społeczne, oferującym granty tym, którzy z różnych powodów (niepełnosprawność, odległość, zobowiązania rodzinne itp.) nie mieli do nich wcześniej dostępu. W fazie pilotażowej zidentyfikowaliśmy

bariery mobilności i proponujemy, jak im zaradzić. Aby pomóc beneficjentom, Komisja wprowadziła szereg dodatków finansowych, które uzupełnią podstawę grantu. Jest to przede wszystkim dodatek dla osób niepełnosprawnych, którego wysokość będzie zależała od konkretnych potrzeb danej osoby, ale nie może przekroczyć podstawowej kwoty grantu. Rodzicom małych dzieci oferujemy dodatek na pokrycie części kosztów opieki nad dzieckiem. Proponujemy również dodatek na podróże do i z krajów i terytoriów zamorskich oraz najbardziej oddalonych regionów UE, a także dodatek na pokrycie opłat wizowych i bankowych w przypadku transakcji poza europejskim obszarem bankowym.

Kolejnym bardzo ważnym aspektem odróżniającym Culture Moves Europe od innych programów jest jego zaangażowanie we wspieranie zrównoważonej mobilności. Wprowadziliśmy dodatki finansowe, aby umożliwić bardziej ekologiczne podróże. W trakcie projektu pilotażowego stwierdziliśmy, że duża część uczestników programu jest świadoma wyzwań związanych ze zmianami klimatu i chce zrobić więcej w tym zakresie. Często jednak barierą są koszty związane z podróżą środkami transportu bardziej przyjaznymi środowisku niż samolot. Aby zachęcić do zmian, dodatek ekologiczny będzie przyznawany każdemu, kto nie podróżuje samolotem. Takie podejście jest również zgodne z priorytetami horyzontalnymi programu Kreatywna Europa.

Tym, co czyni ten program niezwykle interesującym, jest fakt, że inicjatywę mobilności ukierunkowano na osoby fizyczne, a nie na organizacje czy inne struktury. Jest to przede wszystkim bezpośrednie wsparcie artystów i osób zawodowo związanych z kulturą lub, w niektórych przypadkach, niewielkich grup. Wnioskodawcy muszą przedstawić projekt o dobrze zdefiniowanym celu, takim jak rozwijanie międzynarodowej współpracy, działania związane z rozwojem zawodowym, prezentowanie prac w kraju docelowym lub rozwijanie wspólnych projektów z lokalnymi partnerami.

W jaki sposób, też przez ten program, Komisja chciałaby wesprzeć sektor kreatywny w Ukrainie?

Ukraina uczestniczy w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa. Dla Komisji było bardzo ważne, żeby współpraca z naszymi partnerami w Ukrainie i ukraińskimi artystami przebywającymi obecnie na emigracji mogła być kontynuowana pomimo wojny. W tym celu ogłosiliśmy specjalny nabór dla Ukrainy z budżetem 5 mln euro na wsparcie ukraińskich artystów i organizacji kulturalnych,

a także integracji ukraińskich uchodźców oraz przygotowanie odbudowy sektora kultury i kreatywnego po wojnie. W ramach naboru finansowane będą trzy projekty zarządzane przez konsorcja organizacji europejskich i ukraińskich, które będą przyznawać granty kaskadowe małym projektom. Jest to odpowiedź na potrzebę zapewnienia elastycznego źródła finansowania. Przede wszystkim pozwoli to ukraińskiemu sektorowi kultury na szybką i skuteczną realizację konkretnych projektów.

W ramach programu Culture Moves Europe, który wspiera głównie mobilność fizyczną, umożliwiliśmy składanie aplikacji o mobilność wirtualną artystom, którzy pozostają w Ukrainie i nie mogą opuścić kraju. Dzięki temu będą mogli nadal uczestniczyć w projektach artystycznych i nie zostaną pozbawieni możliwości artystycznego wyrazu. W takim przypadku otrzymają oni diety w wysokości 35 euro dziennie.

Jakiej rady udzieliłaby Pani artystom i organizacjom, które zastanawiają się nad przystąpieniem do programu?

Powodzenie projektu zależy od dobrego przygotowania. Wniosek nie jest trudny, ale należy wcześniej przygotować kilka punktów. Artystom, którzy są zainteresowani przystąpieniem do programu, radziłabym, aby dokładnie przemyśleli i przygotowali projekt, tak aby miał on rzeczywisty wpływ na rozwój osobisty i zawodowy, oraz aby spróbowali znaleźć synergii z poprzednimi projektami lub możliwość kontynuacji tego działania w przyszłości. Ważne jest, by wyraźnie określić cel projektu i sposób, w jaki mobilność jest potrzebna do jego osiągnięcia. Myślę, że znalezienie partnera, który zaangażuje się w projekt, ma zasadnicze znaczenie. Może to być ktoś, z kim już współpracowało się w przeszłości nad innym projektem. Równie ważne jest wykorzystanie szans i okazji, które mogą pojawić się po drodze. Radziłabym im także, żeby postarali się, aby współpraca w ramach mobilności nie pozostała jednorazowym wydarzeniem i żeby zaplanowali, przynajmniej w formie wirtualnej, jakąś kontynuację współpracy z partnerem po zakończeniu projektu. Na koniec zachęcam wszystkich do uczestniczenia w webinarach organizowanych przez biura programu Kreatywna Europa, Creative Europe Desks, oraz w sesjach pytań i odpowiedzi organizowanych co piątek przez Goethe-Institut w Brukseli*. I wreszcie namawiam do dogłębnego wczytania się w sekcję najczęściej zadawanych pytań (FAQ) na stronie internetowej Culture Moves Europe i do składania aplikacji.



MAŁGORZATA SZLENDAK – z wykształcenia romanistka, z zawodu urzędniczka europejska pracująca w strukturach Unii Europejskiej od jej rozszerzenia, najpierw w Parlamencie Europejskim, gdzie zajmowała się kwestiami równouprawnienia płci i kulturą, a w szczególności programem Kreatywna Europa. Aktualnie specjalistka ds. projektów w Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji, Młodzieży, Sportu i Kultury Komisji Europejskiej, gdzie jest odpowiedzialna za inicjatywę Culture Moves Europe na rzecz mobilności artystów i pracowników sektora kultury.

* Goethe-Institut w Brukseli obecnie w każdy piątek (oprócz świąt), w godz. 11.00–12.00, prowadzi webinary „Question Time!” na temat programu mobilności. Formularz zapisów: form.typeform.com/to/ArdpJSBL; goethe.de/ins/be/en/kul/eur/cme.html, e-mail: culturemoveseuropa@goethe.de.



Porozmawiajmy o szkoleniach

„Porozmawiajmy o szkoleniach” to cykl poświęcony inicjatywom szkoleniowym dofinansowanym w komponencie MEDIA. W każdym numerze magazynu polscy uczestnicy europejskich warsztatów odpowiadają na szereg pytań, dzieląc się doświadczeniem i wrażeniami. W tym odcinku rozmawiamy z Pauliną Zacharek, uczestniczką warsztatów CEE Animation.



CEE Animation Workshop to roczny program szkoleniowy poświęcony rozwojowi projektów i zwiększania umiejętności producentów filmów animowanych. Program towarzyszy zespołom od wczesnej fazy developmentu do ukończonego projektu gotowego do wejścia na międzynarodowy rynek w poszukiwaniu finansowania. W ramach szkolenia uczestnicy biorą udział w zajęciach grupowych, indywidualnych spotkaniach z tutorami, wykładach, klasach mistrzowskich oraz panelach. Zajęcia prowadzone są przez doświadczonych producentów i konsultantów scenariuszowych, a także ekspertów z różnych dziedzin sektora audiowizualnego.



Czym się Pani zajmuje? Jakie jest Pani doświadczenie zawodowe?

Zajmuję się szeroko pojętym wsparciem produkcji animacji, co – w moim przypadku – przekłada się przede wszystkim na organizowanie krajowych i międzynarodowych wydarzeń oraz szkoleń profesjonalizacyjnych dla branży, głównie w kontekście kształcenia przyszłych kadr. Jestem dyrektorką i główną programerką StopMoLab Training Programme – programu szkoleniowego dla międzynarodowej branży animacji *stop motion*. Od siedmiu lat jestem współorganizatorką Animarkt Stop Motion Forum, w którego ramach programuję sekcje Masters i Business. W tym roku współtworzyłam Animatora Pro, a kilka lat temu ogólnopolskie warsztaty tworzenia lalek animacyjnych. Wszystkie te działania skupiają się na tworzeniu przestrzeni, w której doświadczeni eksperci dzielą się doświadczeniem z młodszymi kolegami i przekazują im wiedzę w bardzo wąskich, specjalistycznych dziedzinach. Zajmuję się także wypracowaniem i promowaniem międzynarodowych standardów zrównoważonej produkcji animacji *stop motion*. Te wszystkie zadania realizuję w ramach firmy Momakin, którą kilka lat temu założyłam z Katarzyną Gromadzką i Agnieszką Kowalewską-Skowron. Dodatkowo, w ramach pracy jako członkini zarządu KIPA, pracuję nad stworzeniem Branżowego Centrum Umiejętności dla Animacji, gdzie będą kształceni przyszli polscy animatorzy. Drugą nogą mojej działalności jest tworzenie programów dystrybucyjno-edukacyjnych, głównie dla kin. Te działania realizuję głównie poprzez projekt #bajkizpolski, którego celem, z jednej strony, jest popularyzowanie wśród najmłodszych odbiorców aktywnego uczestnictwa w kulturze, chodzenia do kina, a także zapoznanie widzów z dorobkiem polskich studiów animacji. Z drugiej strony program ma na celu edukację kulturalną najmłodszych za pośrednictwem animacji.

Dlaczego zdecydowała się Pani uczestniczyć w warsztatach CEE Animation?

Od wielu lat Momakin współpracuje z CEE Animation, stąd znam ich projekty i jestem pod dużym wrażeniem kompleksowości działań. Kilkanaście miesięcy temu spotkałam Justynę Osiecką – architektkę, rysowniczkę, twórczynię

książek dla dzieci, która chciała jeden ze swoich książkowych projektów zaadaptować na potrzeby serialu animowanego. Jej pomysł jest przepiękny, nietuzinkowy i może stanowić nową jakość na międzynarodowym rynku animacji. Jest to projekt w bardzo wczesnej fazie developmentu i poszukiwałam dla niego odpowiedniego wsparcia w rozwijaniu. CEE Animation Workshop jest do tego idealnym miejscem. Zapewnia narzędzia do rozwoju nie tylko projektów, lecz także osobistego. Dodatkowo warsztaty dały mi możliwość podjęcia nowego wyznawania i sprawdzenia siebie w roli producentki (przy dużym wsparciu specjalistów), co było bardzo kuszące.

Czego oczekiwała Pani od szkolenia? Czy program spełnił Pani oczekiwania?

Nie miałam konkretnych oczekiwań, a raczej ciekawość. Wiedziałam, że CEE Animation zapewnia uczestnikom możliwość nauki od najlepszych w branży. Lista nazwisk i wykładowców kursu jest imponująca. Co więcej, wiedziałam, że w takich wydarzeniach kluczowe jest nawiązywanie kontaktów i na to głównie się nastawiałam. Podczas zgłaszania się do programu nie miałam konkretnej wiedzy, jak będzie wyglądała praca nad rozwojem projektu, jaką przybierze formę. Przyjęty system zaskoczył mnie bardzo pozytywnie. Praca w grupach, otrzymywanie feedbacków od wszystkich uczestników, a także słuchanie wypowiedzi ekspertów – opiekunów grup na temat każdego projektu było niezwykle rozwijające i otwierające. Taki system pozwalał zrozumieć specyfikę pracy nad różnymi projektami, odrębność podejścia do każdego z nich.

Jak wyglądała struktura warsztatów i grupa kursowa – ile osób brało w nich udział, z jakich krajów pochodzili uczestnicy, jakie obszary sektora reprezentowali, kim byli wykładowcy?

Warsztaty podzielone były na cztery tygodniowe moduły (trzy online, jeden stacjonarny, w tym roku realizowany w Łodzi). Każdy tydzień był bardzo intensywny, zajęcia trwały od 9 rano do około 17. Poranne spotkania poświęcone były na pracę w grupach, popołudniowe na zajęcia teoretyczne z zakresu produkcji, dystrybucji, prawa autorskiego i funkcjonowania branży animacji w Europie. W programie wzięło udział 26 osób, w tym 11 par (producent – scenarzysta) oraz czterech producentów indywidualnie. Struktura grup była bardzo zróżnicowana. W każdej byli reprezentanci filmów pełnometrażowych, krótkometrażowych, seriali. Moja grupa składała się z doświadczonych producentów filmów aktorskich czy dokumentów, którzy stawiali pierwsze kroki w animacji, twórców eksperymentalnych, a także osób, które miały spore umiejętności w tworzeniu reklam. Różnorodność projektów oraz odmienne zawodowe doświadczenia uczestników gwarantowały wielość spojrzeń na każdy projekt, bogactwo sugestii i ciekawą dyskusję. Uczestnicy pochodzili z Europy, m.in. z Czech, Słowacji, Litwy, Norwegii, Francji, Węgier, Serbii, Grecji. Mieliśmy okazję uczyć się od najlepszych w branży i to doświadczenie było bezcenne.

Czy udało się Pani nawiązać nowe kontakty podczas warsztatów?

Zdecydowanie tak. Nawiązałam kontakty z uznanymi producentami i ekspertami (naszymi wykładowcami), ale to, co uważam za najcenniejsze to kontakty, które wytworzyły się pomiędzy uczestnikami. Nieoceniona jest możliwość wymiany doświadczeń pomiędzy producentami, którzy rozpoczynają karierę w branży animacji, każdy w innym kraju, z nieco innymi możliwościami i wyzwaniem. To działało bardzo stymulująco na rozwój naszych projektów, a przede wszystkim na pomysły wzajemnej współpracy.

Co najbardziej podobało się Pani w warsztatach?

Poza niesamowitą atmosferą i możliwością poznania wielu osób z branży najbardziej ceniłam wszelkie zajęcia, które dotyczyły rozwoju biznesowego – zarówno w kontekście osobistej kariery, jak i budowania swojej firmy (tworzenie modelu biznesowego, zarządzanie finansami, negocjacje). Najcenniejsza w warsztatach była nauka rozmowy o projektach w sposób otwarty, szczery, krytyczny, ale jednocześnie z szacunkiem. Dzięki temu dzielił się ze sobą różnymi doświadczeniami i pomysłami w bardzo bezpiecznej atmosferze. To było wspaniałe uczucie, kiedy podczas warsztatów nad każdym omawianym projektem pochylali się wszyscy uczestnicy, sugerując rozwiązania, poszukując najlepszych dróg rozwoju.

Komu poleciłaby Pani ten program?

Każdej osobie, która chce rozpocząć swoją karierę jako producent animacji. Warsztaty nie tylko zapewnią podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania w branży, prowadzenia i rozwoju przedsiębiorstwa, lecz także pokażą, jak należy myśleć o projekcie animowanym, jak podchodzić do każdej fazy jego produkcji od developmentu po dystrybucję. Dodatkowo program wyposaży każdego w siatkę kontraktów potrzebnych do pracy nad projektami. Warsztaty poleciłabym też tym, którzy mają ciekawe projekty animowane i poszukują przestrzeni i wsparcia do ich rozwoju.

Jaką ocenę dałaby Pani warsztatom w skali od 1 do 10?

8 za atmosferę, jakość i rzetelność.



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego



Współfinansowane przez
Unię Europejską

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu