

Warszawa, 15 lipca 2014 r.

Film europejski w dobie cyfrowej. Łączenie różnorodności kulturowej z konkurencyjnością (COM(2014)272)

Konsultacje

Wstęp

Dziękując za zaproszenie do zaopiniowania podstawowych założeń komunikatu opublikowanego przez Komisję Europejską, chcemy zwrócić uwagę na fakt, że konsultacje te dotyczą kilku bardzo istotnych wątków z punktu widzenia funkcjonowania branży filmowej w Polsce, w tym producentów audiowizualnych. Ze względu na dość ogólną formę komunikatu i brak propozycji rozwiązań, poniżej przedstawione stanowisko KIPA w odniesieniu do najważniejszych punktów zaprezentowanych w Komunikacie Komisji Europejskiej, również jest dość ogólne.

Trudno nie zgodzić się z częścią diagnozy dotyczącej kondycji europejskiego sektora filmowego zaprezentowaną w treści komunikatu. Jako organizacja branżowa, działająca nie tylko w Polsce, ale także na arenie międzynarodowej, zgadzamy się z opinią przedstawioną w Komunikacie, że na rynku następują zmiany, które koniecznie należy obserwować i które mogą mieć kluczowe znaczenie dla rozwoju rynku audiowizualnego w Europie i podnoszenia jego konkurencyjności.

Zgadzamy się, że rozdrobnienie i fragmentaryzacja branży to jedno z najpoważniejszych wyzwań stojących przed branżą audiowizualną, które wpływa na ograniczenie konkurencyjności w stosunku do USA czy innych krajów. Duża liczba podmiotów funkcjonujących w branży, liczne, krajowe źródła finansowania, a przede wszystkim różnorodność kulturowa stanowią z jednej strony potencjał Europy – z drugiej jednak wpływają negatywnie na spójną politykę audiowizualną w szerszej i dłuższej perspektywie, na co zwracaliśmy już uwagę przy okazji innych konsultacji Komisji.

Co więcej, jak zauważono w komunikacie, preferencje widowni zmieniają się coraz bardziej dynamicznie, zarówno w odniesieniu do rodzaju treści jak i sposobu ich oglądania. Są to zmiany, których nie można ignorować i które mają poważne reperkusje dla europejskiej branży audiowizualnej.

Uwagi szczegółowe:

Development/ Szczególnie pozytywnie odbieramy propozycję, by krajowe systemy wsparcia produkcji filmowej koncentrowały się na developmencie (rozwój projektu). Od lat postulujemy, by development był traktowany w krajowym systemie wsparcia jako kluczowy etap procesu produkcji, który determinuje kolejne fazy i wszystkie działania produkcyjne.

Rozwój projektu ma zasadnicze znaczenie właśnie w odniesieniu do zmieniającej się widowni, której gusta należy dokładnie analizować i z większą dokładnością uwzględniać je w projektach, w sferze merytoryczno-artystycznej, ale także w sferze strategii dystrybucji i upowszechniania. To zadania, które w pierwszej kolejności stoją przed producentami właśnie na etapie developmentu, dlatego tak istotne jest odpowiednie i adekwatne wsparcie tej fazy produkcji, które umożliwi rzetelne wykonanie prac niezbędnych dla powodzenia filmu. Obecnie, w warunkach polskich, w naszym przekonaniu zbyt mało środków przeznaczanych jest na development. Co więcej, gro tych środków zarezerwowane jest na prace literackie związane ze scenariuszem – nie umniejszając zasadności wydatkowania środków na te cele, zaznaczamy, że w szerszym stopniu powinny być uwzględniane także koszty developmentu produkcyjnego oraz producenckiego – pozwalającego pozyskać odpowiednich koproducentów, opracować strategię dystrybucji i promocji w odniesieniu do konkretnego widza, zbadać potencjał filmu i jego widownię, etc.

Dystrybucja/Zgadza się z opinią, która potwierdzana jest także przez dane płynące z rynku, iż dystrybucja czy promocja są istotne dla powodzenia filmu i rzeczywiście działania te powinny być traktowane ze szczególną uwagą. Co do zasady więc, nie mamy zastrzeżeń, jednak zwracamy uwagę, że większe wsparcie dystrybucji czy promocji nie powinno odbywać się kosztem środków zarezerwowanych dla procesu produkcji. W tych krajach, w których funkcjonuje pomoc automatyczna dla produkcji filmowej, czy to w postaci rabatów czy ulg podatkowych, wsparcie dystrybucji i promocji w wyższym stopniu jest możliwe, ale w krajach, które nie mają tak rozbudowanego systemu finansowania, gdzie sytuacja finansowa branży filmowej nie jest stabilna – należy wyważyć działania przenoszące akcent z produkcji na dystrybucję i promocję.

Zgadza się z tym, że należy zapewnić efektywne powiązania między produkcją a dystrybucją i promocją, jednak zwracamy uwagę, że w Komunikacie nie znalazła się żadna propozycja mechanizmu, który mógłby takie powiązanie gwarantować. Uważamy, że kraje członkowskie powinny mieć indywidualne podejście do tych kwestii biorąc pod uwagę różną zdolność produkcyjną i sytuację finansową branży.

Transparentność/Bardzo istotnym punktem Komunikatu jest w naszej opinii działanie na rzecz zwiększenia transparentności danych dotyczących wyników osiągniętych przez filmy finansowane ze środków publicznych. Bardzo często na rodzimym rynku borykamy się z brakiem wiarygodnych informacji na temat dystrybucji, ponieważ nie istnieją narzędzia czy mechanizmy pozwalające na generalną weryfikację i analizę informacji wpływających od dystrybutorów, a te są kluczowe dla oceny strategii promocyjnej czy dystrybucyjnej, nie wspominając już o przychodach z eksploatacji w ogóle. Uważamy, że powinien istnieć wymóg publikacji danych dotyczących różnych kanałów dystrybucji – zgodnie z propozycją zawartą w Komunikacie, w przypadku filmów dofinansowanych ze środków publicznych, w tym również z regionalnych funduszy filmowych. Bez wprowadzenia właściwego systemu w tym zakresie, trudno wyobrazić sobie zwiększenie jawności danych w przypadku kin czy dystrybutorów.

Okna dystrybucyjne/ Bez wątplenia nowe technologie zmieniają obraz funkcjonowania rynku, nie tylko w zakresie rozwoju czy realizacji samego projektu, ale także właśnie na etapie odbioru przez widza, który coraz częściej korzysta z urządzeń mobilnych tudzież z nowych platform, pozwalających mu decydować o czasie i miejscu oglądania filmów czy programów.

Rynek audiowizualny nie może pozostać obojętny wobec tych wyzwań i rzeczywiście zgadzamy się, że należy rozważać bardziej elastyczne podejście do okien eksploatacyjnych, jednak w naszej opinii decyzja o ewentualnym skróceniu czy zamianie kolejności powinna należeć do producenta, który w zależności od projektu kształtuje strategię eksploatacji w umowach z konkretnymi kontrahentami. Trudno bowiem ustalić tzw. commercial run czy inny, jednolity system dla wszystkich rodzajów produkcji, inaczej będzie kształtowała się eksploatacja komercyjnych tytułów, inaczej filmów dokumentalnych czy trudnych. W naszej opinii w przypadku tych ostatnich należy wziąć pod uwagę skrócenie okien dystrybucyjnych – lecz nadal powinna to być decyzja biznesowa i indywidualna właściciela praw/ producenta.

Przedsiębiorczość/ Jako samorząd gospodarczy reprezentujący producentów filmowych i telewizyjnych popieramy pomysł profesjonalizacji filmowców w zakresie przedsiębiorczości, jest to także jeden z celów KIPA w 2015 roku. Uważamy, że ten aspekt codziennej działalności reprezentantów rynku filmowego wymaga uwagi, bowiem nasze doświadczenia wskazują, iż dodatkowe umiejętności w tym zakresie wpłynęłyby pozytywnie na firmy funkcjonujące w branży i ogólny rozwój rynku, a producenci powinni mieć możliwość korzystania z programów pozwalających na rozwój firm, by rozszerzać swoje możliwości operacyjne, koncentrując się nie tylko na pojedynczych projektach. Uważamy jednak, że powinien zostać uruchomiony szerszy program ze środków unijnych przewidzianych w perspektywie 2014-2020 z zakresu Innowacyjności Gospodarki, dedykowany przemysłowi kreatywnym oraz częściowo ze środków przeznaczonych na Kapitał Społeczny (PO WER, Inteligentny Rozwój). Takie podejście wpłynęłoby także pozytywnie na podkreślaną przez Komisję potrzebę cross-sektorowego podejścia do współpracy branży filmowej z innymi sektorami kultury.

Edukacja/ W aspekcie archiwizacji i udostępniania w celach edukacyjnych materiałów audiowizualnych jesteśmy zwolennikami systemu wykupu praw na podobnych zasadach, jakie funkcjonują w odniesieniu do bibliotek. Często wykup praw odbywa się przy bardzo niskich kwotach (więc nie stanowi to bariery dla utworzenia takiego funduszu), chodzi jednak o to, by nie stwarzać automatycznego czy bezwarunkowego systemu, a zostawiać ostateczną decyzję właścicielom praw do utworów AV. Uważamy, że należałoby stworzyć/ wyodrębnić budżet na tworzenie zasobów bibliotecznych na podobnej zasadzie na której stworzona została FilMOTEKA Szkolna – w ramach PISF, czyli oparta o mechanizm licencyjny.

Wsparcie VOD/ W odniesieniu do VOD podzielamy częściowo zdanie, iż znaczenie platform internetowych wzrasta, jednak nie zgadzamy się z filozofią, że wymagają one bezpośredniego wsparcia z uwagi na ponoszone koszty transakcyjne, w tym przygotowania kopii matki, czy odpowiednich wersji językowych - obowiązki te leżą w gestii dystrybutorów, agentów sprzedaży czy samych producentów. W naszej opinii wsparcie dla platform internetowych mogłoby być uzależnione od partycypowania takich podmiotów w produkcji filmowej, jak zresztą w Komunikacie brane jest pod uwagę. W takich przypadkach, gdy platforma współuczestniczy i odpowiada finansowo za produkcję, wsparcie tego kanału dystrybucji byłoby celowe i pozwalałoby rozwinąć się na tym polu także innym, mniejszym podmiotom, czy wręcz producentom chcącym działać w tym zakresie samodzielnie (np. przy mniejszych produkcjach). Co więcej, producenci tabletów, iphonów czy sieci komórkowe, które korzystają z treści audiowizualnych (urządzenia mobilne to przecież także odbiorniki treści) także powinny naszym zdaniem partycypować w finansowaniu systemu produkcji.

Zmienił się model biznesowy dystrybucji – powinna zmienić się także struktura finansowania treści.

Ważne jest także, by o ewentualnym wsparciu rozmawiać wtedy, gdy znane będą dane nt. tego kanału dystrybucji. Trudno mówić o programach wsparcia dla tych działań, o których niewiele wiadomo. Po drugie systemowe wsparcie cyfrowych kanałów dystrybucji powinno być rozważane, jeśli takie podmioty będą gwarantowały bezpieczeństwo powierzonego im kontentu i jego legalność.

Zawiązywanie współpracy międzysektorowej/ To bardzo ważny argument zawarty w propozycji Komisji i w pełni się z nim zgadzamy, przemysły kreatywne powinny w naszej opinii ściśle ze sobą współpracować, by skorzystać z efektu synergii działań. Współczesny widz bowiem często nie chce ograniczać się do tradycyjnych sposobów uczestniczenia w kulturze. Takie podejście wymaga działań cross-sektorowych, w Polsce zilustrowanych m.in. przez fundatorów stowarzyszenia Kreatywna Polska, skupiającego największe podmioty działające w różnych sektorach przemysłów kreatywnych.


Alicja Grawon
Dyrektor ds. Programowych
Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych