

PAŹDZIERNIK 2023 R.

INTER
_FILM
LAB _

7.0



INTERFILMLAB 7.0

- edukacja na rzecz zwiększenia konkurencyjności
i możliwości eksportowych polskiego przemysłu filmowego

**KOPRODUKCJE MIĘDZYNARODOWE
JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU
POLSKIEJ KINEMATOGRAFII**

DR ANNA WRÓBLEWSKA

INSTYTUT KOSMOPOLIS FUNDACJA NAUKI, KULTURY I EDUKACJI

INTERFILMLAB 7.0

**- edukacja na rzecz zwiększenia konkurencyjności
i możliwości eksportowych polskiego przemysłu filmowego**

KOPRODUKCJE MIĘDZYNARODOWE JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU POLSKIEJ KINEMATOGRAFII

dr Anna Wróblewska

**Instytut KOSMOPOLIS Fundacja Nauki, Kultury i Edukacji
październik 2023 r.**

wydawca:

Instytut KOSMOPOLIS Fundacja Nauki, Kultury i Edukacji (Polska)

partnerzy:

Stowarzyszenie FILMFORUM (Polska)

KINOGRAPHE (Francja)

Stiftelsen Amandusfestivalen (Norwegia)

Cinemahall (Ukraina)

Malta Film Foundation (Malta)

Associazione Cinematografica e Culturale LABORATORIO DEI SOGNI (Włochy)

współpraca redakcyjna:

Maciej Dominiak

Natalia Hluzow

Monika Antoniak

Marek Pawlikowski

skład:

Fundacja na Rzecz Niematerialnego Dziedzictwa Kultury w Polsce



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Centrum
Rozwoju
Przemysłów
Kreatywnych

Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pozostających w dyspozycji Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych w ramach Programu „Rozwój Sektorów Kreatywnych 2023”.

Spis treści

WPROWADZENIE Projekt INTERFILMLAB 7.0 - edukacja na rzecz zwiększenia konkurencyjności i możliwości eksportowych polskiego przemysłu filmowego...	4
ROZDZIAŁ I. Czym jest koprodukcja międzynarodowa? Koprodukcje w Polsce po 2005 roku	6
ROZDZIAŁ II. Podstawy prawne koprodukcji. Finansowanie koprodukcji międzynarodowych.....	13
ROZDZIAŁ III. Różnice kulturowe i rola komunikacji.....	21
ROZDZIAŁ IV. Analiza przykładów polskich koprodukcji	26
ROZDZIAŁ V. Wyzwania dystrybucji.....	37
Bibliografia i źródła	42

WPROWADZENIE

Projekt INTERFILMLAB 7.0 - edukacja na rzecz zwiększenia konkurencyjności i możliwości eksportowych polskiego przemysłu filmowego

Celem projektu INTERFILMLAB 7.0 było dostarczenie młodym filmowcom - przede wszystkim producentom kreatywnym i reżyserom, ale także osobom planującym rozwój zawodowy w takich specjalizacjach jak agent sprzedaży, czy dystrybutor filmowy - wiedzy na temat funkcjonowania międzynarodowego rynku filmowego oraz możliwości wzmocnienia potencjału eksportowego polskiego kina już na etapie rozwoju projektów filmowych i planowania produkcji.

Projekt INTERFILMLAB 7.0 był przede wszystkim serią szkoleń dedykowanych studentom szkół filmowych, promujących otwarcie polskiego przemysłu filmowego na nowoczesne technologie oraz innowacyjne metody działania zwiększające konkurencyjność dokonań artystycznych młodych polskich filmowców. Tematem szkoleń były zasady produkcji, sprzedaży, promocji i dystrybucji utworów audiowizualnych na rynku międzynarodowym.

Funkcjonowanie na międzynarodowym rynku audiowizualnym wymaga od współczesnych twórców zdobycia wielu nowych umiejętności w zakresie zarządzania projektem artystycznym i realizacją filmu aż do momentu udostępnienia go widzowi. Z tego właśnie powodu kluczową rolę odgrywa edukacja młodych twórców i producentów na temat zasad międzynarodowej produkcji filmowej, kanałów dotarcia do zagranicznych systemów produkcji i dystrybucji w poszczególnych krajach oraz kryteriów produkcyjnych warunkujących potencjalny sukces komercyjny filmu polskiego na zagranicznych rynkach.

W ramach projektu INTERFILMLAB 7.0 odbyły się wykłady i warsztaty praktyczne obejmujące takie zagadnienia, jak: efektywna organizacja pracy i kosztów, kreatywne myślenie o projekcie, poszukiwanie kanałów dystrybucji, pozycjonowanie projektu na rynku oraz kluczowe znaczenie developmentu i preprodukcji. Kompleksowe szkolenia zrealizowano podczas 16. Ogólnopolskich Spotkań Filmowych KAMERALNE LATO

w Radomiu oraz 10. edycji WAMA Film Festival w Olsztynie. Niniejsza publikacja stanowi podsumowanie zagadnień praktycznych omawianych w trakcie tych wydarzeń.

ROZDZIAŁ I.

Czym jest koprodukcja międzynarodowa? Koprodukcje w Polsce po 2005 roku

Mianem koprodukcji można określić jakąkolwiek produkcję, w której bierze udział więcej niż jedna strona zainteresowana. Może to się odbyć drogą współpracy partnerskiej, przedsięwzięcia zespołowego lub każdego innego rodzaju kooperacji. Współpraca międzynarodowa oferuje wiele unikatowych możliwości dla producentów. To między innymi zwiększenie możliwości finansowych i minimalizacja ryzyka, zapewnienie szerszej dystrybucji i eksploatacji, większy dostęp do twórców i aktorów z innych krajów, a także nowe możliwości produkcyjne. Koprodukcje stają się coraz bardziej popularne, każdego roku ponad 300 europejskich filmów powstaje w wyniku współpracy międzynarodowej.

Według definicji Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych, przez koprodukcję międzynarodową filmu fabularnego rozumiemy przedsięwzięcie co najmniej dwóch producentów, z dwóch różnych krajów, polegające na wspólnym wyprodukowaniu filmu. Wedle takiej definicji producenci to odrębne osoby prawne (firmy) działające zgodnie z zasadami i prawnymi regulacjami w krajach, z których pochodzą. Zasadą podstawową ich wspólnego przedsięwzięcia jest wnoszenie przez partnerów wkładów koprodukcyjnych (finansowych lub rzeczowych). Wnoszenie przez partnerów wkładów odróżnia koprodukcję od usługi produkcyjnej, w jej przypadku mamy bowiem do czynienia tylko ze świadczeniem usług przez jedną ze stron na rzecz drugiej, która za te usługi płaci. Cechą koprodukcji jest także dzielenie się przez partnerów prawami do filmu w proporcjach określonych w umowie między nimi. Proporcje podziału praw wynikają najczęściej z proporcji wkładów wnoszonych przez każdą ze stron umowy.

- Robiąc film nie patrzę na to, czy to będzie koprodukcja mniejszościowa czy większościowa. Najważniejsza jest dla mnie artystyczna wartość projektu. Do współpracy szukam osób, które są najlepsze, które będą potrafiły rozwinąć projekt w sposób twórczy. Robiąc film trzeba trafić często w gust dystrybutorów odpowiedzialnych za rozpowszechnianie danego obrazu. Dystrybutorzy poszukują filmów, na których uda im się zarobić. Jeżeli chcemy, żeby nasze filmy weszły do powszechnej dystrybucji również za granicą, musimy tworzyć koprodukcje uniwersalne, które będą zrozumiałe dla widzów w wielu krajach - mówi Ewa Puszczynska, producentka (2011).

Od czasu wejścia Polski do Unii Europejskiej (2004), a przede wszystkim uchwalenia Ustawy o kinematografii (2005), polscy producenci coraz śmielej i chętniej uczestniczą w projektach międzynarodowych, chociaż trzeba zaznaczyć, że stawiają na koprodukcje dofinansowane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej. Już po kilku miesiącach istnienia Polski Instytut Sztuki Filmowej zaprezentował ofertę polskiej kinematografii na festiwalu w Berlinie w 2006 roku. Wkrótce Polska przystąpiła do dwóch głośnych koprodukcji, które pozwoliły na zaistnienie w świadomości filmowców europejskich. Były to filmy „Strajk” Volkera Schlöndorffa oraz „Nocna straż” Petera Greenawaya. W pierwszym okresie istnienia Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej najbardziej efektownymi koprodukcjami były „Rzeź” Romana Polańskiego, „Antychryst” Larsa von Triera, „Dzieci Ireny Sendlerowej” Johna Kenta Harrisona, „Wyspa skazańców” Mariusa Holta, „Kobieta z piątej dzielnicy” Pawła Pawlikowskiego, „Robert Mitchum nie żyje” Oliviera Bobineta, „Nagroda” Pauli Markovitch, „Znieważona ziemia” Michale Boganim, „Essential Killing” i „Cztery noce z Anną” Jerzego Skolimowskiego oraz „Sponsoring” Małgorzaty Szumowskiej.

W kolejnych latach powstały w tym modelu tak znane filmy, jak „Imagine” Andrzeja Jakimowskiego, „Kongres” Ari Folmana, „11 minut” Jerzego Skolimowskiego, „Niewinne” Anna Fontaine, „Maria Skłodowska-Curie” Marie Noelle, „Fuga” Agnieszki Smoczyńskiej, „Kawki na drodze” Olmo Omerzu, „Pokot” Agnieszki Holland i Kasi Adamik, „Pomiędzy słowami” Urszuli Antoniak, „Wilkołak” Adriana Panka, „Ayka” Siergieja Dworcewoja, „Historia

prawdziwa” Romana Polańskiego, „Dolina Bogów” Lecha Majewskiego, „Geniusze” Thora Kleina, a także „Obywatel Jones” i „Szarlatan” Agnieszki Holland.

Mimo spustoszeń dokonanych przez pandemię w 2020 roku i zachwiania się modelu dystrybucji filmowej przy jednoczesnej ekspansji platform VOD, popularność koprodukcji się utrzymuje. Koprodukcjami są: „Aida” Jasmili Žbanić, „Jak najdalej stąd” Piotra Domalewskiego, „Niepamięć” Christosa Nikou, „Sweat” Magnusa von Horna, „Cicha ziemia” Agi Woszczyńskiej, „Nosorożec” Olega Sencowa, „Śniegu już nigdy nie będzie”, „Infinite Storm” i „Kobieta z..” Małgorzaty Szumowskiej, „Głupcy” Tomasza Wasilewskiego, „Styczeń” Viestursa Kairissa, „Kobieta na dachu” Anny Jadowskiej, „Pamfir” Dmytro Sukholytkyy'ego-Sobchuka, „Roving Woman” Michała Chmielewskiego, „The Silent Twins” Agnieszki Smoczyńskiej, „Norwegian Dream” Leiva Igora Devolda, „Święty” Sebastiana Buttnego, „Uśmiech losu” Andrzeja Jakimowskiego, „Lęk” Sławomira Fabickiego, „Imago” Olgi Chajdas oraz „Pałac” Romana Polańskiego. Rok 2023 ma dwie wielkie koprodukcyjne gwiazdy: „Zieloną granicę” Agnieszki Holland, którą po miesiącu obejrzało w Polsce 700 000 widzów oraz nagradzaną i cenioną koprodukcję mniejszościową „Strefa interesów” Jonathana Glazera. Dofinansowane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej koprodukcje większościowe przyniosły Polsce najważniejsze światowe nagrody, w tym nominacje do Oscara. To takie tytuły, jak „W ciemności” Agnieszki Holland, „Ida” i „Zimna wojna” Pawła Pawlikowskiego oraz „IO” Jerzego Skolimowskiego.

Wśród najdroższych koprodukcji zagranicznych znajdują się takie filmy, jak „Rzeź” (ponad 78 mln zł), „Antychryst” i „Dzieci Ireny Sendlerowej” (oba ok. 36 mln zł). Należy zaznaczyć, że koprodukcje większościowe nie muszą być dużymi, efektownymi produkcjami – mogą być to nisko- lub średniobudżetowe filmy realizowane z udziałem krajów sąsiadujących: Czech, Słowacji, Niemiec. Koprodukcja międzynarodowa bez wsparcia PISF jest rzadkością. Już sam rzut oka na przytoczone tytuły pokazuje, że koprodukcje mniejszościowe i większościowe znacząco zmieniły obraz polskiej kinematografii po reformie 2005 roku i ten trend się utrzymuje.

Liczbę koprodukcji mniejszościowych i większościowych na tle całości produkcji filmów fabularnych przedstawia poniższa tabela.

Liczba pełnometrażowych polskich filmów fabularnych, liczba filmów wspartych przez PISF oraz liczba koprodukcji wspartych przez PISF

Rok produkcji (według raportu producenckiego lub bazy filmpolski.pl)	Filmy fabularne razem	Filmy wsparte przez PISF razem (koprodukcje i krajowe, zachęty, Munk)	Procent produkcji wspartej przez PISF	Koprodukcje większościowe wsparte przez PISF	Koprodukcje mniejszościowe wsparte przez PISF
2007	28	21	75	3	3
2008	33	27	81	3	5
2009	47	37	78	5	7
2010	54	42	77	3	9
2011	43	32	74	4	7
2012	42	33	78	5	7
2013	31	18	58	1	3
2014	40	26	65	2	3
2015	47	32	68	4	5
2016	60	35	58	2	8
2017	63	43	68	3	13
2018	48	35	73	5	11
2019	54	26	48	3	3
2020	42	34	79	4	6
2021	68	48	71	3	6
2022	73	45	62	7	8

Źródło: opracowanie własne

Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych wyróżnia kilka powodów, dla których producenci decydują się pracować w modelu międzynarodowym. Są one następujące.

- Scenariusz daje naturalne powody do koprodukcji, czyli akcja filmu rozgrywa się w innym kraju lub bohaterami są obcokrajowcy. Ułatwia to pozyskanie partnera, a następnie poszukiwanie finansowania, w rezultacie - otrzymanie efektów nieosiągalnych w kraju producenta wiodącego i ważnych dla projektu („Imagine”, 2012, Polska-Francja-Portugalia; „Cicha ziemia”, 2021, Polska-Włochy-Czechy; „Zimna wojna”, 2017, Polska-Francja-Wielka Brytania).
- Producent chce powiększyć możliwości finansowania o źródła zagraniczne, zwłaszcza w sytuacji, w której może napotkać problemy z finansowaniem z jednego rynku, a film ma potencjał i ambicje międzynarodowej dystrybucji. Dodatkowo wiąże się to z możliwością otrzymania funduszy ponadnarodowych (m.in. Eurimages). Wówczas finansowanie buduje się z wielu źródeł („Ida”, 2013,

Polska-Dania; „11 minut”, 2015, Polska-Irlandia; „Zielona granica”, 2022, Polska-Francja-Czechy-Belgia)

- Istotnym powodem koprodukcji jest chęć pozyskania do współpracy realizatorów lub aktorów z innych krajów, dających projektowi nowe możliwości artystyczne. Naturalnym zabiegiem jest połączenie udziału twórców pochodzących z innego kraju z partnerem koprodukcyjnym i finansowaniem z tego samego kraju („33 sceny z życia”, 2008, Polska-Niemcy; „Kongres”, 2013, Polska-Belgia-Francja-USA-Izrael-Luksemburg-Niemcy; „The Silent Twins”, 2022, Polska-USA-Wielka Brytania).

Dodatkowe powody uwzględniane przez koproducentów:

- Koprodukcje międzynarodowe poszerzają możliwości eksploatacji filmu poza kraj producenta, gdyż koproducenci niejako zapewniają możliwość szerszej lub węższej dystrybucji w ich krajach („W ciemności”, 2011, Polska-Kanada-Niemcy; „Ida”, 2013, Polska-Dania; „Szarlatan”, 2020, Czechy-Polska-Irlandia). Koproducent z innego kraju ma większe możliwości znalezienia na miejscu dystrybutora, gdyż lepiej zna rynek.
- Koproducenci zwiększają możliwości promocji festiwalowej, mają dostęp do festiwali w ich własnych krajach, ale też swoje własne kontakty na międzynarodowych, cieszących się uznaniem wydarzeniach.
- Koprodukcje stwarzają szansę szerszego wykorzystania zachęt finansowych (zachęty cash rebate działające w Polsce od 2019 r.) poprzez możliwość przyływu do Polski dodatkowych środków i tym samym zwiększenie poziomu polskich kosztów kwalifikowalnych uprawniających do otrzymania 30% zwrotu z zachęt. W rezultacie tworzone są dodatkowe środki na finansowanie projektu w Polsce („Śniegu już nigdy nie będzie”, 2021, Polska-Niemcy; „The Silent Twins”, 2022, Polska-USA-Wielka Brytania).

- Trzeba zacząć od takich festiwali, jak Mastercard Off Camera i Nowe Horyzonty, mieć naprawdę dobry i świetnie przygotowany projekt i zarazić nim innych ludzi. To proste - podchodzisz do uczestników jednego z takich spotkań networkingowych ze swoim projektem. Kilka dni po spotkaniu wysyłasz komplet materiałów. Jeśli producent odpowiada i korespondencja się rozwija, umawiasz się na spotkanie w Berlinie czy Cannes. Warto jest także aktywnie zabiegać o projekty poszukujące partnerów mniejszościowych. Na pitchingach, spotkaniach „one to one”, prezentacjach, warto wyszukiwać wiarygodnych partnerów, których produkcje są nam w jakiś sposób bliskie i najzwyczajniej w świecie oferować współpracę – mówi Agata Szymańska, producentka (2018).

Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych rekomenduje kilka sposobów na pozyskanie partnera w koprodukcji międzynarodowej. Najbardziej oczywistą metodą jest bezpośrednie zwrócenie się do firmy producenckiej w innym kraju z propozycją koprodukcji filmu. Firmy takie identyfikuje się w wyniku researchu i sieci kontaktów. Popularną metodą poszukiwania koproducentów jest także udział w wydarzeniach branżowych, takich jak targi koprodukcyjne, sesje pitchingowe. Może być to udział z konkretnym, własnym projektem, w poszukiwaniu partnerów koprodukcyjnych (najczęściej mniejszościowych) albo w roli obserwatora, w poszukiwaniu innych projektów i ich producentów. Udział w takim wydarzeniu daje szansę na budowanie sieci kontaktów, kluczowej dla funkcjonowania na międzynarodowym rynku. Wydarzenia te najczęściej związane są z festiwalami filmowymi. KIPA poleca zwłaszcza te, które specjalizują się we wspieraniu projektów z naszej części Europy:

- Polish Days podczas MFF Nowe Horyzonty we Wrocławiu, współorganizowane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF). Międzynarodowej publiczności prezentowane są polskie projekty na różnych etapach – developmentu, work in progress, filmy ukończone.

- Industry @ Tallinn & Baltic Event podczas Black Nights Film Festival w Tallinie, z sekcją International Works in Progress. Celem forum jest ułatwienie kontaktów producentów z krajów bałtyckich i skandynawskich z producentami z reszty świata.
- Connecting Cottbus (coco) podczas Festiwalu Filmowego w Cottbus, określane jako “East-West co-production market and a networking platform focusing on Eastern European cinema”. Podczas wydarzenia prezentowane są projekty w trakcie developmentu oraz works in progress/postproduction związane tematycznie lub produkcyjnie ze wschodnią Europą.
- When East Meets West, co-production Forum, podczas Festiwalu Filmowego w Trieście, prezentujące projekty w trakcie developmentu.
- Eastern Promises Industry Days podczas Festiwalu Filmowego w Karlowych Varach, sekcje: Works in Progress oraz Works in Development – Feature Launch.
- European Film Market podczas Festiwalu Filmowego BERLINALE. Jeden z największych marketów w całej Europie, jest ważnym i popularnym miejscem spotkań dla producentów z Polski, bardziej dostępnym niż Marché du Film w Cannes czy AFM w Los Angeles.

- Koprodukcje otwierają nowe możliwości na rynku międzynarodowym. W przypadku ubiegania się o fundusze międzynarodowe lub zagraniczne fakt, że producent ma już doświadczenia na tym polu jest szczególnie ceniony. Moja koprodukcja mniejszościowa zadebiutowała na dużym, dobrym festiwalu, czyli na BERLINALE, co także ma swoje znaczenie. Łatwiej wyrwać się z anonimowości. Kiedy już ma się komfort pierwszej udanej koprodukcji, łatwiej jest dokonywać wyborów, powiedzieć sobie, że będę robić już tylko takie filmy, jakie naprawdę chcę – mówi Agnieszka Dziedzic (2018).

ROZDZIAŁ II.

Podstawy prawne koprodukcji. Finansowanie koprodukcji międzynarodowych

1. ASPEKTY PRAWNE

Koprodukcja może mieć charakter porozumienia finansowego, na mocy którego producenci z różnych krajów łączą siły dla skorzystania z subsydiów w ich krajach rodzimych. Jednakże od lat dominuje podejście, wedle którego koprodukcja to twórcza współpraca, w której każda ze spółek produkcyjnych odgrywa menedżerską / producencką i kreatywną rolę. Koprodukcje mogą być tworzone w oparciu o traktat międzynarodowy albo bez niego.

Jak zauważa Artur Majer, najważniejszym aktem prawnym czyniącym Polski Instytut Sztuki Filmowej instytucją międzynarodową jest ustawa o kinematografii. w art. 22 ust. 1 określa się w niej, że z wnioskiem o dofinansowanie może do PISF wystąpić *każdy podmiot prowadzący działalność w zakresie kinematografii, zarówno polski, jak i z innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej lub z państwa członkowskiego Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) - stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym, bez względu na formę organizacyjno-prawną oraz strukturę własności.* Rozporządzenie Ministra Kultury z dnia 27 października 2005 roku ustala preferencyjne warunki finansowe dla koprodukcji międzynarodowych, a jednocześnie stawia wymóg, by dofinansowanie PISF było w co najmniej 80% wydatkowane na terenie Polski. Rzeczpospolita Polska, od 1991 roku będąc członkiem Rady Europy, honoruje Europejską konwencję o koprodukcji filmowej z 2 października 1992 roku, a jej członkostwo w Funduszu Eurimages daje polskim producentom możliwość wnioskowania o dofinansowanie projektów.

Europejska Konwencja o Koprodukcji Filmowej została uchwalona w 1992 r., a nowelizowana w 2017 r. Konwencją jest związanych 40 krajów, głównie europejskich, w tym Polska. W przypadku koprodukcji wielostronnej minimalny wkład koproducenta musi wynieść co najmniej 10% (5% według nowelizacji Konwencji), a maksymalny nie więcej niż 70% (80% wg nowelizacji Konwencji) całkowitego budżetu filmu. W przypadku

koprodukcji dwustronnej wkład minimalny koproducenta to co najmniej 20% (10% według nowelizacji Konwencji), a maksymalny nie więcej niż 80% (90% według nowelizacji Konwencji) całkowitego budżetu filmu. Wkład każdego z koproducentów powinien mieć charakter techniczny i artystyczny. Konwencja dopuszcza możliwość udziału w koprodukcji partnera lub partnerów z wkładem tylko finansowym, pod warunkiem, że wkład taki to nie mniej niż 10% i nie więcej niż 25% całkowitego budżetu filmu. Aby skorzystać z postanowień Konwencji, koproducenci muszą złożyć wniosek o nadanie statusu oficjalnej koprodukcji do odpowiedniego urzędu. w Polsce jest to PISF.

Relacje koprodukcyjne są też regulowane umowami międzyrządowymi. W przypadku koprodukcji międzynarodowej dwustronnej, gdy taka umowa międzyrządowa istnieje, ma ona pierwszeństwo w stosowaniu w stosunku do Europejskiej Konwencji. Polska zawarła dwustronne umowy o koprodukcji z Francją, Kanadą, Izraelem, Indiami oraz Nową Zelandią. Umowy te zazwyczaj zawierają warunki podobne do warunków koprodukcji dwustronnej według Europejskiej Konwencji, np. określają minimalny wkład finansowy mniejszościowego koproducenta na 20% budżetu filmu.

- Polski Instytut Sztuki Filmowej finansuje film maksymalnie w 50%, a producenci muszą gdzieś znaleźć resztę brakujących pieniędzy. Są oczywiście fundusze regionalne, ale to za mało. Jednym ze sposobów uzupełniania budżetu filmu są właśnie koprodukcje. To powoduje, że nasze scenariusze muszą być bardziej uniwersalne, muszą być zrozumiałe przez naszych potencjalnych partnerów, ale dzięki temu mają większą szansę na to, żeby zaistnieć poza Polską. Najlepszym przykładem jest nasza „Ida”, sprzedana do ponad 60 krajów – mówi Piotr Dzięcioł, producent (2014).

2. FINANSOWANIE

- *Fundusze narodowe*

Większość narodowych funduszy filmowych ma specjalny priorytet finansowania koprodukcji, często pod nazwą funduszu koprodukcji mniejszościowych. Przykładem takiego wydzielenia środków jest Priorytet VI w Programie Operacyjnym „Produkcja filmowa” PISF. Programy operacyjne PISF zawierają zapisy odnoszące się do kwestii filmów realizowanych w koprodukcji międzynarodowej i wyróżniają dwa rodzaje koprodukcji:

koprodukcja większościowa - z dominującym wkładem koproducenta polskiego; do koprodukcji takich odnoszą się praktycznie wszystkie zasady określone w Programie Operacyjnym „Produkcja Filmowa”, Priorytet II, dla produkcji w 100% finansowanych w Polsce. Dotyczy to między innymi kwot dofinansowania możliwych do uzyskania.

koprodukcja mniejszościowa - a więc z mniejszościowym wkładem koproducenta polskiego. w programach operacyjnych określona jest definicja takiej koprodukcji, która określa minimalne wkłady finansowe polskiego koproducenta (zgodnie ze znowelizowaną Konwencją Europejską) oraz minimalny wkład artystyczny polskich twórców w produkcję filmu.

Fundusze stosują podstawowe zasady Europejskiej Konwencji o koprodukcji filmowej, co tworzy w miarę jednolity system prawny. Ułatwia to producentom poruszanie się w dosyć skomplikowanym i sformalizowanym systemie koprodukcyjnym. Zazwyczaj fundusze nakładają obowiązek wydania kwoty dotacji w swoim kraju.

Poziom uzyskiwanego dofinansowania na koprodukcje mniejszościowe jest odmienny w poszczególnych krajach. Są to kwoty mieszczące się w przedziale od 5 do 10% średniego budżetu europejskiego filmu. Często kwoty średnich dotacji są skalkulowane na poziomie minimalnych wkładów wymaganych w Europejskiej Konwencji. Czasem konsekwencją tych zapisów jest konieczność tworzenia struktur koprodukcyjnych składających się z większej liczby krajów.

- ***Eurimages***

Eurimages jest funduszem Rady Europy założonym w 1989 r. Tworzy go obecnie 39 krajów oraz Kanada jako członek stowarzyszony. Fundusz wspiera produkcję filmową, a jego roczny budżet wynosi około 27,5 mln euro. Większość z tych środków jest przeznaczona na wsparcie koprodukcji międzynarodowych. Eurimages wspiera produkcję pełnometrażowych filmów fabularnych i animowanych oraz filmów dokumentalnych

dłuższych niż 70 minut. Aplikować mogą producenci projektów, w które zaangażowanych jest przynajmniej dwóch koproducentów z dwóch krajów członkowskich Funduszu, z których przynajmniej jeden należy do Rady Europy. Koproducenti z krajów nie będących członkami Funduszu mogą uczestniczyć w produkcji, jeśli łączny procent udziału takich koproducentów nie przekracza 30% całości budżetu projektu. To, co istotne, złożenie wniosku jest możliwe, jeżeli w terminie rozpoczęcia sesji Eurimages zrealizowane zostało nie więcej niż 50% zdjęć do projektu.

- Głównym motywem utworzenia Funduszu Eurimages była obrona filmowego rynku europejskiego przed zalewem kina amerykańskiego. Drugim, nie mniej istotnym, była promocja i chęć wzmocnienia współpracy między producentami z różnych krajów Starego Kontynentu. Oczywiście tego typu kooperacje przy realizacji filmów istniały już wcześniej, głównie w formie bilateralnej (np. francusko-włoska, włosko-hiszpańska czy też niemiecko-szwajcarska). Nam chodziło o ich zintensyfikowanie i wciągnięcie w nie jeszcze większej rzeszy producentów z różnych krajów - mówi Irena Strzałkowska, wieloletnia przedstawicielka Eurimages w Polsce, producentka (2014).

W momencie złożenia wniosku musi być potwierdzone przynajmniej 50% finansowania każdego z koproducentów - w formie umów, umów wstępnych, listów intencyjnych, potwierdzeń pomocy publicznej (np. promesa PISF), potwierdzeń środków na rachunkach bankowych. Maksymalna wysokość dofinansowania ze strony Eurimages wynosi 500 000 euro. Jego udział w finansowaniu projektu nie może przekraczać 17%. Dofinansowanie Eurimages powinno być podzielone pomiędzy koproducentów uczestniczących w projekcie proporcjonalnie do ich udziału finansowego. Dofinansowanie Eurimages może przybierać dwie formy. Jeśli jest niższe niż 150 000 euro, ma formę bezzwrotnej dotacji, a jeśli wyższe, ma formę zaliczki na poczet wpływów z dystrybucji (warunkowa pożyczka, ze spłatą uzależnioną od wpływów).

Zwiększona liczba koprodukcji, w tym również koprodukcji mniejszościowych, przekłada się na liczbę polskich filmów dofinansowanych przez Eurimages. Nawet jeśli to koprodukcje większościowe mogą zapewnić skuteczny zwrot składki Eurimages, to jednak fundusz stanowi potencjalne źródło dodatkowych 10-20% budżetu strony polskiej w przypadku koprodukcji mniejszościowych. Są to pieniądze, które ostatecznie trafiają do Polski i które bez tych koprodukcji mniejszościowych przepadłyby dla polskiego przemysłu filmowego. w ciągu ostatnich kilkunastu lat zwiększyła się ogólna liczba dofinansowanych projektów z polskim udziałem, co stanowi o profesjonalizacji branży.

Przykłady koprodukcji wspartych przez Eurimages:

- „Lekcje pana Kuki” Dariusza Gajewskiego (2007, 250 tys. euro),
- „Essential Killing” Jerzego Skolimowskiego (2011, 400 tys. euro),
- „Pokłosie” Władysława Pasikowskiego (2012, 260 tys. euro),
- „Imagine” Andrzeja Jakimowskiego (2012, 300 tys. euro),
- „Ida” Pawła Pawlikowskiego (2013, 200 tys. euro),
- „Obietnica” Anny Kazejak (2014, 200 tys. euro),
- „11 minut” Jerzego Skolimowskiego (2015, 350 tys.),
- „Pomiędzy słowami” Urszuli Antoniak (2017, 210 tys. euro),
- „Pokot” Agnieszki Holland (2017, 450 tys. euro),
- „Catalina” Denijala Hasanovicia (2017, 87 tys. euro),
- „Ułaskawienie” Jana Jakuba Kolskiego (2018, 270 tys. euro),
- „Zimna wojna” Pawła Pawlikowskiego (2018, 350 tys. euro),
- „Fuga” Agnieszki Smoczyńskiej (2018, ok. 117 tys. euro),
- „Krew Boga” Bartosza Konopki (2018, 350 tys. euro),
- „Jeszcze dzień życia” Damiana Nenowa (2018, 500 tys. euro),
- „Jak najdalej stąd” Piotra Domalewskiego (2020, 50 tys. euro),
- „Cicha ziemia” Agi Woszczyńskiej (2022, 180 tys. euro),
- „Kobieta na dachu” Anny Jadowskiej (2022, 175 tys. euro),
- „Głupcy” Tomasza Wasilewskiego (2022, 230 tys. euro),
- „Lęk” Sławomira Fabickiego (2023, 340 tys. euro),
- „Zielona granica” Agnieszki Holland (2023, 380 tys. euro).

- **Systemy zachęt – tax incentives (tax shelter, tax rebate, cash rebate)**

Zachęty istnieją praktycznie we wszystkich krajach europejskich. Szczegółowe rozwiązania różnią się pomiędzy krajami, ale generalnie polegają na uzyskaniu zwrotu części kosztów produkcji. Są istotną pozycją w planach finansowania koprodukcji, gdyż kwoty zwrotu zawierają się w Europie w przedziale 25-40% tzw. kosztów kwalifikowalnych.

W Polsce zachęty dla filmowców (cash rebate) zostały wprowadzone w lutym 2019 roku w oparciu o ustawę z dnia 9 listopada 2018 r. o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej. Od 19 lutego 2019 r. system oferuje zwrot poniesionych w Polsce kosztów produkcji w wysokości maksymalnie 30% polskich wydatków kwalifikowanych. To systemowe rozwiązanie, którego podstawowym zadaniem jest wspieranie produkcji audiowizualnej w Polsce. Środki finansowe pochodzą bezpośrednio z budżetu państwa, a programem zarządza Polski Instytut Sztuki Filmowej. Polski system zachęt jest otwarty dla produkcji krajowych i międzynarodowych, dla filmów i seriali fabularnych, animowanych i dokumentalnych. Aby projekt mógł uzyskać wsparcie, jego producenci muszą wydać w Polsce określoną przepisami kwotę, współpracować z polskimi twórcami i ekipami filmowymi oraz zrealizować zdjęcia w polskich lokacjach lub studiach filmowych. Po spełnieniu wymaganych kryteriów wsparcie przyznawane jest automatycznie, nie ma gremium eksperckiego rozdzielającego środki finansowe. Mechanizm oparty jest o kryteria ekonomiczne i prawne, nie artystyczne.

- Korzyści płynące z zachęt są ogromne – to więcej produkcji i koprodukcji realizowanych w Polsce, a co za tym idzie – więcej pieniędzy. Oprócz tego, że mówimy tu o zyskach dla sektora, to również są to zyski dla branży transportowej, budowniczej, przemysłowej czy hotelarskiej. Do tego dochodzi rozwój regionów, turystyki kulturalnej i promocji kraju. Nie można też zapominać o profesjonalizacji talentów, wynikającej z dostępu do najnowszych technologii i wiedzy zawodowców z największych studiów filmowych – mówi Marta Habor, producentka (2015).

- **Regionalne fundusze filmowe**

Regionalne Fundusze Filmowe działają w wielu europejskich państwach. Międzynarodowa koprodukcja może być dobrym sposobem na skuteczną promocję regionu poza granicami kraju. W przypadku pewnych RFF-ów udział w międzynarodowych koprodukcjach stał się swego rodzaju specjalizacją. Takim przykładem jest szwedzki Film i Väst, który uczestniczył w wielu międzynarodowych koprodukcjach, także z udziałem polskich producentów.

Uzyskanie dofinansowania z funduszu regionalnego wiąże się z wymogiem wydatkowania uzyskanych środków na terenie działania funduszu. Może to oznaczać konieczność realizacji zdjęć w regionie lub zlecenia tam usług. Ciekawym przykładem koprodukcji międzynarodowej z udziałem polskiego RFF-u jest „Kongres” Ari Folmana, którego producent wiodący był z Izraela, a polski koproducent, Opus Film, pozyskał pieniądze od Śląskiego Funduszu Filmowego. Zostały one wydatkowane w bielskim studiu animacji Orange, którego praca zasilila twórczo animowaną część filmu. Ten sam Śląski Fundusz Filmowy po blisko dekadzie dołożył się także do nagrodzonej w Cannes „Strefy interesów” Jonathana Glazera.

Przykłady finansowania koprodukcji

- **„Já, Olga Hepnarová”, reż. Tomáš Weinreb, Petr Kazda, 2016**

Koprodukcja mniejszościowa: Czechy-Słowacja-Polska

Producenci: MediaBrigade, Black Balance, Alef Film & Media, Love Frame

Dystrybucja: Żółty Szalik

Budżet: 5.607.811 zł

Polski wkład: PISF - 1.000.000 zł, Dolnośląski Fundusz Filmowy - 553.500 zł

- **„Maria Skłodowska-Curie”, 2016, reż. Marie Noëlle**

Koprodukcja mniejszościowa: Polska-Belgia-Francja-Niemcy

Producenci: Pokromski Studio, P'Artisan Filmproduktion, Glory Film, Perathon Film, Schubert International, Climax Films, Sepia Production

Dystrybucja: Kino Świat

Budżet: 14.808.992 zł

Polski wkład: PISF - 1.975.000 zł, Łódzki Fundusz Filmowy EC1 - 126.016 zł, RFF w Krakowie - 467.400 zł

- „11 Minut”, 2015, reż. Jerzy Skolimowski

Koprodukcja większościowa: Polska-Irlandia

Producenci: Skopia Film HBO Polska, Orange, Telewizja Polska, Fundacja Tumult

Dystrybucja: Kino Świat

Budżet: 8.841.930 zł

Polski wkład: PISF - 4.000.000 zł, Eurimages - 1.482.145 zł, TVP - 600.000 zł

ROZDZIAŁ III.

Różnice kulturowe i rola komunikacji

Z realizacją koprodukcji wiążą się wyzwania, dotyczące na przykład różnic kulturowych, trudności językowych, odmiennych warunków i zasad panujących w różnych krajach. Większość producentów wie, że różnice kulturowe wpływają na proces produkcji międzynarodowej, ale jest to wiedza często teoretyczna, a te właśnie różnice mogą odbić się na prowadzeniu działalności gospodarczej. Do klasyki gatunku przeszły nieporozumienia między Japończykami a Europejczykami prowadzącymi wspólne interesy. Prośba producenta europejskiego o zgodę formalną kierowaną do partnera z Japonii może skończyć się porażką, gdyż japońska kultura biznesowa nie uznaje słowa „nie”, a jedynie rozmaicie uwarunkowane „tak”. Charlotte Appelgren i Per Nauman, autorzy podręcznika koprodukcji, uważają jednak, że jeśli producenci są wytrwali i skorzy do kompromisu, współpraca jest możliwa. Ciekawy jest przykład koprodukcji polsko-duńskiej z lat 90. Ustalono, że zdjęcia wykona w Danii personel kluczowy z Polski – reżyser, szef obsługi technicznej, itd. Problem powstał, kiedy okazało się, że w Danii wymaga się od nich zajmowania się sprzętem, co w Polsce, gdzie pracowały o wiele większe ekipy, było uważane za uwłaczające ich pozycji. „Smaczna” anegdota wiąże się z koprodukcją szwedzko-francuską. Francuzi po przyjeździe na plan szwedzki napotkali ogromny problem – brak deseru do lunchu. Typowe dla Szwedów, a niepojęte dla Francuzów. Rewolucja była blisko, bo dla ekipy francuskiej dobry catering to podstawa. Inny przykład – producent skandynawski będzie czytał umowę sam, podczas gdy Brytyjczyk odda ją prawnikowi. Dla producenta ze Skandynawii szokiem będzie różnica w ilości dokumentacji.

Typowa sytuacja związana z różnicami kulturowymi polega na tym, że na planie brakuje pewnych rzeczy albo niektóre czynności nie są podjęte, bo zakresy obowiązków członków ekipy filmowej różnią się między sobą w poszczególnych krajach. Różnice – widoczne nawet między Europejczykami – dotyczą metod

produkcji filmowej, kierownictwa, filozofii pracy i oczywiście prawa. Różne kultury postrzegają i organizują czas w różny sposób, a specyficzne miejscowe zachowania mogą zaburzyć zgodność planów, harmonogramów i terminów. Nie można liczyć na podobieństwa w praktyce zawodowej, a na międzynarodową metodę prowadzenia interesów nie ma szans. Układ koprodukcyjny może być jednak zachwiany nie tyle przez różnice kulturowe, ale przez różnice charakterów i osobowości. Niemniej jednak świadomość stanu rzeczy i przygotowanie na ewentualne problemy to połowa sukcesu.

Pierwszorzędne znaczenie podczas koprodukcji ma zaufanie. Pozwala ono na przezwycięzenie konfliktów kulturowych, krótkotrwałych konfliktów interesów, a nawet problemów ze wzajemnym zrozumieniem, często pojawiających się podczas negocjowania umów i klauzul.

Specjaliści od koprodukcji międzynarodowych podkreślają, że niezwykle duże znaczenie podczas realizacji mają efektywne i dobrze zaplanowane spotkania. Niezależnie, czy odbywają się one na żywo czy też online, a często są one lekceważone podczas napiętego okresu zdjęć i postprodukcji. Wielu nieporozumień można uniknąć choćby poprzez sporządzenie notatki – proste, a skuteczne.

Swoje rekomendacje i rady formułuje w specjalnym poradniku (dostępnym na stronie organizacji) Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, która uważa, że jakkolwiek zalety koprodukcji przeważają nad wadami i potencjalnymi zagrożeniami, to jednak trzeba mieć świadomość tychże zagrożeń, aby jak najlepiej przygotować się do ich uniknięcia.

Kluczowe jest staranne dobranie partnerów koprodukcyjnych – należy sprawdzać opinię o nich u innych producentów w Polsce i za granicą. Chodzi o uniknięcie partnerów nierzetelnych, ale też o ocenę sprawności zawodowej i doświadczenia. Decydujące znaczenie może mieć jednak bezpośredni kontakt i własna opinia.

Partnerzy powinni być dopasowani do polskiego producenta, tzn. powinny to być firmy o porównywalnej skali działania.

KIPA poleca rozpoczęcie działalności międzynarodowej od koprodukcji mniejszościowych. Zakres pracy i odpowiedzialności dla producenta mniejszościowego jest mniejszy, dzięki czemu może on przyglądać się całości produkcji niejako z boku. Poznaje wówczas procedury koprodukcyjne, rolę producenta wiodącego, gromadzi wiedzę i kontakty. Nie poleca natomiast wchodzenia w koprodukcję w przypadku debiutu producenckiego lub reżyserskiego, kiedy stopień komplikacji związanych z realizacją międzynarodową może być nadmiernym obciążeniem dla debiutanta.

KIPA zaznacza, że producent wiodący musi zachować w toku całego procesu następującą perspektywę – dzięki koprodukcji ma on większe pieniądze, ale powinny się one przełożyć na elementy produkcji na poziomie co najmniej takim samym albo lepszym niż elementy dostępne w Polsce. Wymaga to uważnej oceny wszystkich propozycji koproducentów dotyczących obsady, realizatorów, ekipy technicznej, lokacji i innych ważnych elementów produkcji. Trzeba mieć na uwadze, że koproducenci mniejszościowi najczęściej równolegle realizują swoje projekty i nasza produkcja niekoniecznie jest dla nich priorytetem. Czasami ich propozycje nie są wynikiem starannego wyboru. Możliwa jest więc sytuacja, że mając większe możliwości finansowe, osiągamy w wielu aspektach gorszy rezultat w porównaniu z filmem realizowanym wyłącznie jako polski.

Ewa Puszczyńska przyznaje, że pozyskanie partnera to obecnie kwestia kilku maili czy telefonów, ale sieć kontaktów budowała latami, jeżdżąc na festiwale, warsztaty, pitchingi.

- Jeśli ktoś dopiero stawia pierwsze kroki w branży, powinien zacząć od dokładnego sprawdzenia partnera z innego kraju: co zrobił, z kim, jakimi filmami się interesuje, czy robił już kiedyś podobny projekt. A także, jeśli to możliwe, jak się z nim pracuje – radzi producentka. – Warto zadawać jak najwięcej pytań, nie wstydzić się. Mieć własne zdanie, słuchać intuicji, nawet jeśli pracujemy z dużo bardziej doświadczonym partnerem. On też może się mylić. Czasem moja rola polega na pokazaniu im, jak wygląda rzeczywistość. Młodzi wierzą w to, że <Sky is the Limit>. Doświadczenie pokazuje, że granica leży trochę niżej.

Ola Salwa w raporcie o koprodukcjach dla „Magazynu Filmowego SFP” podkreśla, że ważna jest bardzo szczegółowa umowa, która precyzuje nawet na pozór drobne kwestie, jak kolejność nazwisk producentów lub ich firm w napisach początkowych lub końcowych. Umowa musi zawsze precyzować niejasności, nawet tak niewielkie. Mariusz Włodarski z Lava Films wspomina koprodukcję z Francją, podczas której okazało się, że u partnerów odpowiedzialność za plan, w tym za BHP, ma specjalista od lokacji, a nie – jak w Polsce – kierownik planu, który jest prawą ręką reżysera w trakcie zdjęć. A takie niuanse poznaje się w praktyce.

- Koprodukcje z zasady nie są proste. Producenci muszą wziąć pod uwagę dużo różnych czynników. Dobrze, jeśli za decyzją o udziale w międzynarodowym projekcie stoi chęć współpracy reżysera z twórcami z zewnątrz, kiedy może powierzyć osobom z kraju partnerskiego szefostwo pionu. Ważne, żeby nie robić nic na siłę, bo zagraniczne pieniądze też kosztują. Pamiętajmy, że nasz koproducent musi sfinansować swoje koszty administracji, aplikacji, rozliczenia, które nie przełożą się przecież bezpośrednio na efekt ekranowy. Dlatego sensowne jest realne oszacowanie potencjału państwa partnerskiego. Jeśli dostaniemy powiedzmy 30, 40 000 euro z regionalnego funduszu we Francji, to w skali tamtejszych wydatków taki wkład jest mało znaczący. Dlatego myślenie o koprodukcjach jako przede wszystkim źródle dodatkowych pieniędzy jest błędne – mówi Beata Rzeźniczek, producentka i mentorka INTERFILMLAB 7.0.

Trzeba znaleźć klucz, który otworzy nam drzwi. Musi być to projekt o potencjalnie międzynarodowym, aby ten właśnie projekt z kilku, nad którymi pracujemy, pasował na ten rynek. Rynek europejski to sprzedawanie i kupowanie filmu na każdym etapie produkcji z wyjątkiem sytuacji, w której film istnieje na etapie idei. Jeśli producent nie ma w projekcie nazwiska, które będzie otwierało wszystkie drzwi, musi mieć absolutnie uporządkowane wszelkie sprawy prawne. Nie może wejść na arenę międzynarodową bez dopilnowania umów, praw, musi mieć chociażby memorandum albo list.

- Głównym powodem obecności na rynku jest fakt posiadania odpowiedniego projektu, nad którym pracujemy. Nie polecam jechać do Cannes tylko po to, by pojechać. Trzeba mieć rozeznanie, jak wygląda rynek, który chcemy zdobyć, jakie trendy najmocniej się zarysowują – radzi producentom Catherine Buresi, ekspertka od marketingu filmowego, wieloletnia dyrektorka European Film Market na BERLINALE, szefująca m.in. prestiżowym programom EAVE i EUROMED.

Piotr Dziecioł (Opus Film) podkreśla, że koprodukcja nie zawsze jest najlepszym wyborem modelu realizacji. Jeśli uda się zamknąć budżet w Polsce, to zdecydowanie łatwiej robi się film, w którym jest jedna narodowość i jeden producent.

- Przede wszystkim realizacja filmu przedłuża się, dłużej trwa zamykanie budżetu. Poza tym filmy w koprodukcjach są niestety droższe, ponieważ producent nie jest jeden, a często trzech lub czterech. Musimy wtedy robić filmy dostosowane wersjami do wymogów naszych koproducentów. Tak więc poza plusami, koprodukcje mają też swoje minusy – mówi Piotr Dziecioł.

ROZDZIAŁ IV.

Analiza przykładów polskich koprodukcji

- „Kongres”, reż. Ari Folman

„Kongres” Ariego Folmana z 2013 roku według prozy Stanisława Lema to jedno z najciekawszych przedsięwzięć z udziałem polskiej kinematografii.

Ari Folman, twórca animadocu „Walc z Bashirem”, za który otrzymał nominację do Oscara (po drodze zdobywając między innymi Cesara i Złoty Glob), udowodnił, że nie boi się wyzwań artystycznych. Ari Folman pochodzi z Izraela, z rodziny polskich Żydów, którzy opuścili nasz kraj w latach 50. Postanowił sięgnąć po dobrze znaną sobie prozę Lema i połączyć film fabularny z wyszukaną animacją.

W roli głównej w „Kongresie” wystąpiła amerykańska gwiazda Robin Wright. Partnerowali jej m.in. Harvey Keitel i Paul Giamatti. Akcja filmu rozgrywa się w różnych płaszczyznach czasowych. W wątku współczesnym, fabularnym, poznajemy bohaterkę filmu, która jako Robin Wright sprzedaje swój wizerunek wytwórni filmowej. Losy bohaterki śledzimy 20 lat później, w wątku animowanym, w bezdusznym, fikcyjnym mieście przyszłości, gdzie rządzi wspomniana wytwórnia, obecnie już wielka korporacja. Żywa Robin się nie liczy, sławę zdobywają jej awatary. To właśnie animowana część filmu jest adaptacją powieści Lema. Podobnie, jak jego bohater Iljon Tichy, Robin trafia na kongres futurologiczny. Poszukując swej tożsamości, znajduje się na przemian w stanie psychicznych urojeń i w świecie rzeczywistym.

Od początku wiadomo było, że to wysokobudżetowe przedsięwzięcie powinno być zrealizowane jako międzynarodowa koprodukcja. Film powstał jako koprodukcja sześciu krajów: Izraela, Luksemburga, Francji, Polski, Belgii i Niemiec. Każdy z tych krajów wniósł do filmu finansowanie, złożone z kilku (od 2 do 11) segmentów. Ostatecznie film zbudowano aż z 28 źródeł finansowania. Polskim producentem „Kongresu” był Opus Film, producent doświadczony w realizacjach koprodukcji międzynarodowych.

Izraelska firma reżysera, Bridgit Folman Film Gang i niemiecka Pandora objęły funkcję producenta wiodącego. Mimo że Izrael zapewnił tylko około 10% budżetu całego filmu, a Niemcy ponad 1/3, produkcję dofinansował Izraelski Fundusz Filmowy. Największy udział i najwięcej źródeł finansowania pochodziło z Niemiec. Na wkład niemiecki złożyły się środki prywatne, udział dystrybutorski oraz środki z kilku funduszy regionalnych (Medienboard Berlin - Brandenburg, Filmförderung Hamburg, Nordrhein-Westfalen).

W strukturze finansowania „Kongresu”, którą producentka Ewa Puszczynska zaprezentowała na festiwalu Regiofun jesienią 2012 roku, uwagę przykuwa duży udział w budżecie takich środków, jak dochód z przedsprzedaży oraz zwroty podatkowe – odpowiednio – około 30 i 20% całości finansowania. Tę zawiłą konstrukcję finansowania budowano ponad dwa lata. Pieniądze na development pochodziły z Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Producenci postarali się również o środki europejskie z programu Media, z mechanizmu Media i2i oraz z Eurimages, które stanowiły w sumie około 7% budżetu filmu. Polski udział składał się z czterech filarów. Produkcję filmu wsparł Polski Instytut Sztuki Filmowej kwotą 4 milionów złotych, do tego doszedł wkład Canal+, wkład własny Opus Film oraz środki samorządowe z Silesia Film. Ewa Puszczynska zwraca uwagę na nowatorskie podejście, jakim wykazali się operatorzy Regionalnego Funduszu Filmowego ze Śląska. Opus i Silesia postanowiły wydać te pieniądze w Bielsku-Białej, w firmie Orange, specjalizującej się w animacji.

Początkowo Ari Folman skłaniał się ku animacji komputerowej, ostatecznie jednak zdecydował się na tradycyjną 2D. Opus Film i animatorzy z Orange pracowali pod kontrolą Davida Polonskiego, który odpowiadał za warstwę animowaną, scenografię, wizualną stronę tego złożonego artystycznie filmu. Reżyserem animacji był Yoni Goodman. Koronkowe złożenie budżetu filmu niosło za sobą poważne konsekwencje, przede wszystkim ogromnie komplikowało organizację produkcji. Fundusz publiczny – instytut filmowy, regionalny fundusz filmowy – zazwyczaj żąda wydania dotacji na swoim terenie, czasem nawet zawiązką. Producenci „Kongresu” musieli spełnić wymagania różnych urzędów, instytucji i funduszy. Było to widać zwłaszcza w produkcji części animowanej. Projekty postaci i scen pochodziły z centrali w Izraelu. Animatic powstawał w Belgii. Kolejne rysunki powstawały jednocześnie w Luksemburgu, w Niemczech, Polsce. W polskim studiu Orange, do którego wysyłano prace wykonane w innych studiach, wykonywano czyszczenie, fazowanie

i malowanie. Na Śląsku animowana część filmu nabierała ostatecznych kształtów. Po każdym etapie prac poszczególne kadry wysyłane były z Polski do Izraela, gdzie albo były akceptowane, albo kierowane do poprawek. Ponadto producenci wynajęli studio w Indiach i na Filipinach, wspomagające Europejczyków w tworzeniu kolejnych kadrów. Stało się to konieczne, aby zdążyć na czas, zwłaszcza, że reżyser zdecydował się na kilka minut animacji więcej.

Warstwa animowana to ponad 50 minut filmu, resztę stanowią zdjęcia aktorskie, przede wszystkim z udziałem wykonawców amerykańskich, realizowane przede wszystkim w Los Angeles i w Niemczech. W USA powstawały także zdjęcia specjalne, w halach i na blue screenach, z udziałem głównych aktorów. Nie weszły one do filmu, natomiast na podstawie tych ujęć, rejestrujących ruch i emocje aktorów, „narysowano” i ożywiono postaci z części futurystycznej.

Praca przy tak złożonym przedsięwzięciu jak film Folmana stanowiła dla Opus Film wielkie wyzwanie, ale i szansę na grę w pierwszej lidze europejskiej. Na uwagę zasługuje nietuzinkowy udział Silesii, która jako operator RFF-u zainwestowała nietypowo i odważnie. Skromny samorządowy wkład Śląska stał się przepustką do udziału w ogromnym międzynarodowym przedsięwzięciu artystycznym.

„Kongres” to projekt wyjątkowy, nawet w skali europejskiej. Producenci filmu skorzystali z wszelkich dostępnych w Europie mechanizmów wsparcia i finansowania produkcji filmowej. Film otrzymał Europejską Nagrodę Filmową w kategorii „Najlepszy film animowany”.

- „Ida”, „Zimna wojna”, reż. Paweł Pawlikowski

„Ida” jest polsko-duńską koprodukcją, która została zrealizowana przez Opus Film i Phoenix Film we współpracy z Portobello Pictures, Phoenix Film Polska i Canal+ Polska. Obraz był współfinansowany przez Polski Instytut Sztuki Filmowej, Eurimages, Duński Instytut Filmowy oraz Łódzki Fundusz Filmowy. Reżyser wyrobił już swoją markę w kinie międzynarodowym, do tej pory kręcił filmy przede wszystkim w Wielkiej Brytanii. – My tu wszyscy znamy Pawła Pawlikowskiego – mówiła Emma Thomson w wywiadzie.

Być może dla Opus Film koprodukcja z Danią była sposobem dokapitalizowania projektu, gdyż film dotyczył ściśle polskich spraw. Choć scenariusz od początku miał tę niezbędną cechę uniwersalności, a tematyka Holocaustu jest wciąż obecna w światowym kinie.

„Ida” światową premierę miała podczas 40. Telluride Film Festival na przełomie sierpnia i września 2013 roku. 25 października tego samego roku film trafił do polskich kin. Późniejsza dystrybucja międzynarodowa „Idy” okazała się jednym z największych sukcesów w historii polskiego kina. We Francji film Pawła Pawlikowskiego obejrzało blisko 500 tys. widzów, ponad 100 tys. we Włoszech, po kilkadziesiąt tysięcy w Hiszpanii i Holandii. Amerykański Box Office wyniósł 3,5 mln USD, a film do dziś przyciągnął do sal kinowych ok. 450 tys. widzów. Warto przypomnieć, że w dniu premiery „Idę” pokazywano zaledwie na trzech ekranach. Popularność produkcji stała się tak wielka, że w szczytowym momencie dystrybucji w USA film był wyświetlany na 134 ekranach. Film dystrybuowano także m.in. w Argentynie, Australii, Austrii, Belgii, Japonii, Kanadzie, Niemczech, Norwegii, Nowej Zelandii, Szwajcarii i na Tajwanie, w Wielkiej Brytanii i Irlandii, w Danii i Szwecji.

Film został polskim kandydatem do Oscara, ale co ciekawe, nie w roku, kiedy wygrał festiwal w Gdyni. Miało to swoje uzasadnienie.

- Nie mieliśmy żadnych wątpliwości, że największe szanse w tej trudnej kategorii ma „Ida” Pawła Pawlikowskiego - mówiła ówczesna dyrektor Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, Agnieszka Odorowicz. - To wspomniały film, który nie bez przyczyny zyskał takie uznanie i znakomite recenzje na całym świecie. Jest też nie tylko świetną wizytówką wszystkich twórców, którzy brali udział w jego powstaniu, ale i całej naszej kinematografii. Film zyskał znakomite recenzje w najpoważniejszych tytułach amerykańskich. We wszystkich rankingach potencjalnych kandydatów do nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej „Ida” plasuje się bardzo wysoko. To tytuł, który budzi emocje i jest o nim głośno. Ostatnie kilkanaście miesięcy to dla filmu Pawła Pawlikowskiego nieustające pasmo znakomitych recenzji w światowej prasie oraz sukcesów w dystrybucji zagranicznej i na międzynarodowych festiwalach.

I to jest zasadnicza przyczyna wyboru polskiego kandydata do Oscara rok po powstaniu filmu oraz pośrednio czynnik warunkujący jego dalsze sukcesy. „Ida” w drodze po nominacje do Oscara podążała rzadszą, dłuższą i trudniejszą drogą. Najbardziej oczywistym sposobem jest znaczący sukces na jednym z najważniejszych światowych festiwali (jak w przypadku „IO” i „Zimnej wojny” nagrodzonych w Konkursie Głównym w Cannes). Jednak „Ida” nie miała szczęścia do najważniejszych światowych festiwali. Ostatecznie trampoliną do sukcesu okazał się może mniej znany, ale liczący się w świecie filmu festiwal w Toronto, na którym skromny czarno-biały film dziejący się w powojennej Polsce wzbudził ogromne zainteresowanie. I tak zaczęła się międzynarodowa droga filmu, który nie tylko rozpoczął wędrówkę po festiwalach, ale co ważniejsze, przez rok doczekał się regularnej dystrybucji w kinach na całym świecie. Czyli film przez rok „wyrabiał” sobie markę i podbijał serca widzów.

„Ida” jest laureatem nagrody Lux Prize - przyznawanej przez Parlament Europejski - oraz pięciu Europejskich Nagród Filmowych, w tym dla najlepszego filmu. Film otrzymał również nagrodę Goya, był dwukrotnie nominowany do nagrody Brytyjskiej Akademii Filmowej (zdobywając statuetkę dla najlepszego filmu nieanglojęzycznego), a także do takich

wyróżnień jak Złoty Glob, czy Independent Spirit Awards. Dwukrotnie (na międzynarodowych festiwalach w Toronto i Tromsø) „Ida” otrzymała nagrodę FIPRESCI.

W grudniu 2014 r. film znalazł się na skróconej liście oscarowej, natomiast w styczniu 2015 r. otrzymał jako dziesiąty polski film w historii oficjalną nominację do Oscara w kategorii „Najlepszy film nieanglojęzyczny”. Nominowani zostali również autorzy zdjęć do filmu – Łukasz Żal i Ryszard Lenczewski – w kategorii „Najlepsze zdjęcia”. Podczas ceremonii, która odbyła się 22 lutego 2015 r., film zdobył Oscara w kategorii: „Najlepszy film nieanglojęzyczny”.

Według serwisu Box Office Mojo, szacowany łączny dochód z dystrybucji filmu sięgnął 11,2 miliona dolarów, a portal The Numbers szacuje go na 15,3 miliona dolarów. Ten ostatni serwis również szacuje dochody ze sprzedaży płyt DVD z „Idą” na 773 tysiące dolarów, a ze sprzedaży płyt Blu-Ray - na 312 tysięcy dolarów.

Na kolejny film Pawlikowskiego czekało już międzynarodowa widownia. I nie zawiodła się. „Zimna wojna” była już efektowną i, jak na polskie warunki, wysokobudżetową koprodukcją polsko-francusko-brytyjską. Produkcja miała skomplikowaną strukturę budżetową, dotację z PISF, wsparcie trzech polskich regionalnych funduszy filmowych, udział Canal+, a także publiczne, i prywatne udziały zagranicznych partnerów, w tym British Film Institute i francuskiej ARTE.

Film rozpoczął swój triumfalny pochód od nagrody dla najlepszego reżysera na MFF w Cannes.

- Olbrzymia sala Grand Théâtre Lumiere, kilka tysięcy osób, balkony i nasz film - czarno-biały, mały, cichy i kruchy. Myślałem: Jak oni w to wejdą? A potem długa owacja na stojąco i wzruszenie dookoła. Przede wszystkim twarz Nuriego Bilgego Ceylana (tureckiego reżysera i scenarzysty, zdobywcy Złotej Palmy w 2014 r.), który uśmiecha się szeroko i pokazuje kciukiem, że film jest OK. Różnie bywa z tymi owacjami na festiwalach, ale jeśli Nuriemu się podoba, rzeczywiście musi być spoko - wspominał Paweł Pawlikowski w rozmowie z Barbarą Hollender.

Film ostatecznie otrzymał trzy oscarowe nominacje, w tym dla najlepszego filmu zagranicznego. Wedle Box Office Mojo film zarobił ponad 20 mln dolarów z dystrybucji na całym świecie.

Warto też zwrócić uwagę na dystrybucję krajową obu tytułów. Mamy tu do czynienia z mechanizmem tzw. długich nóg (long legs). O takiej sytuacji mówi się, kiedy film utrzymuje się w kinach długo, gdyż podtrzymuje go już nie kampania promocyjna, ale dobra opinia widzów. „Zimna wojna” weszła do kin w czerwcu, w trudnym okresie, data wprowadzenia ustawiona była po festiwalu w Cannes. Na początku szalu nie było, weekend otwarcia to raptem 85 000 widzów; ale film tak się spodobał widowni, że ostatecznie przetrwał na ekranach wiele miesięcy i doczekał się ponad miliona widzów. Oznacza to, że weekend otwarcia został przeбитo ponad 10 razy, podczas gdy standardem jest przebicie na poziomie 4,5.

- „Zielona granica”, reż. Agnieszka Holland

Sytuacja filmu „Zielona granica” Agnieszki Holland jest bez precedensu. Film, w krytyczny sposób ujmujący stosunek państwa polskiego do kryzysu uchodźczego na granicy polsko-białoruskiej, powstał bez dotacji PISF, ale przy wsparciu Mazowieckiego i Warszawskiego Funduszu Filmowego. To koprodukcja w układzie Polska, Francja, Czechy, Belgia. Produkcję Metro Films wsparli zagraniczni partnerzy, jak Eurimages, Canal+, Czech Film Fund, CNC (fundusze centralne). Film miał premierę na 80. Międzynarodowym Festiwalu Filmowym

w Wenecji w 2023 roku. Otrzymał Nagrodę Specjalną Jury, a także nagrody specjalne: nagrodę ARCA CinemaGiovani za najlepszy film, Premio CinemaSarà, Green Drop Award, Nagrodę Funduszu Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci (UNICEF), Sorriso Diverso Venezia Award za najlepszy film nieanglojęzyczny, UNIMED Award – nagrodę dziedzictwa kultury. Był także nominowany do nagrody głównej – Złotego Lwa.

Producenci nie zgłosili natomiast filmu na Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, mimo iż data polskiej premiery pokrywała się z datą tej prestiżowej imprezy. Film wprowadzany na ekrany w czasie kampanii wyborczej w Polsce we wrześniu 2023 roku stał się powodem ostrych starć politycznych. Został też użyty w negatywnym przekazie kampanijnym kreowanym przez partię rządzącą. Polski prezydent przywołał nawet w kontekście filmu *Holland* hasło z czasów II wojny „tylko świnie siedzą w kinie”. Sformułowanie to było powszechnie używane przez polski ruch oporu w trakcie okupacji hitlerowskiej podczas II wojny światowej, kiedy w polskich kinach wyświetlano filmy propagandowe III Rzeszy. Ataki na film *Holland* przyszły zarówno ze strony najbardziej prominentnych polskich polityków, jak i użytkowników mediów społecznościowych – i to jeszcze zanim „Zielona granica” trafiła do polskich kin. Na portalu Filmweb jeszcze przed polską premierą, która odbyła się 22 września 2023, film oceniło (w zdecydowanej większości negatywnie) ok. 5,5 tys. osób. Łukasz Muszyński, zastępca redaktora naczelnego serwisu Filmweb, uznał to za „zmasowany atak” – biorąc pod uwagę, że film był pokazywany do tej pory jedynie na festiwalu w Wenecji, mamy prawo podejrzewać, iż większość oceniających nie widziała go – zauważył redaktor. Serwis zablokował w związku z tym czasowo możliwość oceniania „Zielonej granicy” oraz dodawania komentarzy pod newsami i recenzjami krytyków.

Kampania przeciwko filmowi *Holland*, która musiała korzystać z ochrony osobistej, odbiła się szerokim echem w całym filmowym świecie. Directors Guild of America wydała oświadczenie, w którym broniła filmu *Holland* i podkreślała, że gildia będzie w dalszym ciągu wspierać prawa wszystkich reżyserów do wolności słowa. Trudno ocenić, na ile budowanie negatywnego przekazu wokół filmu pomogło partii, która ostatecznie nie zyskała większości parlamentarnej. Z całą pewnością polityczny szum pomógł filmowi, który w ciągu 4 tygodni obejrzało blisko 700 000 widzów, co jak na ambitny projekt, i zważywszy na sytuację kina po pandemicznym kryzysie lat 2020-2022, jest oszałamiającym wynikiem. Liczba widzów

wciąż rośnie, podobnie jak zainteresowanie filmem na arenie międzynarodowej. Nie jest to pierwszy przypadek, kiedy negatywny przekaz wokół filmu, idący ze strony formalnej władzy, staje się czynnikiem sprzyjającym dystrybucji (głośny case filmu „Ksiądz” w latach 90., zaś w ostatnich latach filmu „Kler” Wojciecha Smarzowskiego).

- „The Silent Twins”, reż. Agnieszka Smoczyńska

Trójstronna koprodukcja polsko-brytyjsko-amerykańska „The Silent Twins” jest ciekawym przykładem projektu, w którym polski producent wiodący musiał wykazać się elastycznością, pomysłowością i zimną krwią w samym okresie produkcji.

- To była moja druga produkcja po angielsku, nakręciłam wcześniej dwa odcinki serialu, ale tutaj cały film był mój. To duży stres, ale pomyślałam, że wpisuje się w temat filmu, którym jest komunikacja – próba komunikacji i jej niemożność. Na początku z brytyjskimi aktorkami Letitią Wright i Tamarą Lawrance, które grają tytułowe bliźniaczki June i Jennifer Gibbons, badałyśmy się jako ludzie, jako twórcynie, ale też językowo. One starały się tłumaczyć mi rozmaite rzeczy i to się też wpisywało w nasz film – to, że będąc z Polski, opowiadam o świecie, który nie jest moim światem, że jestem z zewnątrz – opowiadała Agnieszka Smoczyńska w wywiadzie do „Wysokich Obcasów”. - Andrea Seigel, amerykańska pisarka i scenarzystka, od lat fascynowała się historią sióstr Gibbons. Gdy zdobyła prawa do książki angielskiej dziennikarki Marjorie Wallace - „Milczące bliźniaczki” i napisała scenariusz, zaczęła szukać reżyserki bądź reżysera. Ktoś jej powiedział o „Córkach dancingu”, które weszły wtedy do kin w USA. Obejrzała je i odezwała się do mnie na Messengerze. Napisała, że ma scenariusz zatytułowany „Silent Twins” na podstawie prawdziwej historii dwóch czarnoskórych bliźniaczek, które przestały się odzywać do innych i zaczęły się poruszać w kompletnym synchronie, podpalały budynki i spędziły dekadę w szpitalu dla psychicznie chorych, i że szuka reżysera, który umiałby połączyć czarny humor i melancholię, które są w scenariuszu, a po obejrzeniu „Córek...” jest przekonana, że to właśnie jestem ja. Napisała to w nocy, a ja, choć nigdy właściwie tego nie robię, od razu odpisałam, że przeczytam po zakończeniu zdjęć – kręciłam wtedy „Fugę” - i że się odezwę. Przeczytałam i wiedziałam, że chcę opowiedzieć tę historię, bo jest jedną z najbardziej poruszających, jakie w życiu czytałam.

„Silent Twins” to projekt prowadzony przede wszystkim przez Klaudię Śmieję-Rostworowską i Bognę Szewczyk-Skupień w firmie Madants, której współzałożycielką jest ekspertka INTERFILMLAB 7.0 Beata Rzeźniczek, a która specjalizuje się w koprodukcjach międzynarodowych. W strukturze finansowania był mniej więcej równy podział między udziałem brytyjskim i polskim. Projekt ten był niejako wspólnym przedsięwzięciem. W kwestii artystycznej podstawowe znaczenie miał tu fakt, że reżyserka jest Polką, a zdjęcia były realizowane w Polsce pod nadzorem polskiego producenta.

- Szefowie pionów byli w większości z Polski, natomiast obsada była w zasadzie w całości brytyjska. Autorka pierwowzoru literackiego była Brytyjką. W Wielkiej Brytanii wykonaliśmy postprodukcję i dokerunki. Zdecydowaliśmy się natomiast na zdjęcia w Polsce z prozaicznego powodu - było to znacznie tańsze rozwiązanie. Cały team kreatywny, Agnieszka Smoczyńska, operator Kuba Kijowski, scenografka Jagna Dobosz postarali się zrobić z tego walor. Ponieważ bohaterkami filmu są nastoletnie artystki, można pokazać Walię ich oczami, pozwolić sobie na odejście od wiernego obrazu świata. Strona wizualna jest mocnym atutem tego filmu. Zdjęcia realizowane były w Warszawie, na Górnym i Dolnym Śląsku, w Wiśle - opowiadała Beata Rzeźniczek. - Oczywiście, zawsze znajdą się tropiciele filmowej prawdy, którzy mogą wypatrzyć szczegół niezgodny z rzeczywistością. Ale uważam, że jeśli historia jest angażująca, to widzowie się na niej skupiają. Idą za opowieścią. Praca reżysera, operatora, scenografa, kostiumów odzwierciedla w dużym stopniu stan emocjonalny bohatera.

Na Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni widzowie dopytywali twórców o wykreowanie walijskiej rzeczywistości lat 70. w Polsce. - *Zrobiliśmy wariację na temat feelingu Walii w Polsce. Wiedzieliśmy, że nie będziemy robić stricte historycznej scenografii, ale weźmiemy to w nawias* - tłumaczyła scenografka Jagna Dobosz. Efekt jest niezwykły, trudno zorientować się, że na ekranie de facto widzimy Polskę. Twórcy filmu wybrali się do Walii na rekonesans do prawdziwego miejsca zamieszkania siostr, było to osiedle

wojskowe, w którym kolorystyka zewnętrzna i wewnętrzna była ujednoczona. Ostatecznie wyrazista szata kolorystyczna produkcji była kwestią autorskiego wyboru.

Klaudia Śmieja-Rostworowska przybliżyła trudy związane z organizacją tej koprodukcji. Madants wraz z twórcami filmu bardzo dokładnie przygotowywali się do przedsięwzięcia, między innymi poprzez liczne spotkania online z partnerami. Okazało się to kluczowe, gdyż chwilę później przyszła pandemia, która okazała się wielkim wyzwaniem. Producentki wiedziały, że film musi być koprodukcją, ale miały świadomość, że muszą uruchomić projekt na poziomie krajowym. Tak się też stało, kiedy pojawiły się pierwsze pieniądze z Polski. Film „ruszył”. W pewnym momencie dołączył partner amerykański – studio, które, jak określiła Klaudia, „podratowało nas finansowo”.

Ponieważ okres zdjęciowy przypadł na pierwszy okres pandemii i lockdowny, producentki musiały zmierzyć się z zagrożeniem, że precyzyjnie zaplanowane zdjęcia po prostu nie ruszą. Odwołano loty, hotele były zamknięte, kolejne fale Covid-19 pojawiały się w różnym czasie w Polsce i Wielkiej Brytanii. Połowa ekipy, w tym cała obsada, była brytyjska. – *Trzeba było znaleźć cudowne sposoby, poszukać specjalnych samolotów, McGyver w Polsce* – opowiadała producentka. Gdyby nie życzliwość ludzi, z którymi producentki zetknęły się w Polsce, ciężko byłoby przejść przez pandemię „suchą stopą”. Tak same oceniły tę sytuację.

Film miał premierę w sekcji „Un Certain Regard” na MFF w Cannes (poprzedni film reżyserki „Fuga” także miał premierę w Cannes). w Polsce otrzymał Złote Lwy na 48. Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni.

ROZDZIAŁ V.

Wyzwania dystrybucji

Jak radzi Catherine Buresi, jeżeli chcemy działać na rynku międzynarodowym, musimy zadbać o zaufanie. Kim innym jesteśmy na lokalnym obszarze, a kim innym na zewnątrz. Nie jedzie się do Berlina z nieświeżym, eksploatowanym wcześniej tylko na własnym rynku tytułem. Na rynku filmowym sprzedawcami są producenci i dystrybutorzy. Ci ostatni mogą odgrywać dwojaką rolę, gdyż jako sprzedawcy mogą go oferować dalej. Agenci reprezentują stronę kupującą i sprzedającą jednocześnie. Dalsi nabywcy określani są mianem nabywców krajowych lub regionalnych. Zanim producent zacznie działać na skalę międzynarodową, ma zazwyczaj dystrybutora, który działa na rynkach lokalnych. Jest jeszcze inna kategoria kupujących, których nie można nazwać nabywcami sensu stricto. To programerzy festiwalu. Może nie wiąże się z nimi umowa sprzedaży, ale festiwale prezentują film szerzej i w istocie przekłada się to na działanie rynku. Poza tym licencje festiwalowe stają się coraz ważniejszym źródłem przychodu. Coraz częściej zdarza się, że kontrakt, który podpisuje się z agentem, uwzględnia także przychody z dystrybucji festiwalowej.

Jednym z największych wyzwań producentów filmów międzynarodowych jest w istocie usprawnienie ich obiegu na arenie międzynarodowej. Tendencją, niekorzystną dla koprodukcji, polega mniej więcej na tym, że koprodukcje większościowe polskie zachowują się na rynku jak filmy polskie, natomiast koprodukcje mniejszościowe – jak europejskie filmy artystyczne, arthouse, czyli trudne w dystrybucji. Oczywiście są wyjątki, na przykład wtedy, gdy mamy do czynienia z zagranicznymi filmami znanych polskich reżyserów, jak Roman Polański („Rzeź”) i Agnieszka Holland („Szarlatan”, „Obywatel Jones”). Magia nazwiska przyciągnie wówczas do kina prawdziwych miłośników X muzy. Istnieją przykłady polskich koprodukcji większościowych, które w Polsce dobrze poszły w kinach, ale jest ich stosunkowo niewiele. Największe sukcesy dystrybucyjne odniosły takie filmy, jak „W ciemności” i „Pokot” Agnieszki Holland czy „Ida” i „Zimna wojna” Pawła Pawlikowskiego.

- Dystrybutorzy poszukują filmów, na których uda im się zarobić. Jeżeli chcemy, żeby nasze filmy weszły do powszechnej dystrybucji również za granicą, musimy tworzyć koprodukcje uniwersalne, które będą zrozumiałe dla widzów w wielu krajach - mówi Ewa Puszczynska.

- Największe wyzwanie pojawia się wtedy, gdy ambitny polski producent chce zapewnić swojej artystycznej, ambitnej „mniejszościówce” staranną dystrybucję, zwłaszcza kinową. Tytuły te znakomicie dają sobie radę na festiwalach, ale to często nieduże, kameralne filmy przeznaczone głównie do kin studyjnych. Filmy te trafiają do widzów zainteresowanych nowymi kierunkami i trendami w kinematografii. Zdarzają się też większe, epickie tytuły. Niemniej dystrybucja koprodukcji mniejszościowych jest trudna. Trzeba jednak mieć na uwadze, że rozpowszechnianie filmów generalnie jest dzisiaj wyzwaniem. Cały czas zastanawiamy się, jak ściągnąć widzów przed wielkie ekrany, zwłaszcza, jeśli za naszą produkcją nie stoją wielkie nazwiska, popularni aktorzy. Na kryzysie widowni cierpi przede wszystkim film artystyczny. Jesteśmy jednak przekonane, że w dalszym ciągu znajdą się widzowie zainteresowani kinem jakościowym - tylko trzeba do nich dotrzeć - mówi Beata Rzeźniczek z Madants, mentorka 7. edycji INTERFILMLAB, prowadząca warsztaty na WAMA Film Festival.

W ostatnich dwudziestu latach polska kinematografia zmodernizowała się - także w obszarze międzynarodowej promocji festiwalowej. Do 2005 roku na zagranicznych festiwalach polskie filmy pojawiały się stosunkowo rzadko. Ale od 2010/2011 roku polska branża filmowa na dobre ulokowała się w świecie międzynarodowego eksportu. Festiwale stały się bardzo ważnym i dogodnym kanałem dystrybucji filmów i pozyskiwania kapitału.

Liczących się festiwali jest kilkaset. Najważniejsze, żeby nie grać w ciemno, dopasowywać festiwal do swojego filmu. Lokowanie danej produkcji zaczyna się od najważniejszych

impres. Izabela Kiszka-Hoflik, ekspertka INTERFILMLAB na WAMA Film Festival w 2019 roku, uświadamiała uczestnikom, jak ważne jest rozumienie różnicy między premierą światową a premierą międzynarodową. Światowa to pierwszy publiczny pokaz, międzynarodowa – to pierwszy pokaz poza krajem. Rozróżnianie tych dwóch pokazów jest bardzo istotne. Część festiwali z tzw. listy A (jest to określenie środowiskowe, zwyczajowe na listę imprez rekomendowanych przez PISF) dopuszcza warunkowo premierę światową na Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, a międzynarodową u nich – np. w Tokio lub Tallinie. „Wielka trójka”, czyli Cannes, Wenecja i BERLINALE żądają absolutnej premierowości – i międzynarodowej, i światowej. To co istotne – informacja o tym, gdzie mamy premierę międzynarodową lub światową, to nasza najważniejsza wiedza, należy do nas i do tego „pierwszego” festiwalu. Nie wolno jej ujawniać do czasu opublikowania składu konkursowego przez organizatorów imprezy. Od momentu premiery międzynarodowej na festiwalu klasy A, film może być już swobodnie wysyłany na inne imprezy. Wzorcową dystrybucję festiwalową miały takie polskie koprodukcje, jak „Zimna wojna” Pawła Pawlikowskiego z Opus Film (premiery i nagroda w Cannes, nominacja do Oscara), „Pokot” Agnieszki Holland i Kasi Adamik ze Studia Tor (premiery i nagroda na BERLINALE), „IO” Jerzego Skolimowskiego ze Skopia Film (premiery i nagroda w Cannes, nominacja do Oscara), „Kobieta na dachu” Anny Jadowskiej z Donten & Lacroix Films (premiery i nagroda na Tribeca Film Festival w Nowym Yorku).

Autorka cenionej serii publikacji „Film Festival Yearbook”, Dina Jordanova, podkreśla, że między 1980 a 2010 rokiem aż dziesięciokrotnie zwiększyła się na świecie liczba tego typu imprez. Marcin Adamczak, ekspert INTERFILMLAB na WAMA Film Festival w 2018 roku, zwrócił uwagę uczestników na analogię między międzynarodowym obiegiem festiwalowym, a wielkimi szlakami handlowymi. Mapa najważniejszych festiwali filmowych świata przypomina trasy kupców weneckich: kupcy filmowi – dystrybutorzy, programerzy, agenci sprzedaży krążą po szlakach, kupują scenariusze i gotowe filmy. Ta elita kupiecka krąży po świecie niemal cały rok, kończąc lub zaczynając swoją trasę w Berlinie.

Drugim punktem odniesienia dla zrozumienia roli festiwali filmowych jest teoria systemów gospodarki światowej. W dużym uproszczeniu – świat podzielić można na kilka wielkich stref ekonomicznych: kraje rdzenia gospodarki – Ameryka Północna i Europa Zachodnia, Australia; półperiferia – Europa Wschodnia, Rosja, Daleki Wschód, Ameryka Łacińska;

i w końcu peryferia – część Ameryki Południowej i Afryka. Widać tu pewne analogie: krajami filmowego rdzenia są Stany Zjednoczone i hollywoodzka „wielka piątka”. Stąd pochodzą najbardziej opłacalne produkty – blockbustery. Wszystkie inne aspirujące regiony to wciąż półperyferia. Paradoksalnie, to nie Stany produkują najwięcej filmów. Niemniej jednak, w wewnętrznych rynkach kinowych, mimo starań narodowych kinematografii, wciąż Stany mają w nich największy udział. Wyjątkiem są rynki kontrolowane przez reżimy, jak Chiny, Iran czy Turcja. Ale w sytuacji, kiedy wszystkie europejskie strategie konkurencji zawiodły, Europa w ostatnich 30 latach zorientowała się na obieg festiwalowy swoich filmów. Analiza 15 festiwali tzw. kategorii A (lista festiwali rekomendowanych przez organizację FIAPF) prowadzi do wniosku, że są one skupione przede wszystkim w Europie. Festiwale tworzą sieć, która staje się celem pielgrzymek branży filmowej, ale są też cenionym źródłem prestiżu i kapitału. Klasyczny kapitał ekonomiczny, powiększany przez wciąż niewielką dystrybucję filmów europejskich, jest dość skromny. Chociaż nagroda na festiwalu kategorii A daje pewną markę, dzięki czemu zwycięzcy łatwiej pozyskują fundusze na kolejne filmy, co widać na polskich przykładach koprodukcji Małgorzaty Szumowskiej i Pawła Pawlikowskiego.

Festiwale są także źródłem kilku różnych kapitałów. Kapitał społeczny buduje się na networkingu, na życiu towarzyskim, na targach, warsztatach, na nieformalnych relacjach. Drugi rodzaj kapitału związany jest z trendami kulturowymi i można go określić jako „obycie w świecie”. Kapitał symboliczny powiększany jest przez nagrody, które mają znaczenie konsekrujące. Ten, kto wyjeżdża z ważnego festiwalu z nagrodą, przechodzi symboliczną przemianę. Thomas Elsasser porównuje ten proces do symbolicznego religijnego przeistoczenia na mszy świętej. Przy tym wszystkim festiwale produkują coś niemalże materialnego – kanon filmowy. Tak, jak na wystawach w XIX-wiecznym Paryżu orzekano, które dzieła są dobre, a które nie, tak teraz działają festiwale „klasy A”. Pośrednio rolę tę spełnia FIAPF, organizacja producencka decydująca, które z imprez wejdą do światowej czołówki i tym samym staną się najważniejszymi portami na wielkim szlaku handlowym.

Marcin Adamczak zwraca uwagę, że rola dziennikarzy i krytyków słabnie, ich relacje nie mają już mocy konsekracji. Ta moc drzemie w świecie międzynarodowej dystrybucji, kupców, programatorów, agentów sprzedaży i przedstawicieli handlowych.

- Żyjemy w czasach nadpodaży produkcji filmowej. Kupcy nałożyli na światową kinematografię filtry, które powodują, że pisze się i mówi tylko o tym, co wcześniej wyselekcjonowane. Do tego dochodzi silne uwikłanie tych imprez w politykę i ekonomię światową, obecne już na samym początku w Wenecji, a następnie w Cannes i w Berlinie – opowiada Marcin Adamczak.

Twórcy świadomi zasad funkcjonujących na międzynarodowym rynku filmowym potrafią budować za pomocą festiwalu własną markę. Strategię taką obrali m.in. Małgorzata Szumowska, Paweł Pawlikowski, Tomasz Wasilewski. Rozumieją to także producenci filmów międzynarodowych: Ewa Puszczyńska, Joanna Szymańska i agenci sprzedaży, jak m.in. Jan Naszewski. Narodowe kinematografie, inwestując w promocję festiwalową i budując kapitał prestiżu, muszą jednak uważać, by strategia festiwalowa nie wyparła rynkowych mechanizmów lokalnej i ponadlokalnej dystrybucji.

- Jeśli zaprojektuje się kinematografię przede wszystkim na sukcesy festiwalowe, „pod Cannes” czy „pod Wenecję”, wtedy rynek zamiera, a na rekordy frekwencyjne trudno liczyć. Złotym środkiem jest więc wyważone wsparcie wszystkich elementów, które budują system europejskiej kinematografii narodowej – puentuje Marcin Adamczak.

Bibliografia i źródła

1. P. Bez, Panel o europejskich koprodukcjach:
<https://pisf.pl/aktualnosci/panel-o-europejskich-koprodukcjach/>
2. A. Majer, A. Orankiewicz, A. Wróblewska, Pieniądze – produkcja – rynek. Finansowanie produkcji filmowej w Polsce, Wydawnictwo PWSFTviT, Łódź 2019.
3. P. Neumann, C. Appelgren, Sztuka koprodukcji, Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, Warszawa 2010.
4. A. Różdżyńska, Rozmowa z Ewą Puszczyńską:
<https://pisf.pl/aktualnosci/rozmowa-z-ewa-puszczyńska/>
5. O. Salwa, Koprodukcje – raport „Magazynu Filmowego SFP”, „Magazyn Filmowy SFP”, 2015, nr. 2013:
https://www.sfp.org.pl/baza_wiedzy,287,17813,3,1,Koprodukcje-raport-Magazynu-Filmowego-SFP.html
6. J. Wąchała, ABC koprodukcji międzynarodowej. Film fabularny, Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, Warszawa 2020.
7. A. Wróblewska, Beata Rzeźniczek. Otworzyć się na świat:
<https://www.sfp.org.pl/wydarzenia,5,35053,1,1,Beata-Rzezniczek-Otworzyc-sie-na-swiat.html>
8. A. Wróblewska, Koprodukcja na miarę XXI wieku, „Magazyn Filmowy SFP”, 2013, nr 24.
9. A. Wróblewska, Koprodukcje – raport „Magazynu Filmowego SFP”. Cz. II. Fakty i liczby, „Magazyn Filmowy SFP”, 2015, nr. 2013:
https://www.sfp.org.pl/baza_wiedzy,287,17787,5,1,Koprodukcje-raport-Magazynu-cz-II-Fakty-i-liczby.html
10. A. Wróblewska, Konferencja Kreatywnej Europy. Zadbać o zaufanie:
<https://www.sfp.org.pl/wydarzenia,5,19166,2,1,Konferencja-Kreatywnej-Europy-Zadbac-o-zaufanie.html>
11. A. Wróblewska, WAMA Film Festival. Piotr Dzieciół o koprodukcjach:
<https://www.sfp.org.pl/wydarzenia,5,19780,2,1,WAMA-Piotr-Dzieciol-o-koprodukcjach.html>

12. A. Wróblewska, Netia Off Camera. Róbmy koprodukcje:
<https://www.sfp.org.pl/wydarzenia,5,27093,2,1,Netia-Off-Camera-robmy-koprodukcje.html>
13. M. Zawiśliński, Eurimages. Więcej odwagi, producenci, „Magazyn Filmowy SFP”, nr 44, 2015:
https://www.sfp.org.pl/baza_wiedzy,284,21825,2,1,Eurimages-Wiecej-odwagi-producenci.html
14. Serwisy www:
 - a. Filmpolski.pl,
 - b. Strona Funduszu Eurimages, <https://www.coe.int/en/web/eurimages>
 - c. Box Office Mojo, Boxoffice.pl