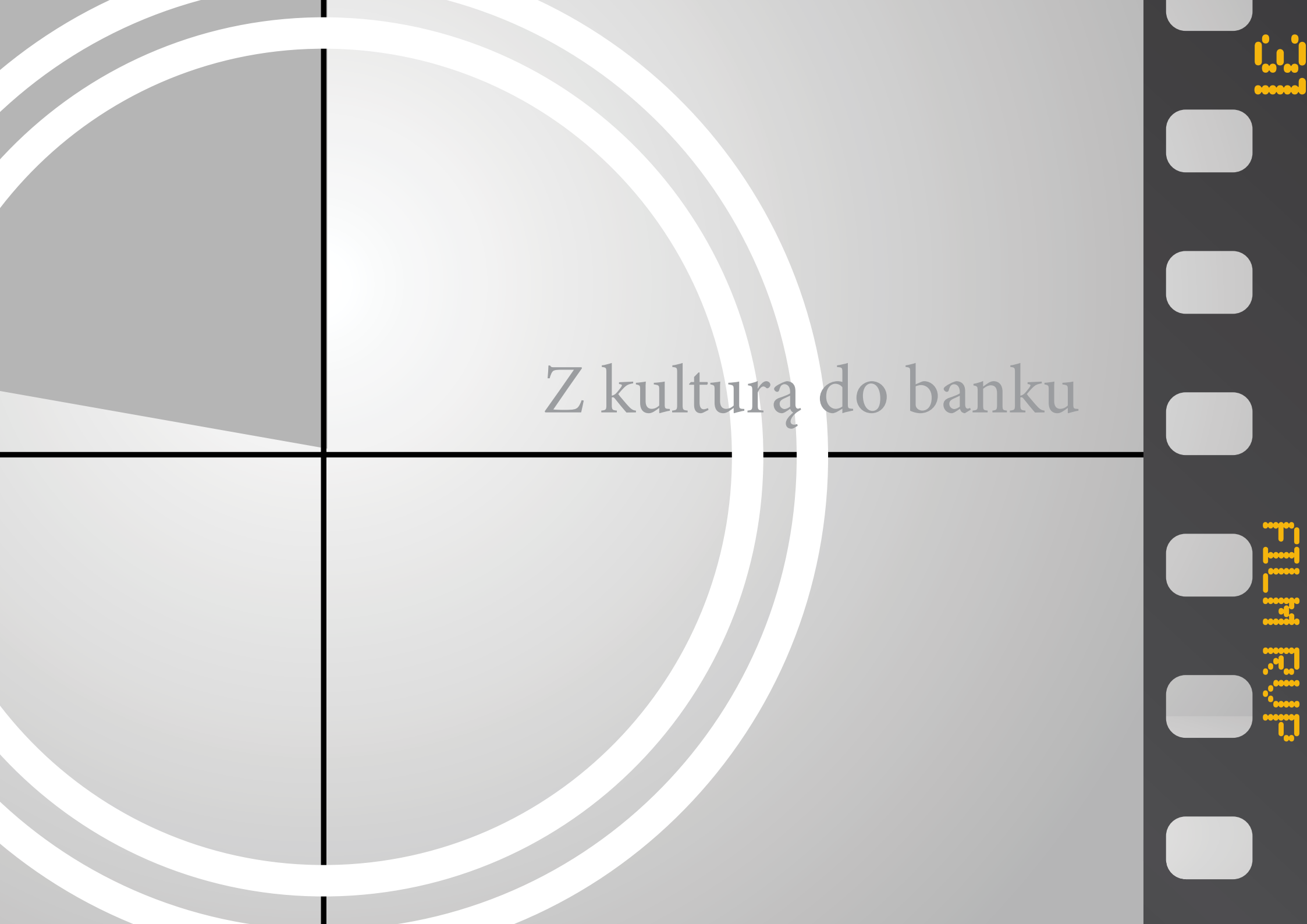


The background features a series of concentric circles in shades of gray and white, centered on the left side. A black crosshair is superimposed over the circles, dividing the image into four quadrants. The text "Z kulturą do banku" is centered horizontally across the middle of the image.

Z kulturą do banku



WZB



CEL PROJEKTU

- Przeprowadzenie analizy rynku finansowania produkcji filmowej w Polsce, w kontekście potencjału inwestorskiego tejże branży.
- Wypracowanie standardów komunikacyjnych branży filmowej z sektorem finansowym.
- Zdefiniowanie niezbędnych narzędzi do komunikacji między producentami a rynkiem finansowym.

Rosnący i rozwijający się rynek kinowy, a w tym także produkcji filmowej, jako sektor kreatywny, postrzegany z jednej strony jako sektor biznesu, ale z drugiej strony, jako sektor kultury, od lat zмага się z wyzwaniem jakim jest skuteczne poszukiwanie finansowania produkcji filmowej. W szczególności mikroprzedsiębiorcy mają dziś utrudniony dostęp do finansowania bankowego, a najbardziej go potrzebują. To potężny i wciąż niezagospodarowany rynek.

Zasady finansowania produkcji filmowej ze środków publicznych, przede wszystkim ze środków Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, powodują, że wyzwaniem każdego producenta filmowego jest skuteczne poszukiwanie finansowania 50% budżetu filmu. W przypadku produkcji nie korzystających z systemów dotacyjnych, mówimy zaś o poszukiwaniu inwestorów finansowych na jeszcze większy udział w inwestycji. Doświadczenia tej branży pokazują, że mimo zdefiniowanej potrzeby inwestycji, nie powstały do tej pory modelowe zasady współpracy między producentami, a sektorem finansów. Do tej pory środki prywatne w produkcji filmowej pochodzą głównie od pojedynczych inwestorów bądź sponsorów. Banki czy inne instytucje finansowane nie oferują instrumentów finansowych, np. inwestycyjnych swoim klientom w produkcję filmową.

Dla stworzenia w przyszłości funduszy filmowych będących w ofercie banków lub instytucji finansowych, niezbędnym jest opisanie specyfiki branży w jak najbardziej jasny sposób, jednocześnie z użyciem języka właściwego dla branży finansowej.

2023

2023



METODOLOGIA

W badaniu analizie poddano potrzeby rynku produkcji filmowej w zakresie pozyskiwania funduszy, dotychczasowe praktyki inwestorskie, trudności i wyzwania. Zbadano wskaźniki produkcji filmowej oraz sposób ich przedstawiania. Przeanalizowano sposoby opisywania filmu jako produktu inwestycyjnego, w kontekście właściwego i transparentnego opisanego nakładów, zwrotów, pól eksploatacji, z których pochodzą przychody z inwestycji oraz sposoby opisywania ich w czasie (cash flow).

Etapy realizacji badania:

Etap 1: Konsultacje wstępne

- Doprecyzowanie przedmiotu badania, m.in. dookreślenie definicji branży/sektorów objętych badaniem, doprecyzowanie zakresu badania.
- Identyfikacja kluczowych dla badania podmiotów, zarówno po stronie popytowej (producenci filmowi) i podaźowej (branży finansowej).
- Doprecyzowanie terminologii i definicji.

Etap 2: Analiza danych zastanych

Desk research – jakościowy przegląd badań, danych i innych materiałów dotyczących specyfiki branż objętych badaniem. Z jednej strony analiza potrzeb branży w zakresie finansowania produkcji filmowej i stan faktyczny w odniesieniu do dotychczasowych produkcji – strona popytowa. Z drugiej strony - oferta inwestycji dostępna na rynku – strona podaźowa. Baza wiedzy dotyczącej zapotrzebowania na określone instrumenty finansowe wśród przedstawicieli branży filmowej i oferty zapewniającej skuteczne korzystanie z nich, którą może dysponować szeroko rozumiany rynek finansowy.

Etap 3: Analiza interesariuszy badania

Analiza interesariuszy cel - weryfikacja i określenie procesu produkcji filmu, jako przedsięwzięcia finansowego. Identyfikację oraz badanie wpływu interesariuszy na produkcję filmową i dalej idąc inwestycję

Cele etapu:

- Identyfikacja i charakterystyka interesariuszy.
- Określenie relacji między interesariuszami a projektem.
- Synteza dokonanych ustaleń, umożliwiającą ocenę wpływu interesariuszy na dany projekt.

Analiza interesariuszy pozwoliła zidentyfikować m.in. zagrożenia i wyzwania z punktu widzenia inwestorów finansowych.



Etap 4: Wydłużone wywiady indywidualne

Ogólne cele badań fokusowych to ustrukturyzowanie, poszerzanie i pogłębienie rozumienia wyników uzyskanych w badaniu desk research poprzez:

- Ważenie determinantów inwestowania w produkcję filmową.
- Weryfikację relatywnego znaczenia poszczególnych wskaźników produktu-filmu.
- Prognozy wzrostu, spadku lub braku zmian dla tego typu inwestycji.

W ramach badania odbyły się wywiady z wybranymi przedstawicielami kluczowych firm producenckich oraz sektora inwestycji finansowych (przedstawicielami banków oraz instytucji finansowych).

Etap 5: Konsultacje z interesariuszami

Konsultacja w ramach analizy popytowej i podażowej:

- Uszczegółowienie niezbędnych narzędzi komunikacji między branżami.
- Dookreśleniu podziału wymaganych wskaźników opisu inwestycji w produkcję filmową na ogólne i specyficzne.

Etap 6. Opracowanie wyników: raport końcowy

Badanie

6



O RYNKU KINOWYM

- o Rynek produkcji filmowej w Polsce wchodzi na ścieżkę bardzo szybkiego wzrostu, stanowiąc – ze względu na potencjał ludnościowy – najbardziej atrakcyjny cel inwestycyjny wśród wszystkich państw Europy Środkowej i Wschodniej.
- o Wśród 20 najpopularniejszych filmów wyświetlanych w kinach w Polsce w 2018 roku znalazło się aż 9 produkcji polskich. Pierwsze 3 miejsca box office - to produkcje krajowe.
- o Rozwojowi rynku w ostatnich latach sprzyjają znowelizowane regulacje prawne i aktywne wsparcie Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.
- o W roku 2019 dla produkcji filmowych w Polsce uruchamiane są nowe instrumenty finansowe:
 1. w postaci Europejskiego Funduszu Gwarancyjnego (łącznie wartość kredytów zabezpieczonych gwarancjami może wynieść 525 mln zł w ciągu trzech najbliższych lat).
 2. ustawy o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej (roczny budżet przeznaczony w 2019 roku wynosi 100 mln zł, a do 2027 wyniesie 200 mln zł).

* jak wynika z wyliczeń resortowych dotyczących zachęt finansowych.





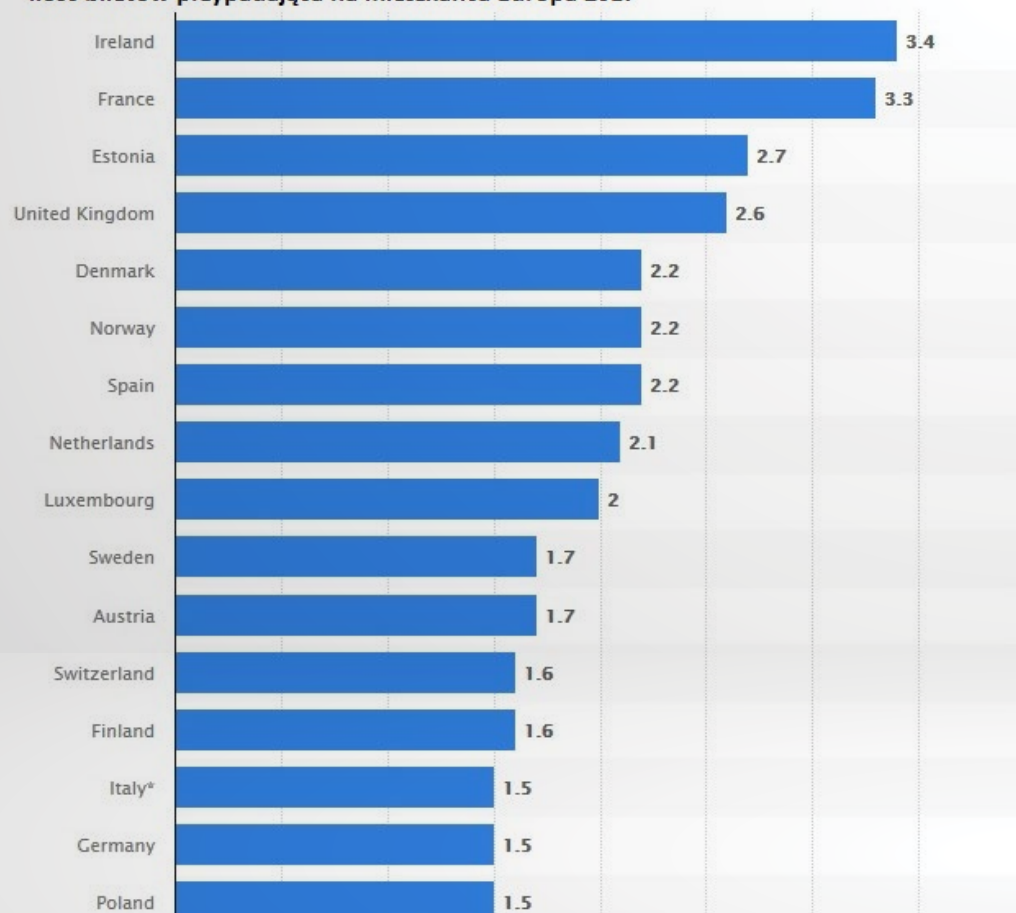
KINO W POLSCE

Kino w Polsce na tle Europy

Frekwencja w Polsce wyniosła w 2018 roku 59,7 mln, co stanowi 1,55 per capita (źródło: boxoffice.pl).

Na czele państw europejskich pod względem frekwencji kinowej znajduje się Irlandia, Francja, Estonia i Wielka Brytania. Według wszelkich prognoz, w Polsce odzwierciedlą się tendencje.

Ilość biletów przypadająca na mieszkańca Europa 2017



źródło: statista.com

2018

2018



KINO W POLSCE

FREKWENCJA					
	2018	2017	2016	2015	2014
LICZBA PREMIER	384	355	357	343	341
W TYM FILMY POLSKIE	41	46	49	41	39
FREKWENCJA W %	33,13%	23,41%	24,96%	18,65%	27,14%
FILMY EUROPEJSKIE	177	158	130	163	134
FREKWENCJA W %	12,07%	11,58%	9,79%	14,15%	15,50%
FILMY AMERYKAŃSKIE	126	119	145	119	129
FREKWENCJA W %	52,30%	61,93%	63,67%	64,64%	48,79%

WPŁYWY					
	2018	2017	2016	2015	2014
WPŁYWY (W MLN PLN)	1 123,26	1 072,4	967,5	822,9	726,9
W TYM FILMY POLSKIE	380,4	249,1	240,2	146,1	185,8
%	33,86%	23,23%	24,82%	17,76%	25,57%
FILMY EUROPEJSKIE	117,1	108,3	85,4	104,1	105,3
%	10,43%	10,10%	8,83%	12,65%	14,48%
FILMY AMERYKAŃSKIE	600,6	683,9	629,0	552,8	371,1
%	53,47%	63,77%	65,01%	67,18%	51,05%

źródło: boxoffice.pl

BOXOFFICE



NAJLEPSZE POLSKIE FILMY 2018

lp	TYTUŁ	WPŁYWY	WIDZOWIE
1	KLER	105 272 498	5 183 080
2	KOBIETY MAFII	41 767 461	2 037 202
3	PLANETA SINGLI 2	32 896 051	1 685 864
4	DYWIZJON 303. HISTORIA PRAWDZIWA	23 186 772	1 516 443
5	NARZECZONY NA NIBY	22 694 489	1 127 083
6	PODATEK OD MIŁOŚCI	20 641 633	1 044 687
7	PITBULL. OSTATNI PIES	20 313 051	1 014 213
8	ZIMNA WOJNA	17 338 008	931 339
9	7 UCZUĆ	17 009 934	853 931
10	SERCE NIE SŁUGA	11 561 865	596 193

NAJLEPSZE POLSKIE FILMY 1990-2018

lp	TYTUŁ	WPŁYWY	WIDZOWIE
11	MIŁOŚĆ JEST WSZYSTKIM	11 067 010	617 152
12	JULIUSZ	7 522 375	391 520
13	GOTOWI NA WSZYSTKO. EXTERMINATOR	7 352 357	376 864
14	KOBIETA SUKCESU	7 330 264	389 981
15	KAMERDYNER	7 230 327	421 241
16	PLAN B	5 760 062	310 335
17	PECH TO NIE GRZECH	5 024 050	243 979
18	TWARZ	3 402 074	192 291
19	ATAK PANIKI	3 396 866	186 494
20	NAJLEPSZY	1 152 373	76 702

TOP 20 WEDŁUG WIDZÓW - WSZYSTKIE FILMY, 1990-2018

lp	TYTUŁ POLSKI	TYTUŁ ORYGINALNY	WIDZOWIE	WPŁYWY
1	OGNIEM I MIECZEM	OGNIEM I MIECZEM	7 151 354	105 089 363
2	PAN TADEUSZ	PAN TADEUSZ	6 168 344	82 839 843
3	KLER	KLER	5 183 080	105 272 498
4	QUO VADIS	QUO VADIS	4 300 351	69 045 592
5	AVATAR	AVATAR	3 682 948	88 450 654
6	TITANIC	TITANIC	3 513 480	49 115 575
7	PASJA	PASSION OF THE CHRIST	3 462 159	44 673 615
8	SHREK 2	SHREK 2	3 395 226	48 184 229
9	SHREK TRZECI	SHREK THE THIRD	3 352 805	49 723 776
10	LISTY DO M. 3	LISTY DO M. 3	3 013 235	57 077 406



źródło: boxoffice.pl

boxoffice.pl

boxoffice.pl



SPECYFIKA RYNKU PRODUKCJI FILMOWEJ W POLSCE

- Wedle szacunków średnia wysokość budżetu produkcji filmowej w Polsce wyniosła 5,8 mln zł za 2017 rok i 5,2 mln zł za 2018.
- Na rynku działa ok 150 podmiotów aktywnie realizujących produkcje filmowe, kolejne ok. 150 realizujące produkcje serialowe, internetowe, reklamowe. W sumie szacuje się, że liczba profesjonalnych firm produkcyjnych oscyluje na poziomie ok. 400 podmiotów.
- Firmy producenckie to najczęściej małe i średnie przedsiębiorstwa - fragmentaryzacja rynku
- Prototypowy charakter produkcji filmowej - trudność przewidywania efektów artystycznych i komercyjnych.
- Długi cykl życia projektu (i zwrotu nakładów finansowych).
- Oparcie o zarządzanie własnością intelektualną trudną do wyceny bez wiedzy eksperckiej, brak materialnych zabezpieczeń.
- Specyficzne modele przepływów finansowych.

Produkcja filmowa określana jest jako zespół czynności twórczych, organizacyjnych, ekonomicznych, prawnych i technicznych, prowadzących do wytworzenia filmu. praktycznym znaczeniu, za tak określony efekt produkcji filmu uważa się idealny (w wielostronnym zamyśle artystycznym i technicznym) produkt, czyli gotowy film, o parametrach skwantyfikowanych na tyle, aby można było na ich podstawie podjąć jego dalsze powielanie w wielu egzemplarzach (kopiach) celem dystrybucji.

Inaczej mówiąc, produkcja filmowa jest szczególnego rodzaju działalnością gospodarczą, prowadzoną w celu wytworzenia produktu, jakim jest utwór audiowizualny mający swoje materialne i niematerialne oblicze, chronione prawnie.

BAZEL

10

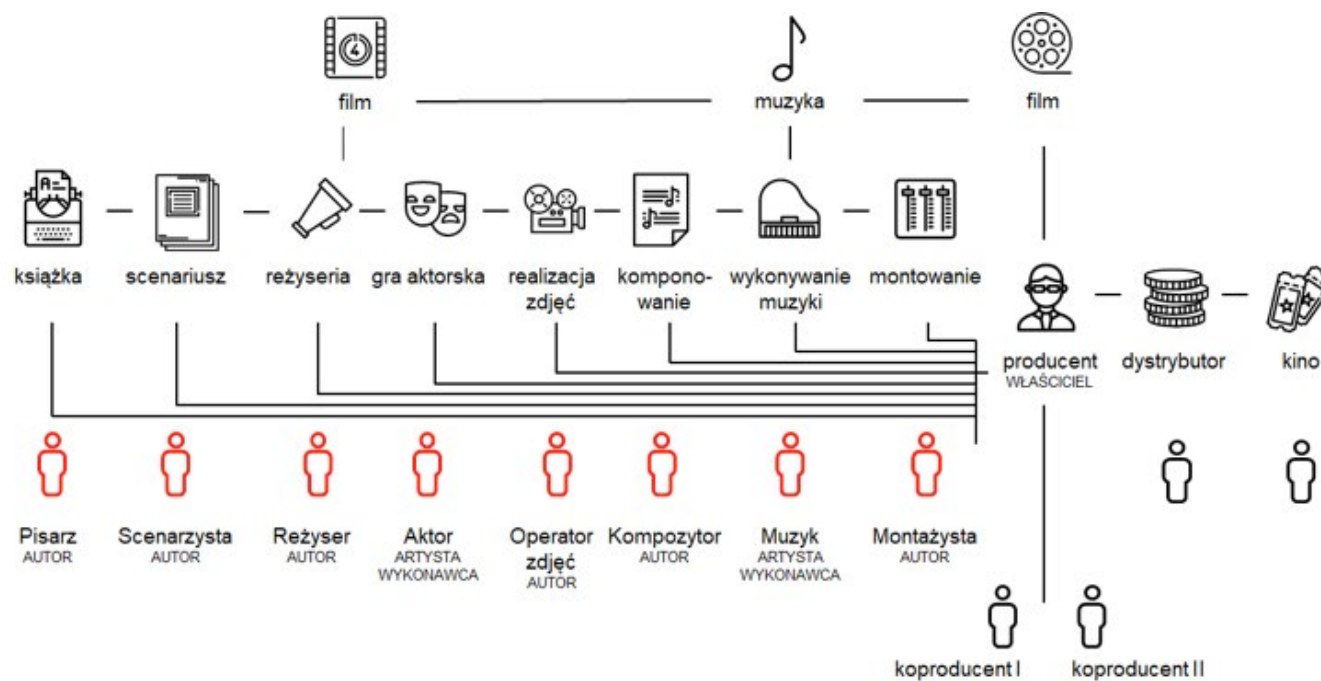


SPECYFIKA RYNKU PRODUKCJI FILMOWEJ W POLSCE

produkcja filmowa dzieli się na poszczególne etapy rozłożone w czasie:

- Okres rozwoju projektu (development).
- Okres produkcji filmowej (w tym okres zdjęciowy).
- Okres montażu i udźwiękowienia (postprodukcja).

**Typowe elementy składowe
(objęte prawami autorskimi)
konieczne do powstania
filmu i jego późniejszej
dystrybucji (w uproszczeniu):**



Poszukiwanie źródeł finansowania najczęściej odbywa się na etapie rozwoju projektu, zgromadzenie wystarczających środków na realizację danego scenariusza w określonych ramach produkcyjnych stanowi warunek skierowania filmu do produkcji nie oznacza to, że koproducent, inwestor, etc. nie pojawia się na etapie produkcyjnym - często struktura finansowania filmu ulega zmianom w czasie całego procesu produkcji.



ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PRODUKCJI FILMOWEJ

Ogół źródeł finansowania produkcji filmowej można podzielić na:

- Bezpośrednie, publiczne wsparcie finansowe obejmujące: dotacje, nagrody i stypendia, a także fundusze loterii przewidzianych przez władze centralne i niższe poziomy struktury organizacyjnej finansów publicznych (tzw. środki miękkie/ soft money).
- Pośrednie publiczne wsparcie finansowe obejmujące swym zakresem preferencje podatkowe w postaci ulg i zwolnień podatkowych na rzecz instytucji kultury, co jest istotnym instrumentem redystrybucji budżetowej w ramach systemu prawnego dostarczającym dodatkowych środków finansowych na działalność kulturową (tzw. tax rebate, rozpowszechniony w Europie; w Polsce system tzw. cash rebate, czyli zwrot części kosztów wydanych na terenie RP, bezpośrednio ze środków budżetowych
- Wsparcie ze strony sektora prywatnego, prywatne źródła finansowania obejmujące wsparcie od organizacji non-profit, organizacji biznesowych i indywidualnych darowizn na rzecz kultury. Także różnego typu instrumenty finansowe od prywatnych inwestorów lub instytucji finansowych (tzw. środki twarde/ hard money).

2021

2021

Diagram przedstawia strukturę i przepływy w branży filmowej i telewizyjnej. Centralnym elementem jest **Producenci kinowi i telewizyjni**, który ma połączenia z **Scenariusz**, **Władze publiczne**, **Dystrybutorzy**, **Kino**, **Video DVD Edytorzy**, **Kanały TV** i **Prywatni pożyczkodawcy i inwestorzy**. **Władze publiczne** otrzymują **Publ. wsparcie** i **Podatki. obrot** z **Kanałów TV** oraz **Publ. wsparcie** z **Kina**. **Kanały TV** otrzymują **Oplaty** z **Operatorzy TV sat. oraz kablowej** i **Wew. prod.** z **Firma**. **Firma** otrzymuje **Zakup czasu antenowego** od **Reklamodawcy**. **Gospodarstwa domowe** otrzymują **Sprzed. biletów** z **Kina** i **VHS/DVD Sprzedaż** z **Video DVD Edytorzy**.

Model opłacalności produkcji filmowej uwzględniający
ryzyko rynkowe (cena biletu) i ryzyko biznesu (opłacalność)

Legenda		
Zmiana wycenowa symulacji historycznej		
Parametry symulacji historycznej		
Zmiana wycenowa symulacji historycznej		
Procedury budżetowe i inne		
Wpływ budżetu / wydatki budżetu		
1. Struktura finansowania produkcji filmowej		
1.1. Udział w finansowaniu produkcji filmowej*		
- udział inwestorów publicznych (dotacje film)		
- udział inwestorów prywatnych (kapitał obcy i kredyt bank.)		
- udział producentów (dotyczy udziału w produkcji)		
1.2. Koszt całkowity w tys.		
- koszt produkcji		
- koszty ogólne		
- koszt postprodukcji		
2. Przychody operacyjne produkcji filmowej		
- koszt wliczony		
- przychody z tytułu sprzedaży		
3. Koszt operacyjny produkcji filmowej (2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4)		
3.1. Koszt operacyjny (2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4)		
3.2. Koszt operacyjny (2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4)		
3.3. Koszt operacyjny (2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4)		
3.4. Koszt operacyjny (2.1 + 2.2 + 2.3 + 2.4)		
4. Zysk brutto		
5. Podatek dochodowy (dotyczy dochodów z tytułu sprzedaży)		
6. Zysk netto		
7. Opłacalność inwestycji (Produkcja Filmowa)		
7.1. Wzrost produkcji		
7.2. Wzrost produkcji		
7.3. Wzrost produkcji		
7.4. Wzrost produkcji		
8. Opłacalność inwestycji (Produkcja Filmowa)		
8.1. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.2. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.3. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.4. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.5. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.6. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.7. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.8. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.9. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.10. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.11. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.12. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.13. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.14. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.15. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.16. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.17. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.18. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.19. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.20. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.21. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.22. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.23. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.24. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.25. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.26. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.27. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.28. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.29. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.30. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.31. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.32. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.33. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.34. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.35. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.36. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.37. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.38. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.39. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.40. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.41. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.42. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.43. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.44. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.45. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.46. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.47. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.48. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.49. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.50. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.51. Wpływ budżetu państwa (na podstawie produkcji film.)		
8.52. Wpływ budżetu państwa (na		

źródło: Edukacja bez granic. raport rynek audiowizualny



POLISH FILM INSTITUTE

Fundusze regionalne

W Polsce istnieje dobrze rozwinięta sieć regionalnych funduszy filmowych, obejmująca swoim działaniem prawie cały obszar kraju. Obecnie funkcjonuje 12 funduszy, ale władze regionów nie objętych jeszcze działaniem funduszy zadeklarowały uruchomienie kolejnych. Przy siedmiu funduszach – na Śląsku, Dolnym Śląsku, Mazowszu, w Małopolsce, Wielkopolsce, Łodzi i Poznaniu – działają także lokalne komisje filmowe (film commissions/film office).

Polskie regionalne fundusze filmowe zazwyczaj poszukują projektów filmowych ogłaszając konkursy. Podstawowym warunkiem udziału w konkursie jest związek projektu z miastem lub regionem poprzez temat filmu, miejsce realizacji lub udział w produkcji filmu lokalnych osób i firm, a także wydatkowanie co najmniej 100% (w niektórych regionach 150%) otrzymanego wsparcia w regionie. Organizatorom konkursów zależy na utrwaleniu pozytywnego wizerunku miasta lub regionu, dlatego najlepiej oceniane w konkursach są projekty zakładające wykorzystanie charakterystycznych dla miasta lub regionu plenerów i obiektów lub powiązania z regionem wątku fabularnego.





PUBLICZNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PRODUKCJI FILMOWEJ

Kreatywna Europa, MEDIA



MEDIA, inicjatywa Unii Europejskiej, jest obecnie częścią programu Kreatywna Europa, obowiązującego w latach 2014-2020. Program dysponuje budżetem w wysokości 1,46 mld EUR, z czego ponad połowa zostanie przeznaczona na wsparcie kinematografii i sektora audiowizualnego.

MEDIA wspiera różne działania z obszaru audiowizualnego. Oferuje bezzwrotne dotacje dla producentów, dystrybutorów, agentów sprzedaży, operatorów nowych technologii cyfrowych i platform VoD, organizatorów szkoleń, festiwali, targów filmowych i innych imprez branżowych.

Fundusz EURIMAGES



Eurimages to fundusz wspierający kino europejskie, administrowany przez Radę Europy. Dofinansowuje głównie działalność koprodukcyjną, przeznaczając na ten cel prawie 90% swoich środków. Roczny budżet Funduszu wynosi 25 mln EUR.

Eurimages wspiera produkcję pełnometrażowych filmów fabularnych i animowanych oraz dłuższych niż 70 minut filmów dokumentalnych. Głównym warunkiem aplikowania o dotację jest konieczność zaangażowania w projekt przynajmniej dwóch koproducentów z przynajmniej dwóch krajów członkowskich Funduszu. Wsparcie Eurimages udzielane jest w formie warunkowo zwrotnej, nieoprocenowanej pożyczki. Nie może przekroczyć 17% kosztów produkcji filmu i kwoty 500 000 EUR.

POLSKO-NIEMIECKI FUNDUSZ FILMOWY

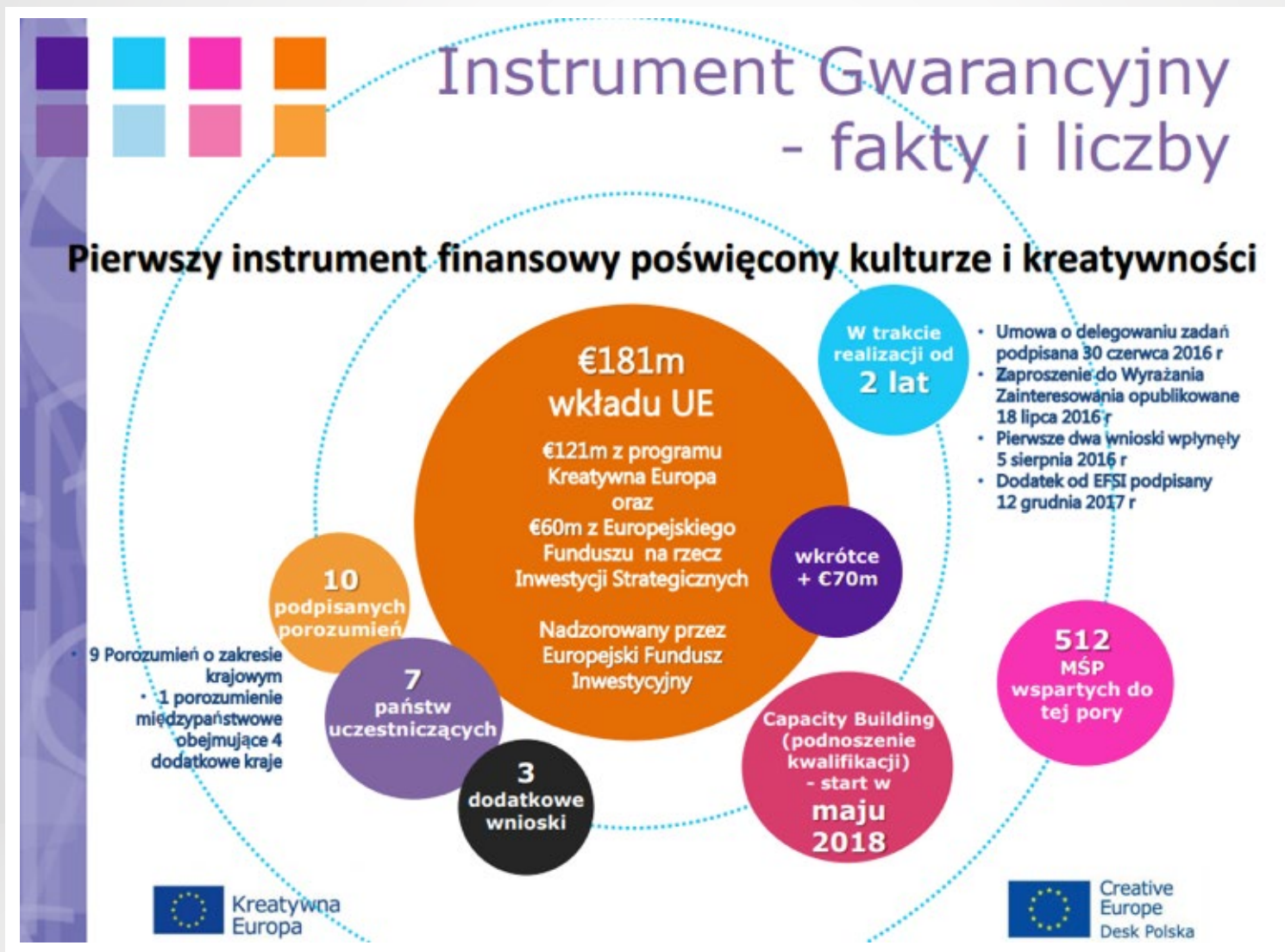
Polsko-Niemiecki Fundusz Filmowy tworzą Polski Instytut Sztuki Filmowej, Mitteldeutsche Medienförderung (MDM), Medienboard Berlin-Brandenburg (MBB) i Filmförderungsanstalt (FFA). Roczny budżet funduszu wynosi około 500 000 EUR. Z funduszu mogą być dofinansowane: projekty rozwoju pełnometrażowego (co-development) filmu fabularnego, filmu animowanego i twórczego filmu dokumentalnego; projekty pełnometrażowego filmu fabularnego, filmu animowanego i twórczego filmu dokumentalnego oraz produkcja pełnometrażowych filmów niskobudżetowych – tutaj także debiuty i filmy innowacyjne.

2021

2022



MECHANIZM GWARANCYJNY



2017



Model biznesowy udzielenia gwarancji Kreatywna Europa



ZACHĘTY FILMOWE – EUROPA

Wg ww. raportu Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego zwrot do budżetu państwa w Czechach z zainwestowanej 1 CZK wyniósł pomiędzy 1,5–1,65, na Węgrzech zwrot ten wyniósł 1,25 HUF. We Francji na każde 1 euro zachęty finansowej zainwestowano w sektor dodatkowe 12,8 euro, z kolei w Wielkiej Brytanii każdy 1 funt zachęty finansowej (ulgi podatkowej) przyniósł 12 funtów wartości dodanej. Ważnym elementem przemawiającym za wprowadzeniem bezpośrednich zachęt finansowych są także dane z węgierskiego ministerstwa kultury, wg którego dzięki funkcjonowaniu zachęt bezpośrednie koszty produkcji audiowizualnej wydatkowane na terytorium Węgier w latach 2013–2015 wyniosły: w 2013 r. – ok. 173 mln euro, w 2014 r. – ok. 180 mln euro, w 2015 r. – ok. 230 mln euro.

Także najnowsze dane z Holandii potwierdzają skuteczność funkcjonowania systemu zachęt, bowiem, wg Holenderskiego Funduszu Filmowego, powołany do życia w 2014 r. fundusz z zainwestowanych w okresie 1,5 roku 29,5 mln euro zdołał wygenerować na terytorium Holandii wydatki na produkcję audiowizualną w kwocie 139,3 mln euro, co stanowi mnożnik 4,83.

Europejska Unia





ZACHĘTY FILMOWE – POLSKA

11 lutego 2019 roku wejdzie w życie ustawa o zachętach finansowych dla produkcji audiowizualnych, która w swych założeniach opiera się o system cash rebate, polegający na udzieleniu zwrotu części kosztów poniesionych na terenie Polski, w związku z realizacją konkretnego przedsięwzięcia audiowizualnego. Ze środków publicznych, których operatorem będzie PISF, zwracane będzie 30% kosztów związanych z produkcją filmów czy seriali, a także świadczenia usług na rzecz zagranicznych producentów, realizujących w Polsce część działań produkcyjnych. O wsparcie z systemu zachęt ubiegać mogą się podmioty działające na rynku audiowizualnym (m.in. producenci) – maksymalna roczna alokacja w dyspozycji PISF, zgodnie z ustawą, wynosić ma do 200 mln zł rocznie. Zachęty – podstawowe informacje:

- Wsparcie produkcji audiowizualnej ma formę zwrotu polskich kosztów kwalifikowanych w wysokości 30%.
- Zwrot obejmuje filmy pełnometrażowe, fabularne, animowane dokumentalne oraz wysokobudżetowe seriale tv.
- Zwrot obejmuje produkcje krajowe, koprodukcje międzynarodowe z udziałem polskiego producenta oraz tzw. serwisy.
- Obowiązują progi minimalnych wydatków poniesionych na terenie RP, które kwalifikują do zwrotu.
- Wnioski są rozpatrywane w kolejności złożenia aż do wyczerpania puli na dany rok (first come, first served).
- Wniosek o wsparcie można składać mając udokumentowane min. 75% finansowania prac, które mają zostać objęte wsparciem.
- Wysokość wsparcia finansowego dla projektu wraz z innymi źródłami pomocy publicznej nie może przekroczyć 50% oraz: 60% w przypadku koprodukcji międzynarodowej między Polską a krajem członkowskim UE lub EFTA.

KTO MOŻE APLIKOWAĆ?

Polski producent, koproducent lub usługodawca (serwisy), który:

- Ma siedzibę na terenie Polski.
- Ma w dorobku co najmniej jeden utwór audiowizualny dystrybuowany w kinach, nadany w TV, na VOD lub prezentowany na festiwalu filmowym akredytowanym przez FIAPF.
- Zawarł umowę o koprodukcję lub świadczenie serwisu przed złożeniem wniosku.
- Spełnia wymogi określone w przepisach o pomocy publicznej.
- Producent z innego państwa UE lub EFTA pod warunkiem, że posiada oddział w Polsce i oddział ten spełnia warunki obowiązujące polskiego producenta.

2019

20

UPROSZCZONY SCHEMAT DZIAŁANIA

Producent składa wniosek o wsparcie finansowe:

PISF rozpatruje wniosek (max. 28 dni).

-  PISF zawiera umowę z producentem i przelewa środki na rachunek powierniczy.
-  Producent przystępuje do produkcji.
-  Po zakończeniu prac objętych wsparciem, producent składa raport.
-  PISF weryfikuje raport, w tym audyt ekonomiczno-finansowy.
-  PISF wypłaca producentowi zwrot kosztów.

2023

2023

Badanie „Z kulturą do banku”



Bank
Z
Kulturą

Bank

PRODUCENCI

Środowisko producentów okazało się bardzo zróżnicowane, jeśli chodzi o podejście do finansowania produkcji. Można powiedzieć, że główny wymiar różnicujący to doświadczenie i otwartość na poszukiwanie finansowania produkcji z pieniędzy prywatnych vs nastawienie na dotacje i szerzej rozumiane pieniądze publiczne (fundusze unijne, inne dofinansowania). Niezależnie od opisanego wyżej zróżnicowania, doświadczenia z poszukiwaniem finansowania w bankach okazywały się bardzo nieliczne. Jeśli już dochodziło do rozmów i decyzji banków, to są to mechanizmy sponsorskie, a nie traktowanie filmu jako produktu inwestycyjnego. Środowisko producentów nie jest zdziwione brakiem zaangażowania instytucji finansowych w inwestowanie w produkcje filmowe. W oczach samych producentów film jest inwestycją podwyższonego ryzyka. Bardzo często takie podejście zupełnie niweluje jakiekolwiek podejmowanie prób pozyskania inwestora w świecie instytucji finansowych. Producenci nie wiedzą jak mogliby neutralizować ryzyko związane z produkcją filmową na poziomie budowania oferty dla banku i/ lub nie wierzą, że proces produkcji filmowej de facto może być obciążony mniejszym ryzykiem dla inwestora, niż jest to obecnie. Wszelkie rozwiązania sponsorskie są dla środowiska producentów znacznie łatwiejsze i bezpieczniejsze, gdyż nie wymagają od nich reagowania na nieprzewidziane sytuacje mogące komplikować i podnosić koszty produkcji, a także nie zmuszają ich do funkcjonowania w narzuconych ramach związanych np. z rozliczaniem wydatkowania pieniędzy inwestora. Ponadto ważnym czynnikiem skłaniającym do poszukiwania sponsora, a nie inwestora, jest brak konieczności dzielenia się zyskiem z instytucją finansową.

2023

2023

Obecny brak zainteresowania banków inwestowaniem w film wynika także – zdaniem producentów – z takiego, a nie innego sposobu finansowania, który jest wymuszony cyklem produkcji i życia filmu. Film w oczach producenta jest przez długi czas produktem generującym wyłącznie straty, zaś zyski są niepewne i mocno odłożone w czasie. Nieliczne próby rozmów z bankami na temat inwestowania w film kończyły się brakiem możliwości wykazania zysków w zadowalającym dla banku czasie – bank w tym sensie jest postrzegany jako instytucja nie rozumiejąca specyfiki produkcji filmowej, zbyt „niecierpliwa”, w której nikt nie chce zaakceptować ponoszenia wyłącznie kosztów w dość długim czasie. Zwracano uwagę na to, że długotrwałe generowanie wyłącznie kosztów (szczególnie przy większych produkcjach) sprawia, że dla banku nie ma znaczenia nawet np. podpisana umowa o dotacji z Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Dotacja ta z kolei w oczach producentów powinna być wystarczającym gwarantem zwrotu inwestycji poniesionej przez bank, zwłaszcza w sytuacji, w której odsetki od kredytu obrotowego udzielonego przez bank mogłyby być refundowane z dotacji. Producenci są sami świadomi tego, że są lub mogą być trudnymi partnerami dla banku.

2023

2023

Takie postrzeganie siebie jest związane przede wszystkim z następującymi czynnikami:

- Świadomość, że produkcja filmowa jest trudna do skontrolowania, że właściwie nigdy nie zdarzają się realizacje budżetu w 100% zgodne z założeniami.
- Regułą jest przystępowanie do produkcji nawet z nie do końca zapewnionym budżetem, że o ile stosunkowo łatwo jest znaleźć „jakieś pieniądze na start” projektu, o tyle znacznie trudniej jest potem dopiąć całość budżetu.
- Utrudnieniem w rozmowie z inwestorami bywa postrzeganie dystrybucji filmowej jako pokaźnej części budżetu połączonej z brakiem dostępu do informacji, co tak naprawdę się z tym budżetem dzieje – wyraźnie brakuje tu transparentności.
- Sytuacja, w której nie otrzymuje się dotacji z PISF lub gdy jest ona niska często ucina rozmowę z potencjalnym inwestorem; część inwestorów działa bardzo schematycznie i swoje ewentualne wsparcie ogranicza wyłącznie do produkcji mocno dotowanych szukając w ten sposób gwarancji zwrotu poniesionych kosztów; ponadto sam PISF może nie wystarczyć – liczy się także czas zwrotu inwestycji, i tu dość długi czas oczekiwania na dotację może być wystarczającą barierą dla banku (lub dla producenta, który obawia się odsetek od kredytu bankowego nie do udźwignięcia dla niego).
- Zepsuta reputacja producentów jako osób obarczanych winą za częste opóźnienia, przesunięcia terminów np. płatności, generalnie nietrzymanie produkcji w ryzach finansowych i czasowych w stopniu zadowalającym potencjalnych inwestorów z branży finansowej; brak zresztą mechanizmów dyscyplinujących producentów – wymagania np. PISF dotyczące raportowania uchodzą za łagodne.
- Film jako produkt może być trudny do wyobrażenia sobie, na poziomie koncepcji jest bardzo nienamacalny, jego potencjalna wartość może być naprawdę trudna do oszacowania dla kogoś, kto nie ma związku z branżą filmową – jak np. zrobić zastaw na treści filmu, który jeszcze nie powstał?
- Można powiedzieć o istnieniu pewnej mentalnej bariery w środowisku producentów – skłonności do zachowania sobie wolności podejmowania decyzji, niechęcią do bycia nadmiernie kontrolowanym.

2222

22

Zdaniem części producentów przygotowanie rzeczywiście rzetelnej, szczegółowej symulacji wpływów jest zajęciem bardzo trudnym i skomplikowanym. Trudnością jest nawet sama podstawowa wysokość wpływu z biletów – zróżnicowanie cen jest duże w zależności np. od dnia tygodnia, trudno przewidzieć w jakie dni tygodnia widzowie pójdą do kina, etc. Można spotkać się także z przekonaniem, że lepiej jest poszukując finansowania stawiać na pieniądze publiczne, dystrybutora, media (pre-sale), współpracę z różnymi instytucjami na zasadzie koprodukcji – wówczas koproducent wnosi wkład finansowy bądź aport, zaś inwestorów prywatnych traktuje się praktycznie wyłącznie jako pasjonatów (bądź mocniej „szaleńców”), którzy chcą dołożyć się do realizacji danego filmu, ale nie sposób tu liczyć na funkcjonowanie takiego modelu jako stałego sposobu finansowania. Obrazuje to także postawę pełną rezerwy wobec inwestorów prywatnych nie związanych ze światem filmowym/ mediami – taką postawę także można wśród producentów spotkać.

2023

2023

PRODUKCJE OPARTE NA FINANSOWANIU PRYWATNYM

Część producentów ma większe doświadczenia z realizacją produkcji w oparciu o pieniądze prywatne. Częstym zjawiskiem jest tu finansowanie części produkcji ze środków własnych – inwestycja poprzednie finansują kolejne.

W przypadku takiego segmentu producentów dominuje:

- Finansowanie przez ograniczoną liczbę inwestorów/ pożyczkodawców oparte na zaufaniu, wynikającym z wcześniejszych sukcesów komercyjnych danego producenta.
- Poszukiwanie inwestorów w świecie mediów – wyraźne znaczenie przed-sprzedaży produkcji (zauważano jednak spadek wartości licencji telewizyjnych, która wiąże się generalnie z trendem spadku przychodów klasycznych stacji telewizyjnych i przestawianiem się widzów na rozwiązania VOD – takie zjawisko może wywołać dodatkowe poszukiwania źródeł finansowania i potencjalne poszukiwanie ich wśród instytucji finansowych).
- Poszukiwanie sponsorów produkcji (także w sferze banków) w oparciu o korzyści reklamowe i wizerunkowe, jakie może przynieść film.
- Korzystanie z finansowania produkcji przez inwestorów prywatnych, którzy decydują się na to niekoniecznie ze względu na oczekiwany zysk finansowy, ile na inne motywacje i inne rodzaje korzyści (np. inwestycja w film jako coś ekscytującego/ interesującego, zgodnego z osobistymi zainteresowaniami/ aspiracjami/ ,wartościami, nawet jako swego rodzaju kaprys).

Budowanie oferty i zachęcanie do inwestowania pieniędzy prywatnych w film opiera się zatem przede wszystkim na:

- Budowaniu własnej reputacji jako producenta filmów przynoszących zysk.
- Podkreślaniu potencjału komunikacyjnego określonych rozwiązań, traktowania ich jako sprawdzone i gwarantujące zysk (określony typ filmu, określani twórcy – aktorzy, reżyserzy).
- Podkreślaniu korzyści wizerunkowych i PR-owych dla potencjalnego inwestora (lub sponsora) – np. określone działania typu eventy, korzyści dla klientów danego inwestora (np. klientów VIP banku), zaangażowanie w tematykę, która jest adekwatna do wartości marki danej instytucji finansowej; także np. przeliczaniu aktywności promocyjnych filmu na ekwiwalent reklamowy.
- Dostarczaniu korzyści niefinansowych (możliwość uczestnictwa w wydarzeniach ze świata filmu, premierach, festiwalach).
- Przygotowywaniu oferty, która przede wszystkim zawiera wizję filmu na tle rynku, trendów, historii filmów zrealizowanych w ramach określonego gatunku.
- Określenie potencjalnych czynników sukcesu.
- Zabezpieczenia w postaci własnej pozytywnej historii kredytowej, umów podpisanych z wiarygodnymi partnerami (np. instytucjami publicznymi, mediami), pozyskanej dotacji z PISF lub funduszy unijnych.
- budżet.
- Harmonogram (ci nieliczni producenci, którzy mają doświadczenia z koprodukcjami międzynarodowymi są świadomi konieczności przygotowania bardzo precyzyjnego harmonogramu wydatków w czasie).
- Szacunki wpływów przy określonej liczbie widzów i wykorzystaniu wszystkich pól eksploatacji, jasno pokazujące do jakiego momentu produkcja jest „pod kreską”, a od jakiego zaczyna zarabiać i jaki to jest poziom wpływów.
- Określenie perspektyw czasowych eksploatacji filmu – czy jest to materiał, który będzie raczej żył krótko, czy też można liczyć na jego dłuższą eksploatację.
- Budowaniu i podtrzymywaniu relacji z decydentami pracującymi w instytucjach finansowych – wykorzystywanie raczej miękkich kompetencji, poszukiwanie wspólnoty interesów bazującej np. na wizerunku budowanym przez instytucję finansową (w który dana produkcja filmowa może się wpisać), na profilu klientów danej instytucji (film może dotrzeć do tej grupy docelowej i zbudować pozytywne postrzeganie marki).

2021

2021

Funkcjonuje na rynku model, w którym aktywnie unika się dotowania produkcji – po części nie ma takiej potrzeby (dobrze funkcjonuje model, w którym produkcję da się sfinansować ze środków własnych, w dużej mierze pochodzących z wpływów z poprzednich produkcji), po części zaś jest to element pewnego pomysłu biznesowego, unikania „rozleniwiającego” aspektu korzystania z dotacji publicznych. Taki model funkcjonowania ma szanse powodzenia jednak tylko wtedy kiedy ma się „patent” na sukces komercyjny (określona formuła filmu, za każdym razem przyciągająca widzów), co z kolei przyciąga inwestorów prywatnych, będących de facto pożyczkodawcami, którzy udzielają pożyczek na warunkach lepszych, niż (w założeniu) miałyby to miejsce w przypadku inwestorów instytucjonalnych (producent spodziewa się, że oczekiwania finansowe banku lub innej instytucji finansowej byłyby wyższe). Dodatkowym zabezpieczeniem takiej formy działalności jest zapewnienie sobie innych źródeł przychodu – np. sprzedaż scenariusza na innych rynkach. Oczywiście bardzo ważnym źródłem finansowania pozostaje także minimum gwarantowane ze strony dystrybutora (traktowane jako nieoprocentowana pożyczka). Opieranie finansowania na prywatnych pożyczkodawcach jest podejściem, które można prowadzić z sukcesem i liczyć na chętnych, dla których proponowany poziom zysku jest atrakcyjny, ale też po części wynika z przeświadczenia, że z punktu widzenia wymogów i procedur bankowych nawet bardzo długa seria sukcesów komercyjnych nie jest wystarczającą gwarancją zwrotu poniesionych nakładów. Po części jest to zatem świadomy wybór, ale po części także przekonanie, że instytucja finansowa i tak zapewne byłaby trudna do przekonania, ryzyko postrzegane jako zbyt duże, brak znanych, uświadamianych sposobów na to jak takie poziom ryzyka w rozmowie z instytucją finansową obniżyć.

2222

22

Producenci chętnie w komunikacji i rozmowach z potencjalnymi inwestorami wykorzystują pozytywne trendy na polskim rynku

- Zwiększająca się z roku na rok liczba widzów w kinach (i na polskich produkcjach w szczególności).
- Coraz liczniejsze przykłady sukcesów komercyjnych polskich produkcji i dająca się pokazać wysoka stopa zwrotu z inwestycji w te właśnie produkcje.
- Coraz lepsza atmosfera wokół polskiego kina związana z sukcesami niektórych produkcji na arenie międzynarodowej.
- Powtarzalność wyników określonego typu filmów (np. komedie romantyczne) W rozmowach z takimi producentami pojawia się potrzeba poszerzenia palety możliwości pozyskiwania dofinansowania – np. o:
 - crowdfunding – część producentów wierzy w powodzenie takiego modelu ze względu na potrzebę widzów do współtworzenia treści, jakie ich interesują
 - rozwiązania znane ze zjawiska startupów – tworzenie hubów, które skupiałyby projekty filmowe i potencjalnych zainteresowanych inwestorów.

2021

2021

PRODUKCJE OPARTE NA DOFINANSOWANIU UNIJNYM I KOPRODUKCJACH ZAGRANICZNYCH

Pewna część producentów ma większe doświadczenia w finansowaniu opartym o fundusze UE i/ lub koproducentów zagranicznych. Takie doświadczenia z reguły zmieniają nastawienie do finansowania produkcji, ponieważ uczą i wymuszają stosowanie się do określonych procedur.

Zwracano uwagę na fakt, że taki instrument dyscyplinujący (konieczność regularnego i precyzyjnego rozliczania się z wydatkowania inwestycji/transz dotacji w czasie) tak naprawdę pomaga producentowi – może:

- Wspomagać budowanie pozytywnego wizerunku branży producentów filmowych w oczach inwestorów (transparentny proces przepływu środków).
- Uczyć procedur, które zapewne pojawią się w związku z nowymi instrumentami gwarancyjnymi.

Wysoko cenione są koprodukcje zagraniczne, w których cashflow jest narzucony z góry przez instytucję finansującą już doświadczoną w finansowaniu produkcji filmowych. Jest to jednak model spotykany na rynku bardzo rzadko, jest zdecydowanie bardziej wyjątkiem od reguły, niż regułą. Dzieje się tak na innych rynkach, gdzie banki lub parabanki mają swoje własne komórki wyspecjalizowane w prowadzeniu takich projektów. Nieliczne przykłady korzystania z tego rodzaju finansowania pokazują, że mechanizm jest właściwie gotów, można żałować, że nie funkcjonuje w Polsce, ale też doświadczenia zagraniczne (np. w zagranicznych oddziałach banków funkcjonujących także w Polsce) dają nadzieję na przeniesienie tego mechanizmu także na nasz rynek. Postulowano edukację polskich banków (a zwłaszcza polskich oddziałów banków międzynarodowych) odnośnie wprowadzenia tego modelu lub też nawet uświadomienia decydentom w polskich bankach, że sami mogą po prostu przejąć funkcjonujące już w ich organizacjach procedury. Warto zauważyć, że np. zabezpieczenie banku w postaci zastawu na prawach do filmu do momentu, w którym inwestycja się nie zwróci jest czymś naturalnym, na co producent się godzi. Korzyść w postaci sprawnie działającego cashflow jest na tyle duża, że nie stanowi to bariery dla producenta. Ponadto jest to czynnik motywujący producenta do szybkiego i rzetelnego rozliczenia się z kosztów produkcji (w jego interesie jest uwolnienie praw do eksploatacji filmu i możliwość zarabiania na nim).

2021

2021

Producent mający doświadczenie z korzystaniem z cashflow oferowanym przez bank nie podważa charakterystycznych dla takiej sytuacji zabezpieczeń i kryteriów oceny, jakie bierze pod uwagę bank oceniając poziom ryzyka danej produkcji filmowej:

- Wiarygodność i historię kredytową koproducentów (umowa z wiarygodnym koproducentem/ inwestorem oznacza, że producent już przeszedł pozytywną weryfikację w innej instytucji)
- Standardowe procedury wiarygodności kredytowej producenta.

2023

2023

Zwracano uwagę na małą dostępność wsparcia unijnego – niewielkie szanse wynikające z bardzo silnej konkurencji oraz niskiej częstotliwości przyznawania dotacji. Ponadto nie zawsze rozwiązuje to problem z bieżącym finansowaniem produkcji – czasami jest to mechanizm uruchamiania dofinansowania na samym końcu produkcji (a producenci zmagają się z płynnością finansową w trakcie). Producenci, dla których domyślnym sposobem finansowania są środki publiczne w maksymalnym możliwym wymiarze także muszą oczywiście dopełnić budżet innymi środkami. Charakterystyczne jest także w tej grupie nie branie pod uwagę instytucji finansowych, z tych samych powodów, co producenci nie korzystający ze wsparcia publicznego (świadomość wysokiego ryzyka inwestycyjnego, brak przekonania i narzędzi do przekonywania decydentów finansowych). Wówczas naturalnym staje się poszukiwanie drugiej części finansowania np. ze środków własnych, funduszy regionalnych (ale tu ograniczeniem są stosunkowo niewielkie kwoty wsparcia, na jakie można liczyć oraz konieczność dostosowania się do wymogów określonych programów wsparcia. promujących np. określoną tematykę filmu), mediów (przedsprzedaż z kolei ma też wadę w postaci ograniczenia uczestnictwa producenta w podziale ewentualnych zysków i odcina mu możliwość dalszego zarabiania na sprzedawaniu licencji). Instytucje finansowe nie są brane pod uwagę, chyba że w oparciu o mechanizmy promujących np. określoną tematykę filmu), mediów (przedsprzedaż z kolei ma też wadę w postaci ograniczenia uczestnictwa producenta w podziale ewentualnych zysków i odcina mu możliwość dalszego zarabiania na sprzedawaniu licencji). Instytucje finansowe nie są brane pod uwagę, chyba że w oparciu o mechanizmy sponsorskie, a nie jako inwestorzy. sponsorskie, a nie jako inwestorzy.

2023

2023

W oczach tych producentów, którzy mniej chętnie sięgają po wsparcie z rynku kapitału prywatnego nie ma jasnej wizji jakie mechanizmy mogłyby zachęcić potencjalnego inwestora, tym niemniej intuicyjnie szukano by rozwiązań takich, jak:

- Faworyzowanie inwestora w recoupment planie, po uzyskaniu zgody innych udziałowców (choć przy zachowaniu proporcjonalności w stosunku do wysokości wkładu – inny model byłby trudny do zrealizowania).
- Bazowanie w rozmowach na korzyściach wizerunkowych, zapewnienie zaistnienia inwestora w mediach w kontekście filmu, benefity PR-owe, danie inwestorowi do ręki narzędzi, którymi on sam może się posłużyć przy budowaniu relacji ze swoimi klientami.
- Dostarczanie korzyści niematerialnych, wynikających z atrakcyjności samego bycia blisko świata filmu (jak wyżej).
- Wykorzystywanie argumentu szerokiego rynku zbytu filmu dzięki wejściu np. w koprodukcje zagraniczne.

REAKCJE NA MECHANIZMY GWARANCYJNE

Producenci podchodzą do nowych mechanizmów na rynku (ustawa o wspieraniu produkcji audiowizualnych oraz mechanizmy gwarancyjne UE) z reguły bardzo pozytywnie.

Sama idea jest postrzegana jako bardzo dobra:

- „Wpompowująca” określoną (wysoką) pulę pieniędzy w rynek produkcji i podnosząca atrakcyjność Polski jako miejsca realizacji produkcji filmowych dla producentów i koproducentów zagranicznych.
- W teorii ułatwiająca instytucjom finansowym podejmowanie decyzji o wejściu w produkcję filmową (skoro jest to bardzo mocna gwarancja pozyskania poniesionych środków na koniec produkcji, a bankowi daje mocną gwarancję zwrotu niemal całej kwoty w przypadku np. niezrealizowania produkcji).
- Dająca nadzieję na bardziej płynny przepływ środków finansowych, na ułatwienie dostępu do środków finansowych na początku i w trakcie trwania produkcji (co dla wielu producentów jest zasadniczym problemem), a dzięki temu – np. unikanie opóźniania wynagrodzeń spowodowanego czekaniem na opóźniającą się ratę dotacji z PISF (pośrednio przyczyniającego się do budowania niekorzystnego wizerunku produkcji filmowej jako podatnej na wszelkiego rodzaju opóźnienia).

2021

2021

Zwracano uwagę na fakt, że wprowadzenie instrumentów w życie wymagałoby przygotowania merytorycznego obydwu stron:

- Po stronie banku – wykształcenia pracowników opiniujących projekt, być może stworzenia jakiegoś ciała doradczego, mającego doświadczenie filmowe, korzystania z doświadczeń inwestorów bankowych na innych rynkach.
- Po stronie producentów – nauczania się wymogów i procedur bankowych, zmiany mentalnej w kierunku traktowania produkcji filmowej jako produktu inwestycyjnego, a nie w dominującym stopniu dzieła sztuki.

Na razie projekty instrumentów wsparcia nie przekładają się na jakiegokolwiek zmiany lub plany zmian modelu działania – producenci czekają na rozporządzenia, szczegóły, które pozwolą im wyobrazić sobie jak w realnej codziennej działalności nowe mechanizmy mogłyby im pomóc (kwestia np. definicji kosztów kwalifikowanych, określenia wymaganej wielkości budżetu, reguł przeprowadzania testu kulturowego i zasadności istnienia takiego testu) Pojawia się także podejście sceptyczne – brak przekonania w to, że instrumenty gwarancyjne zachęcą do inwestowania jakiejkolwiek instytucje finansowe skoro nie zachęcają ich tak mocne, stuprocentowe gwarancje, jak dotacja PISF.

2021

20

INWESTORZY

Doświadczenia związane z inwestowaniem w produkcje filmowe okazały się bardzo nieliczne, a jeśli już były – to nie okazywały się satysfakcjonujące. Oczekiwania wobec producentów filmowych jako potencjalnych partnerów wynikają zatem:

- o Z opisanych wyżej (nielicznych) doświadczeń.
- o Z oczekiwań wobec inwestycji i praktyk na innych rynkach, gdzie doświadczenie decydentów ze świata finansów jest większe.
- o Wizerunku branży filmowej, niezależnego od doświadczeń inwestycyjnych w produkcję filmową (lub braku takich doświadczeń).

Dotychczasowa aktywność banków jeśli chodzi o finansowanie produkcji filmowej sprowadza się głównie do mechanizmów sponsorskich. Wówczas można mówić o istnieniu pewnych korzyści dla banków – przede wszystkim o korzyściach wizerunkowych (jeśli wartości marki instytucji finansowej są zbieżne z daną produkcją filmową) i/ lub o reklamie (choć koszt dotarcia do konsumenta w tym przypadku jest oczywiście wyższy, niż w przypadku tradycyjnych lub nowoczesnych mediów). O filmie jednak znacznie rzadziej myśli się w kategoriach projektu inwestycyjnego. W rozmowach z przedstawicielami świata finansów pojawiają się przykłady nieudanych inwestycji w film, co pokazuje, że łatwo jest znaleźć argumentację przeciw takiemu zaangażowaniu oraz potwierdza negatywną opinię o filmie jako inwestycji – przykłady konkretnych porażek są znane i przytaczane.

2021

2021

Warto zauważyć, że eksperci ze świata finansów w mniejszym stopniu niż producenci wierzą w sukces oparty na poprzednich doświadczeniach lub określonym typie filmu. O ile wśród producentów wiara w powtarzalność pewnych rozwiązań (typ filmu gwarantujący sukces, obsada i/ lub nazwisko reżysera jako gwarant sukcesu) jest wysoka, o tyle świat finansów podchodzi do tego sceptycznie – dominuje tu raczej obawa o to, że dana produkcja mimo to może zawieść oczekiwania i nadal jest obciążona wysokim ryzykiem. Pojawia się analogia np. do rynku start-upów, z których minimalna liczba okazuje się dużym sukcesem, jakaś część się zwraca, natomiast większość nie jest w stanie na siebie zarobić. Należy liczyć się z tym, że część potencjalnych inwestorów tak właśnie postrzega rynek produkcji filmowych w Polsce. Z punktu widzenia świata finansów najistotniejsze jest znalezienie w osobie producenta partnera, który rozumie biznesowy aspekt produkcji filmowej i potrafi podejść do filmu w sposób, który dobrze równoważy aspekty artystyczne z kontrolą nad finansową stroną produkcji. Na bardzo podstawowym poziomie – brakuje podejścia w kategoriach „pożycz, a ja zwrócę pieniądze z zyskiem”, zamiast „daj (pieniądze na produkcję)”. Na poziomie emocjonalnego stosunku świata finansów do świata producentów filmowych pojawia się zarzut zbyt małego poczucia odpowiedzialności za finanse, niekonwencjonalności i nieprzewidywalności różnych działań.

2023

2023

W rozmowach z inwestorami daje się zauważyć postrzeganie środowiska filmowego (w tym producentów) jako dość zamkniętego, hermetycznego, specyficznego, w którym raczej załatwia się sprawy między sobą, projekty realizuje w oparciu o znajomości i obietnice bardziej, niż analizę potencjału, umowy i plan. Ważna jest praca nad zmianą takiego postrzegania – zachęta do stosowania się do bardziej „bankowych” procedur (opisywanych dalej) przez producentów. Charakterystyczne, że inwestorzy – wbrew dość mocnemu przekonaniu producentów – niekoniecznie muszą być zainteresowani osiąganiem korzyści wizerunkowych, PR-owych, itd. Z punktu widzenia funduszu inwestycyjnego korzyści w postaci obecności medialnej, zaangażowania w sferę promocji może nie mieć żadnego znaczenia, liczy się zaś jak najrzetelniej zaplanowany i przeprowadzony proces, który w końcowym efekcie zapewni oczekiwaną stopę zwrotu z inwestycji. Pojawia się natomiast efekt, który z punktu widzenia inwestora ze świata finansowego może mieć jednak znaczenie i być zachętą – zaangażowanie w film jako element ocieplania wizerunku, przeciwdziałania pewnym zjawiskom (mniejsze lub większe opisywane w mediach „afery”), które mogą negatywnie wpływać na wizerunek całej branży finansowej. Można wówczas wykorzystać emocjonalny aspekt produkcji filmowej – jako dzieła sztuki, sfery kreatywnej tworzącej dzieła o wyższej wartości i pozytywnym wpływie na dobrostan społeczny.

2222

22

Najważniejsze oczekiwania decydentów ze świata finansów sprowadzają się do następujących elementów:

- Umiejętność budowania biznesplanu produkcji filmowej, na wzór dobrze przygotowanego biznesplanu startupów.
- Dywersyfikacja i minimalizacja ryzyka związanego z inwestycją w produkcję filmową.
- Wykształcenie dobrego biznesowego podejścia producentów filmowych do ich projektów.
- Transparentność procesu i dostęp do dokumentów finansowych oraz umów związanych z produkcją.
- Raportowanie realizacji prac.

2021

2021

WYKSZTAŁCENIE DOBREGO PODEJŚCIA PRODUCENTÓW

Świat finansów oczekuje od producentów przede wszystkim dobrego zbalansowania „emocji i liczb”. Bardzo ważne jest, aby producenci filmowi potrafili myśleć o swoim projekcie zarówno jako o wizji artystycznej, jak i jak najbardziej przewidywalnym i efektywnym procesie przepływu środków finansowych oraz o projekcie, który ma pewien określony finansowy cel. Sama wizja artystyczna to za mało, podobnie jak sam plan finansowania bez atrakcyjnej wizji artystycznej. Zbalansowanie tych dwóch aspektów wydaje się być warunkiem koniecznym dla wzbudzenia zainteresowania potencjalnych inwestorów.

Tymczasem przewijając się w rozmowach bolączką środowiska producentów filmowych w oczach finansistów jest zainteresowanie się wyłącznie sfinansowaniem produkcji bez należytego skupienia na dalszych losach filmu, jego potencjale sprzedażowym, a w efekcie zyskiem jaki może przynieść. Skutkiem takiego zjawiska jest podejrzliwość i niechęć środowiska bankowego, konieczne jest ponowne zbudowanie zaufania, zdaniem rozmówców nawet jedna udana inwestycja może zmienić ten sposób myślenia i sprawić, że banki uwierzą w sens takiej właśnie inwestycji. Konieczne jest jednak budowanie nowego wizerunku środowiska filmowego poprzez bardziej profesjonalne podejście do finansowego aspektu produkcji filmowej. Bardzo ważne z punktu widzenia świata finansów jest uczenie producentów dyscypliny finansowej – zarówno na poziomie przewidywania kosztów/ tworzenia budżetu, jak i przede wszystkim na etapie wydatkowania pieniędzy. Generalnie oczekiwanie to sprowadza się nie tylko do oczywistej w tym kontekście oszczędności, ale też do wypracowania zwyczaju dyscypliny wydatków w czasie. Służą temu wszelkie opisywane dalej mechanizmy regularnego rozliczania się z wydatków z inwestorem.

2021

2021

UMIEJĘTNOŚĆ PRZYGOTOWANIA OFERTY – BIZNESPLANU

Świat finansów oczekuje od producentów filmowych umiejętności budowania oferty, którą chętnie porównują do oferty nowych startupów. Dość wyraźnie daje się zauważyć skłonność do traktowania produkcji filmowej jako „nowego startupu” za każdym razem – wcześniejsze ewentualne sukcesy są pewną wskazówką i zachętą, ale na pewno same nie wystarczą do podjęcia pozytywnej decyzji o inwestowaniu w daną produkcję filmową. Można powiedzieć, że decyzja jest podejmowana za każdym razem na nowo, ryzyko jest szacowane na nowo, a sama produkcja filmowa jako przedmiot inwestycji jest postrzegana zawsze jako wysoce ryzykowna, niezależnie od ewentualnych wcześniejszych pozytywnych doświadczeń np. z tym samym producentem/ reżyserem/ tematyką filmu, etc.

2023

03

Dlatego z punktu widzenia świata finansów niezwykle ważna jest umiejętność przedstawiania produkcji filmowej jako projektu, który zawiera kilka absolutnie koniecznych, podstawowych elementów:

- Jasno określony poziom ryzyka – „ile można stracić” (czyli maksymalna, nieprzekraczalna wysokość inwestycji).
- Rzetelnie opracowane mocne strony i szanse produkcji :
 - w czym, zdaniem producenta, tkwi szansa na komercyjny sukces filmu (a przynajmniej gwarancja zwrotu inwestycji),
 - jaki jest jego potencjał dystrybucyjny i z czego on wynika,
 - jak i na jakiej podstawie można szacować wielkość widowni, jakiego rodzaju profilu widowni można się spodziewać (to ważne np. z punktu widzenia szacowania przez bank korzyści wizerunkowych),
 - jak film jako produkt ma działać (rzetelna analiza SWOT, szczegółowy opis powodów, dla których film ma mieć szeroką widownię, do jakich potrzeb widzów i w jaki sposób będzie się odwoływał, etc.),
 - w jakim otoczeniu konkurencyjnym i na jakim rynku film będzie funkcjonował (im większą wiedzę o rynku, trendach na rynku producent posiada, tym lepiej)
- Szczegółowo rozpisany w czasie harmonogram i plan koniecznego finansowania produkcji, z wyraźnie wyszczególnionymi deadline’ami na poszczególne etapy i planowanym nieprzekraczalnym końcem produkcji (szczególnie ważne w sytuacji, w której film musi być osadzony w czasie ze względu na tematykę, jaką porusza, jego premiera ma sens tylko w określonym czasie).
- Szczegółowy budżet i harmonogram finansowania (w krótkich przedziałach czasowych, np. dwutygodniowych - miesięcznych), uwzględniający wszystkie koszty filmu; część rozmówców przyznaje, że nie potrzebuje budżetu rozpisanego do poziomu każdej czynności na każdym etapie produkcji, dla części jednak jest to element bardzo budujący wiarygodność producenta (a przy tym ważny ze względu na nieznajomość „kuchni filmowej” wśród specjalistów ze świata finansów).
- Tworzenie budżetu, który zakłada wariant przewidywany, ale też wariant pesymistyczny, w którym różne czynniki (koniecznie trzeba je sprecyzować – im więcej wskazanych pól ryzyka/ momentów krytycznych, tym lepiej, bo świadczy to o rzetelności przewidywania produkcji jako procesu) mogą zwiększyć koszty produkcji lub wręcz uniemożliwić jej dokończenie; to ważne o tyle, że zdaniem ekspertów finansowych banki zawsze zdają sobie sprawę z tego, że każdy plan może ulec zmianie pod wpływem różnych czynników, często o charakterze czysto zewnętrznym; zatem proponowanie tego typu rozwiązań w sytuacjach „kryzysowych” przez producenta jest elementem budowania porozumienia, wspólnoty podejścia do inwestycji, a nie argumentem przeciw inwestycji.

2222

22

- Program wyjścia z inwestycji w sytuacji, w której opisany powyżej scenariusz negatywny staje się faktem; zaplanowanie sytuacji, w której nie udaje się doprowadzić produkcji do końca (obecnie – zdaniem finansistów – pokutuje podejście, zgodnie z którym produkcja musi być skończona, nawet wtedy kiedy już wcześniej wiadomo, że jest skazana na porażkę).
- Harmonogram wpływów i jasno przedstawiony plan zwrotu inwestycji w realnej perspektywie czasowej (skupienie na pierwszych miesiącach po wprowadzeniu filmu do kin i wykorzystaniu kolejnych pól eksploatacji).
- Budowanie budżetu z koniecznym marginesem na nieprzewidziane dodatkowe koszty (poziom około 10% jest z punktu widzenia instytucji finansowej akceptowalny, a wręcz oczekiwany, jako oczywisty element świadczący o rzetelności przygotowania budżetu).
- Pzetelny opis doświadczeń ekipy realizującej projekt jako element budowania wiarygodności – wyszczególnienie sukcesów, ale też porażek wraz z zidentyfikowaniem ich przyczyn, rozwiązaniami, które mogą tym razem uniknąć porażki – tego typu działania świadczą o umiejętności rzetelnego planowania, zaś dla banku są argumentem budującym wiarygodność producenta na zasadzie analogicznej do budowania wiarygodności kredytobiorcy.
- Pełna informacja na temat wszystkich koproducentów, wraz z potwierdzeniem ich wiarygodności (finansowej, wizerunkowej).
- Pełna informacja na temat kształtu formalno-prawnego działalności nie tylko samego producenta, ale też innych koproducentów i kluczowych ludzi zaangażowanych w projekt; informacja na temat ważnych formalno-prawnych czynników umożliwiających realizację produkcji (wszelkiego rodzaju zgody, prawa autorskie etc.).

Warto zwrócić uwagę na pojawiającą się potrzebę pewnego urealnienia/ uśrednienia pewnych elementów kosztów produkcji filmowej w Polsce. Świat finansów nie ma dostępu do informacji o tym jak kształtują się składowe koszty produkcji, samo środowisko filmowe też takich norm nie tworzy.

Stworzenie swojego rodzaju „katalogu” kosztów (stawek rynkowych za określone prace przy produkcji filmowej) pozwoliłoby na:

- Ocenę każdego projektu filmowego pod tym kątem – czy nie jest przeszacowany (a jeśli jest, to jakie jest tego uzasadnienie, może tak być bowiem, że wyraźnie wyższa stawka za określony element produkcji może znacznie zwiększać szanse komercyjne filmu) lub niedoszacowany (co może negatywnie wpłynąć na jakość), producent powinien umieć uzasadniać takie, a nie inne punkty budżetu.
- Większą precyzję w tworzeniu scenariusza negatywnego, w którym koszty produkcji wzrastają (wówczas można wspólnie opracować sensowny plan cięcia kosztów tam, gdzie może to uratować produkcję).

2021

2021

Elementem bardzo ważnym jest potrzeba transparentności przepływu środków finansowych związanych z produkcją. Świat finansów wymaga tej transparentności na najwyższym poziomie. Tu problemem bywają negatywne doświadczenia, które pokazują brak takiej transparentności zwłaszcza w przypadku dystrybutorów:

- Raporty, świadczenia niepieniężne, nieweryfikowalne wydatki na promocję i reklamę filmu, etc.)
- Jawny konflikt interesów – tzn mechanizm, w którym dystrybutor zawsze jest pierwszy w recoupmencie planie skłania do nieuzasadnionego zawyżania budżetu (w swojej części, przeznaczonej zwłaszcza na promocję i marketing).

Zwracano uwagę także na jeszcze jeden aspekt związany z transparentnością – brak jasno określonego planu wydatków może prowadzić do sytuacji, w której bank nie chce finansować produkcji ze względu na obawy związane ze zjawiskiem prania brudnych pieniędzy. Sytuacja, w której pieniądze banku są wydawane w sposób nie podlegający ścisłej kontroli i bieżącym rozliczeniom może stać w jawnej sprzeczności z polityką przeciwdziałaniu praktykom prania brudnych pieniędzy. Dobrze przygotowany biznesplan jest dla banku podstawą, warto natomiast pamiętać o deklarowanej przez instytucje finansowe elastyczności w podejściu do niego już na etapie produkcji. Samo zwiększenie kosztów produkcji nie musi być wykluczone – o ile producent decyduje się na nie zwiększając przez to szansę na komercyjny sukces filmu (np. zatrudnienie wyżej opłacanych artystów, etc), bank jako producent chce być na to otwarty. Ważne jest jednak decydowanie się na taki krok tylko wtedy, kiedy rzeczywiście zwiększa to szanse na podniesienie dochodowości filmu.

2222

22

DYWERSYFIKACJA I MINIMALIZACJA RYZYKA

Ryzyko jest kluczową kategorią w myśleniu inwestorów, szczególnie wyraźną w przypadku inwestowania w produkcję filmową z kilku powodów:

- Dość negatywnego postrzegania środowiska filmowego – jako w dużej mierze zamkniętego, obracającego się w swoim gronie, skupionego w swoim myśleniu zdecydowanie bardziej w kategoriach troski o samo doprowadzenie do wyprodukowania filmu, niż o jego sukces finansowy.
- Świadomości nie tylko sukcesów, ale też porażek komercyjnych wielu produkcji filmowych na polskim rynku.
- Postrzegania producentów filmowych jako niewystarczająco dobrze przygotowanych partnerów do rozmów – nie myślących o filmie w kategoriach produktu inwestycyjnego, postrzegających siebie w dużo większym stopniu jako współautorów dzieła, a nie organizatorów finansowania.
- Negatywnych doświadczeń, które wskazują na częste przekroczenia kosztów, brak transparentności, jeśli chodzi o wydatkowanie funduszy przeznaczonych na produkcję, pewną „chałupniczość” działania, która wyraża się w tym, że nie przewiduje się możliwych zmian, komplikacji, decyzji osób zaangażowanych w projekt, które mogą wyraźnie wpłynąć na jakość, terminowość i koszty produkcji filmowej (stąd pojawiające się w trakcie produkcji znaczne odstępstwa od zakładanych kosztów a wręcz brak możliwości domknięcia budżetu i zakończenia produkcji).
- Brak instytucji zewnętrznych, ekspertów, którzy byliby w procesie podejmowania decyzji odpowiedzialni za pewien audyt/ ocenę potencjału danej produkcji filmowej dla instytucji finansowej pod kątem jej szans rynkowych, prawdopodobieństwa uzyskania zwrotu inwestycji

Stąd też bardzo ważne okazywały się dla inwestorów wszelkie mechanizmy obniżające i dywersyfikujące ryzyko, które jednocześnie powinny być wskazówką dla producentów – jakie elementy obniżające ryzyko powinni oni zawierać w swoich projektach. Ważne jest wykazanie gwarancji i źródeł wpływów – im więcej producent jest w stanie ich wskazać, tym lepiej (szerokość dystrybucji, pola eksploatacji, szczegółowe prognozy wpływów z poszczególnych pól). Oczywiście i konieczną do wykazania gwarancją jest dotacja z PISF, nie jest to jednak gwarancja sama w sobie wystarczająca, a przy tym przez producenta powinna być wykazana rzeczywiście jako dotacja, a nie np. jego wkład własny (którym de facto nie jest i z punktu widzenia banku jako instytucji wymagającej transparentności i precyzji nie powinien być tak przedstawiany).



Sugerowane rozwiązania

(które powinny być uwzględniane już na poziomie tworzenia oferty) były następujące:

- Oferta powinna zawierać wiążące umowy odnośnie uczestnictwa w projekcie, zakresu i kosztów z wszystkimi kluczowymi osobami i podmiotami odpowiedzialnymi za realizację i sprzedaż filmu (koniecznie dystrybutor i plan dystrybucyjny, także reżyser, aktorzy, etc. – są to elementy, które powinny być uwzględniane jako koszt, ale też jako potencjalny wpływ, np. poprzez wykorzystanie danych historycznych pokazujących jakie były w przeszłości wyniki finansowe produkcji, które angażowały danego artystę).
- Ubezpieczenie od zdarzeń losowych mogących komplikować produkcję i w efekcie zwiększać jej koszty (ubezpieczenie najbardziej krytycznych, kosztogennych elementów budżetu – np. konieczność wydłużenia zdjęć), ale też np. od wydarzeń niekorzystnych z punktu widzenia PR-u produkcji (mechanizm kar dla osób odpowiedzialnych za szkody wizerunkowe).
- Nakreślenie nie tylko jednego planu realizacji, ale także planów „awaryjnych” i związanych z tym koncepcji cięcia kosztów (np. zmiany w planie produkcji po przekroczeniu jakiegoś zakładanego poziomu kosztów – rezygnacja z części mniej istotnych scen, poszukiwanie innych oszczędności – np. zmiana miejsca realizacji zdjęć, itp.).
- Finansowanie produkcji w transzach, na zasadzie „mikrobudżetów”, z których każdy jest udostępniany i wydatkowany zgodnie ze szczegółowym harmonogramem przygotowanym przez producenta oraz przez tego producenta na bieżąco rozliczanym; brak rzetelności, nieuzasadnione przekroczenia kosztów mogą być wówczas podstawą do zakończenia finansowania produkcji.
- Mechanizm jak wyżej, ale odnoszący się do budżetu, którym dysponują dystrybutorzy i który ma być przeznaczony na efektywną reklamę i promocję filmu.
- Istnienie pewnego rodzaju zewnętrznego audytu wydatkowania zainwestowanych w film pieniędzy – project monitor w świecie produkcji filmowej.
- Założenie, że producent powinien posiadać chociaż częściowy, pieniężny wkład własny – kiedy producent także bierze na siebie część ryzyka, wówczas komunikuje większą wiarę w sukces własnego przedsięwzięcia i wysyła komunikat o swoim potencjalnie większym zaangażowaniu w wypracowanie sukcesu.
- Wypracowanie mechanizmów współuczestnictwa poszczególnych osób tworzących film w sukcesie, ale też i ryzyku (np. umowy wynagrodzenia reżysera, aktorów zależne od wyniku finansowego produkcji, współtworzenie budżetu na PR do wykorzystania w sytuacji kryzysowej, który jest zwracany w sytuacji, w której żadnego kryzysu nie ma) – co pozwala mieć większą nadzieję na zaangażowanie twórców w jakość produkcji, ale też na sumienne wywiązywanie się z obowiązków o charakterze reklamowo-promocyjnym (mechanizmy kar finansowych za niewywiązywanie się z tych zobowiązań).
- Umieszczanie banku jak najwyżej w kolejności instytucji otrzymujących pieniądze z wpływów z dystrybucji filmu (na takiej zasadzie właśnie tworzone cesje z wpływów z wszelkich pól eksploatacji filmu) na każdym polu eksploatacji – zaraz po zobowiązaniach np. wobec instytucji państwowych.
- Wprowadzenie mechanizmu typu zatrzymana wypłata, zgodnie z którym inwestor zachowuje prawo do wypłaty ostatniej transzy/ wynagrodzenia dopiero po wywiązaniu się wszystkich kluczowych uczestników procesu ze swoich obowiązków (związanych z realizacją, ale też promocją i reklamą filmu).

2021

2021

Pojawia się także inne podejście – finansowanie produkcji filmowej w formie funduszu inwestycyjnego, który zawierałby w sobie kilka (5-10) produkcji filmowych o zróżnicowanym stopniu ryzyka/ nadziei na sukces komercyjny. Wówczas nawet kłopoty z osiągnięciem zwrotu z inwestycji w jeden film mogłyby być zrównoważone przez lepszy wynik finansowy innych projektów w ramach funduszu.

Logika tworzenia takiego funduszu mogłaby się opierać na:

- Pozytywnej weryfikacji potencjału produkcji przez jakiegoś rodzaju radę (pojawia się zatem potrzeba stworzenia niezależnych procedur oceniania potencjału inwestycji, czegoś w rodzaju ciała doradczego, eksperckiego).
- Angażowaniu mocnych, dających większą gwarancję elementów (uznani twórcy, „mocne nazwiska”) i uzupełnianie puli produkcji o kolejne, z mniejszym doświadczeniem, mniejszą reputacją.

Istotnym benefitem związanym z istnieniem tego rodzaju funduszu jest fakt, że może on mieć silną pozycję przetargową w rozmowie z dystrybutorami, których obecny wpływ na stronę finansową produkcji (narzucanie swojej woli z pozycji siły, bycie domyślnym pierwszym beneficjentem wpływów z filmu) niepokoi i zniechęca potencjalnych inwestorów ze świata finansów. Oczekiwania odnośnie stopy zwrotu/ zysku z inwestycji na poziomie deklaracji uczestników badania nie są wygórowane. Dla instytucji finansowej takiej jak bank lub fundusz inwestycyjny zysk na poziomie np. 10% jest zdecydowanie wystarczający do tego aby rozważyć inwestycję.

2021

2021

ŚWIAT FINANSÓW A NOWE NARZĘDZIA WSPARCIA INWESTYCJI

Wprowadzenie mechanizmów gwarancyjnych oraz tzw. zachęt dla sektora audiowizualnego jest w oczach przedstawicieli instytucji finansowych na pewno czynnikiem zachęcającym do inwestowania. Perspektywa częściowego zwrotu inwestycji wydaje się budować poczucie bezpieczeństwa. Dodatkowo pojawia się tutaj przypuszczenie, że tego rodzaju gwarancje wymuszą powstanie mechanizmów budujących transparentność wydatkowania pozyskanych funduszy, na czym finansistom bardzo zależy. Pojawiło się porównanie do funduszu poręczeń kredytowych – podobny mechanizm wspierania producentów filmowych jako kredytobiorców. Mocną stroną i spodziewanym pozytywnym efektem wprowadzenia nowych instrumentów na rynku jest perspektywa przyciągnięcia produkcji zagranicznych do Polski – to może, zdaniem ekspertów, przyczynić się do polepszania wizerunku branży i budować pozytywne nastawienie do inwestowania w produkcję filmową przez polskie instytucje finansowe.

Zwracano jednak uwagę na pewne ryzyko – tak wysoki poziom gwarantowanego zwrotu może zahamować proces „profesjonalizacji” relacji między instytucjami bankowymi, a producentami – może bowiem skłaniać do udzielania wsparcia finansowego bez rzetelnej oceny i wprowadzania opisanych wyżej mechanizmów obniżania ryzyka. Ważne jest – zdaniem specjalistów ze świata finansów – tworzenie procedur i dobrych praktyk niezależnie od pojawiających się mechanizmów gwarancyjnych. Ponadto samo pojawienie się narzędzi wsparcia niekoniecznie musi oznaczać automatyczne wejście banków w sferę inwestowania w film. Pojawia się przypuszczenie, że niezależnie banki trzeba będzie zachęcić do zainteresowania się taką działalnością poprzez pokazanie im opłacalności takiej inwestycji, bezpieczeństwa wynikającego m.in. z instrumentów gwarancyjnych, jak również istnienia mechanizmów transparentnego przepływu środków i kontroli nad nimi (opisanych wcześniej). Dla banków oznacza to bowiem konieczność wprowadzania nowych procedur i „uczenia się” takiej inwestycji.

2023

2023

WNIOSKI Z BADANIA

Badanie pokazuje, że między światem producentów, a światem finansistów istnieją istotne różnice oraz takie wzajemne postrzeganie dwóch środowisk, które utrudnia porozumienie i współpracę. Aby zwiększyć szansę na nawiązanie współpracy z korzyścią dla obydwu stron należy z jednej strony jak najlepiej objaśnić mechanizmy produkcji filmowej potencjalnym inwestorom reprezentującym instytucje finansowe, a z drugiej strony – wprowadzić takie mechanizmy, które dla inwestorów finansowych są niezbędne dla podjęcia decyzji o wsparciu produkcji filmowej.

Z tego powodu rekomendowane jest:

- Wypracowanie wspólnego, zrozumiałego dla obydwu stron, transparentnego i opartego na realiach produkcyjnych modelu budowania oferty wraz ze szczegółowym harmonogramem inwestycji.
- Zrealizowanie powyższego punktu w formie warsztatów z udziałem przedstawicieli obydwu stron.
- W dalszym kroku: test adekwatności i użyteczności wypracowanego w toku warsztatów narzędzia zarówno wśród wybranych producentów, jak i wśród przedstawicieli inwestorów z branży finansowej.

2023

2023

Badanie "Z kulturą do banku" zrealizowała



Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury.

Dziękujemy ekspertom rynku filmowego i rynku finansowego za pomoc w realizacji projektu "Z kulturą do banku".

Specjalne podziękowanie kierujemy do firm:

Grupa Copernicus, Niezależny Dom Maklerski SA , Smart Business Consulting, SMEO.pl

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

