

Krzysztof Czyżewski, Alicja Grawon-Jaksik

PLAN PODZIAŁU WPŁYWÓW (RECOUPMENT PLAN) W PRODUKCJI FILMOWEJ



we współpracy z Czyżewscy Kancelaria Adwokacka

Czyżewscy | kancelaria adwokacka

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**

Słowo wstępne

Szanowni Państwo,

sercem misternej, biznesowej układanki, jaką jest produkcja filmowa jest recoupment plan. To jeden z najważniejszych dokumentów przygotowywanych przez producenta, gdy przystępuje do szukania partnerów i zamykania budżetu produkcji, tak, by przełożyć scenariusz na ekran.

Recoupment plan, czyli plan podziału wpływów, to nic innego jak szacowanie, ile spodziewamy się przychodów z danych pól eksploatacji projektu - np. ile osób pójdzie na nasz film do kina, ile partnerzy telewizyjni będą gotowi zapłacić za licencje. Następnie, w jakiej kolejności i jakiej wysokości środki te będziemy dzielić między finansujących projekt. To kalkulacja tego, ile możemy spodziewać się wpływów i jak poukładać relacje biznesowe przy finansowaniu projektu, by rachunek ekonomiczny był jak najkorzystniejszy dla projektu, dla nas. Wreszcie daje nam odpowiedź na pytanie, kiedy środków z eksploatacji możemy się spodziewać.

Jako KIPA od lat przykładamy wielką wagę do recoupment planu prowadząc liczne warsztaty o tym, jak skonstruować recoupment plan i jakie są zasady, które nim rządzą. Sprawne kalkulowanie rentowności projektów i świadome decyzje o wchodzeniu bądź nie w realizację danego przedsięwzięcia, to kluczowe umiejętności producenckie.

W uzupełnieniu dotychczasowych działań, postanowiliśmy przygotować podsumowanie kilku najważniejszych informacji dotyczących recoupment planu. Mamy ogromną nadzieję, że pomoże to Wam w codziennej pracy i odpowie choć na kilka wątpliwości, które pojawiają się w zakresie przygotowywania planu podziału wpływów. Koncentrujemy się na krajowych praktykach, standardach i regulacjach. Warto podkreślić, że zagraniczne schematy podziałów są inne, wynikają bowiem ze specyfiki prawnej oraz rynkowej danego kraju. Planujemy wydanie osobnej publikacji na temat standardów i przykładów planu podziału wpływów za granicą.

Publikacja ta jest jedną z czterech, które wydajemy w ramach serii praktycznych, zwięzłych poradników branżowych dla producentów w 2020 roku pod hasłem ABC Produkcji. Liczymy, że także w ten sposób, poza bieżącymi projektami, które dla Was prowadzimy, usystematyzujemy Wam najważniejsze pojęcia i zasady współpracy rynkowej, podpowiemy minima i maksima negocjacyjne. Krótko mówiąc, wesprzemy Was w Waszej codziennej działalności producenckiej.

Alicja Grawon-Jaksik

Prezes Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych

1. CO TO JEST RECOUPMENT PLAN?	4
2. PO CO GO ROBIĆ?	5
3. KLUCZOWE STRUMIENIE PRZYCHODÓW	6
4. JAK GO ZROBIĆ, CZYLI JAKICH INFORMACJI POTRZEBUJĘ?	7
5. KOLEJNOŚĆ CZYLI PORZĄDEK ZWROTU NAKŁADÓW	8
6. COLLECTION AGENT	11
7. PRZYCHODY BRUTTO, DOCHÓD BRUTTO, ZYSK NETTO I BRUTTO DYSTRYBUTORÓW ETC.	12
8. HARD MONEY, SOFT MONEY	13
9. PRO RATA, PARI PASSU, BREAK EVEN	14

1. CO TO JEST RECOUPMENT PLAN?

W rozmowach z instytucjami finansującymi projekty filmowe i partnerami biznesowymi często przewija się pojęcie recoupment planu (ang. *recoupment schedule*). Czym jest taki recoupment plan? W dużym uproszczeniu to nic innego, jak plan podziału środków finansowych i rzeczowych zainwestowanych w produkcję filmu z wpływów eksploatacyjnych. Jest to jeden z najistotniejszych elementów biznesowej strony projektu filmowego. To kalkulacja, która pomaga odpowiedzieć na pytanie, czy i kiedy możemy spodziewać się spłaty wkładów koprodukcyjnych i inwestycyjnych oraz przy zaistnieniu jakich warunków możemy liczyć na zysk. Wreszcie to dokument, który porządkuje, kto i w jakiej kolejności otrzymywał będzie „swoją część” w podziale przychodów między wszystkimi współfinansującymi projekt z każdej złotówki, która pojawi się ze sprzedaży filmu.

Każda produkcja różni się ustawieniami wyjściowymi, poza artystycznymi także organizacyjno-finansowymi, np. zespołem produkcyjnym czy strukturą finansowania. Najczęściej budżet filmu składa się z kilku odrębnych źródeł, będących środkami miękkimi (*soft money*, o których w kolejnym punkcie) lub twardymi (*hard money*, jak np. kredyt, pożyczka, inwestycja kapitałowa, *pre-sale*).

Finansujący projekt, wspólnie z agentem sprzedaży, dystrybutorem, koproducentami, czasem twórcami, znajdują się wśród beneficjentów projektu uprawnionych do udziałów we wpływach uzyskiwanych z krajowej i międzynarodowej dystrybucji filmu czy serialu. Każdy z nich negocjuje indywidu-

alne warunki swojego udziału w tym podziale z głównym producentem. *Recoupment plan* zawiera wszystkie te ustalenia i umożliwia właściwy podział oraz przekazanie odpowiednich sum do wszystkich biorących udział w podziale.


Każdy *recoupment plan* jest unikatowy, dopasowany do projektu, istnieje jednak kilka zasad, które stosuje się w podziale środków zarówno na rynku polskim, jak i na rynku zagranicznym.



2. PO CO GO ROBIĆ?

Nim przejdziemy do porządkowania informacji o tym, jakimi prawami rządzi się *recoupment*, jakich reguł powinniśmy przestrzegać, a które tylko brać pod uwagę, zatrzymajmy się na chwilę, by zastanowić się, jaki jest cel przygotowywania *recoupment planu*. Poza oczywistym, który opisaliśmy w punkcie pierwszym, ważne, by zdać sobie sprawę z dodatkowych korzyści wyłaniających się z wykonania tej pracy. Nie tylko bowiem ustalamy kolejność zwrotów poszczególnych partnerów finansowych, ale przede wszystkim przy okazji przygotowywania *recoupmentu* dokładnie sprawdzamy różne warianty finansowe dla naszego filmu, szybko orientując się, jakie konsekwencje biznesowe będzie miało dla nas konkretne powodzenie projektu np. w kinie. Po wykonaniu tego zadania znać będziemy bowiem odpowiedź na pytanie, ile wpłynie do nas środków, jeśli do kina pójdzie 100 000 widzów, ile gdy 200 000 widzów, ile przy 1 000 000 widzów.

Mając takie wyliczenia, łatwo jest nam ocenić, czy nasz projekt, z jego założeniami artystycznymi, gatunkowymi etc., rzeczywiście ma szansę na odpowiednią widownię. To zaś pozwala nam zastanowić się nad tym, jakich partnerów powinniśmy do projektu szukać. Czy jest to produkcja historyczna, czy może komedia? W pierwszym przypadku można przyjąć, że poszukiwania partnerów powinny się rozpocząć od podmiotów publicznych, w drugim przypadku – od prywatnych. Czasem też, kiedy nasze wyliczenia jasno pokazują, że trudno będzie odzyskać zainwestowane środki, należy podjąć trudną, ale potrzebną decyzję



– o ograniczeniu budżetu, zmianach scenariuszowych, logistycznych. Wszystko to zaś daleko przed wejściem projektu w etap produkcyjny, już na etapie rozwoju, co może nas uchronić przed brutalnymi konsekwencjami w późniejszym czasie.

Odpowiadając więc na pytanie – po co to robimy, pamiętajmy, że poza uporządkowaniem zasad podziału wpływów opracowane takiego planu przydaje się, by:

- przygotować symulację finansową (oczekiwań), np. jeszcze na poziomie rozmów z partnerami przy konstruowaniu struktury finansowania projektu (ile od kogo chcemy i co oddamy w zamian?)
- sprawdzić, jakie warunki (kryteria) powinny być spełnione dla osiągnięcia określonego wyniku finansowego (np. wysokość i kolejność MG, P&A, marży dystrybucyjnej)
- zastanowić się, jak można zmodyfikować założenia, jakich partnerów trzeba znaleźć, by udało się skompletować budżet i dotrzymać warunków, które obiecaliśmy naszym partnerom finansującym.

3. KLUCZOWE STRUMIENIE PRZYCHODÓW

W dystrybucji filmowej, możemy wyróżnić kilka zasadniczych strumieni przychodów, które dzielone są między finansującymi według określonych w *recoupment planie* zasad. I tak, tradycyjnie, głównymi strumieniami przychodów są wpływy z:

- **kina** (COVID-19 zmienia krajobraz biznesowy, ale wciąż to kino pozostaje najbardziej dochodowym polem eksploatacji filmów; czy to się zmieni – pokaże wyłącznie czas, w miejscu, w którym jesteśmy obecnie jako branża, nie odważylibyśmy się wyrokować)
- **VOD (SVOD, TVOD, AVOD)**
- **home video**
- **pay tv, free tv**
- **międzynarodowej sprzedaży licencyjnej (via sales agent)**
- **praw do *remake'u, sequel'u, prequel'u, merchandising'u, ancillaries, etc.***

Wszystkie te strumienie przychodów powinny być uwzględnione w naszym planie, choć może zdarzyć się, że w naszych indywidualnych negocjacjach nieco inne zasady podziału będą obowiązywały w czasie odzyskiwania środków z kina, a nieco inne z pozostałych pól eksploatacji. Wszystko bowiem zależy od przyjętego do danego projektu filmowego modelu biznesowego, jakich partnerów zdobyliśmy i co obiecaliśmy im w zamian za udział w produkcji filmu.



4. JAK GO ZROBIĆ, CZYLI JAKICH INFORMACJI POTRZEBUJĘ?

Przygotowując *recoupment plan*, potrzebujemy zaledwie kilku istotnych informacji, bez których jednak nie uda się wyliczyć ani czasu, ani wysokości zwrotów dla siebie i partnerów.

KROK 1 - ustalenie kosztu produkcji projektu, czyli przewidywanego budżetu filmu

Ile pieniędzy będziemy potrzebowali na realizację swojego filmu? Wbrew pozorom odpowiedź na pytanie, czy film kosztować będzie 6, 8 czy 12 mln, nie jest bardzo trudna i nie wymaga jeszcze dokładnego *breakdown'u* scenariusza (tzw. złamania scenariusza czyli przygotowania kalendarzówki, spisu wszystkich obiektów, dni zdjęciowych każdej postaci etc.) i przygotowania szczegółowego kosztorysu.

O poziomie kosztu produkcji mówi nam kilka najważniejszych czynników produkcji: czy film jest historyczny, dziecięcy, ile ma postaci, obiektów, czy realizowany jest z wieloma przerzutami, kto odtwarzać będzie główne role? Kiedy wiemy, ile mniej więcej musimy zebrać na film (budżet filmu i jego promocję), i możemy przejść do przygotowania strategii biznesowej, czyli *recoupment planu*.

KROK 2 - zbudowanie struktury finansowania projektu

Wskazujemy potencjalnych partnerów i określamy warunki ich uczestnictwa w produkcji, a zatem czy będą sponsorem, donatorem, koproducentem,

a może inwestorem. Każda z tych ról wiąże się z innymi konsekwencjami dla naszego modelu biznesowego i *recoupment planu*. Jeśli robimy to na wczesnym etapie, zakładamy różne warianty hipotetycznie. Pozwala to świadomie podjąć ostateczną decyzję, jakich partnerów najbardziej opłaca się pozyskać do tego konkretnego projektu.

KROK 3 - określenie udziału w przychodach partnerów finansujących projekt

Finansujący projekt mogą mieć różny charakter, część z nich wnosi pieniądze „miękki” (*soft money*), część „twardy” (*hard money*), oczekując określonych profitów przy podziale wpływów. Najczęściej jednak przy produkcji filmowej, zakłada się, że wniesiony w finansowanie filmu wkład uprawnia do proporcjonalnego udziału w podziale wpływów. Zatem jeśli jesteśmy np. koproducentem, do 6 mln zł budżetu wnosimy 600 000 zł, co stanowi 10% finansowania, z każdej złotówki przychodu należało nam się będzie 10%. Taka proporcjonalna zasada, uznająca, że każdy z partnerów odzyskuje swój wkład równolegle i żaden z nich nie jest uprzywilejowany względem innych, nazywa się *pro rata* (z ang. ratalnie) i *pari passu* (z łac. proporcjonalnie), o czym więcej, w pkt. 8. Zasada ta jest najczęstsza, ale nie musi występować zawsze.

KROK 4 - ustalenie ceny rozliczeniowej biletu kinowego za jednego widza

Ostatnim elementem układanki potrzebnej do wyliczenia, ile pieniędzy wróci do kogo, przy założeniu, że do kina pójdzie np. 100 000 widzów, 200 000 widzów lub 1 000 000 widzów, jest in-

formacja, ile przeciętnie wpłynie do dystrybutora z jednego sprzedanego biletu.

Średnia cena sprzedaży biletu w Polsce z czasu przed pandemią (marzec 2020) wahała się w okolicach 18-19 zł brutto, w zależności od filmu następnie dzielona była między kino i dystrybutora, z uwzględnieniem różnego typu opłat instytucjonalnych, takich jak wpłaty na rzecz PISF, ZAPA, ZAiKS, VAT etc. Trzeba pamiętać, że procentowy podział między kinem a dystrybutorem nie był stały i zmieniał się wraz z każdym tygodniem wyświetlania danego filmu, najczęściej na rzecz kin.

Podsumowując, na podstawie danych z kilku ostatnich lat przyjmuje się, że do dystrybutora, a więc następnie do podziału między partnerów finansujących produkcję, trafia 7-9 zł netto od jednego widza.

5. KOLEJNOŚĆ CZYLI PORZĄDEK ZWROTU NAKŁADÓW

Sercem *recoupment planu* jest ustalenie kolejności zwrotów. Tego, kto, w jakiej wysokości i kiedy otrzyma część przychodów z eksploatacji. Istnieje kilka reguł, na gruncie polskim wynikających także z przepisów ustawy o kinematografii, część jest praktyką rynkową, która może ewoluować w toku negocjacji przy indywidualnym projekcie. Nieco inaczej układana jest kolejność zwrotów za granicą. Normą jest różnorodność modeli *recoupment planu*.

POLSKA

W Polsce mamy jedną, specyficzną regułę wynikającą z obecności w strukturze finansowania Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Dotacja z PISF-u zwracana jest w sytuacji osiągnięcia „zysku z przedsięwzięcia”, a zysk ten rozumiany jest jako moment, w którym wpływy z dystrybucji pokryły wysokość wszystkich wniesionych przez partnerów wkładów (bez dotacji z PISF). Dopiero wtedy następuje moment, w którym rozpoczynamy zwrot dotacji do PISF. Ta specyficzna reguła sprawia, że w *recoupmentie* mamy poniższe etapy zwrotów:

ETAP 1 - od każdej wpływającej z kina złotówki odliczane będą tzw. koszty dystrybucyjne, czyli te środki, które wyłożył dystrybutor na minimum gwarantowane, koszty promocji powiększone o wysokość jego marży. Najczęściej zatem przy rozmowie o zwrotach i kosztach dystrybucyjnych posługujemy się trzema elementami:

1. Marża dystrybutora
2. P&A (*Prints and Advertising*)
3. MG (*Minimum Guaranteed*).

Warto zwrócić uwagę przy negocjowaniu z dystrybutorem i podpisywaniu umowy, w jakiej kolejności występują poszczególne elementy. Prowizja jako procent od wpływów, a nie zamknięta kwota zawsze będzie mniej korzystna dla producenta na początku tego odliczania.

Jak pokazuje praktyka rynkowa, powyższy model kolejności zwrotów jest najczęstszym, a przynajmniej dość powszechnym. Pamiętajmy w związku z tym, że MG, które otrzymujemy, to forma pożyczki oprocentowanej na poziomie takim, jak ustalona wysokość prowizji, bo *de facto* oddajemy ją z pierwszych wpływów ze sprzedaży.

„Koszty” etapu dystrybucyjnego można stosunkowo łatwo oszacować, poruszamy się w pewnych widełkach finansowych uzależnionych od potencjału projektu, dystrybutora, z którym negocjujemy, terminu, w którym realizujemy film (a więc planujemy premierę), naszego doświadczenia i wiarygodności. Spotkać się można jednak z tym, że oferowane przez dystrybutorów kwoty MG wahają się często w granicach 500 tys. - 1 mln zł, kwoty wydawane na P&A wahają się między 800 tys. - 1,5 mln zł, wysokość prowizji to najczęściej 15-20% (mówimy tu o kinie, bo na innych polach eksploatacji prowizja jest zupełnie inna). Oczywiście to przybliżone wartości, na pewno każdy z producentów zna projekt, który nie mieścił się w tych widełkach, zarówno w górę, jak i w dół.

ETAP 2 - zwracane są wszystkie wkłady produkcyjne, koprodukcyjne oraz inwestorskie.

Jak wspominaliśmy powyżej, często stosuje się metodę proporcjonalności, czyli wysokość wkładu finansowego oznacza udział w partycypowaniu w przychodach ze sprzedaży właściwy dla każdego partnera. Dlatego, matematycznie, wszyscy partnerzy projektu odzyskują 100% zainwestowanych wkładów w tym samym momencie. Ale nie musi tak być.

Pamiętajmy, że cała ta układanka jest wynikiem naszych indywidualnych negocjacji. Jeśli np. chcemy pozyskać finansowanie twarde (opisane w pkt 8) od inwestora - często w zamian będziemy zobowiązani do zwrotu kwoty X plus jakiś % lub z góry określonej, dodatkowej kwoty.

W takiej sytuacji powinniśmy znaleźć na to miejsce w naszym *recoupmentie*, zachowując jednak interes innych finansujących, jeśli takie zawarliśmy z nimi w umowach koprodukcyjnych warunki. Najczęściej pojawia się w umowach klauzula mówiąca, że producent ma prawo do zmian budżetu o 5%, na własne ryzyko i pod warunkiem, że nie wpłynie to na interes koproducenta, PISF-u itd., a ich udział w przychodach pozostanie niezmienny.

To oznacza, że jeśli dzielimy środki z jednego worka i jeden z odzyskujących chce mieć więcej niż inni, to komuś trzeba zabrać. Zwracamy na to szczególną uwagę - nie jest to niemożliwe, ale trzeba to robić bardzo uważnie i przede wszystkim pamiętać o tym na etapie podpisywania umów koprodukcyjnych. Jeśli w umowie zawarta została z partnerami klauzula o tym, że ich udział w przychodach się nie zmieni, to na pewno trzeba o tym pamiętać lub mieć nawyk nieustannego wracania do tych umów

i sprawdzania kilka razy, co podpisaliśmy – zawsze wtedy, kiedy przyjdzie nam do głowy komuś oddać więcej lub przed innymi.

Nieprzesuwalną granicą jest jedna – ta związana z Instytutem i poszanowaniem jego interesu.

ETAP 3 - Polski Instytut Sztuki Filmowej. Kiedy my, koproduttori i inwestorzy, odzyskaliśmy nasze wkłady, pojawia się PISF, któremu od tego momentu zaczynamy oddawać dotację, aż do pełnej kwoty dofinansowania, w czasie, w którym wymaga tego umowa. PISF dołącza do nas i wspólnie z koproducentami, inwestorami dzielimy się przychodami w odpowiedniej wysokości, czyli w takiej, jakiej PISF finansował projekt.

ETAP 4 - podział zysku. Po spłacie PISF-u następuje podział 100% zysków. To najbardziej dowolny etap, znikają bowiem instytucjonalni partnerzy, którzy mogą mieć jakieś wymogi związane z regulacjami, w których funkcjonują (patrz komentarz wyżej) i następuje swobodny, ustalany przez nas w umowach, podział między koproducentów i inwestorów, procenty wynikające z udziału PISF-u przechodzą na stronę producenta.

POZA POLSKĄ

Za granicą najczęściej możemy się spotkać z nieco innym podejściem, szczególnie jeśli chodzi o zasady podziału na tzw. ROW (*rest of the world*). Warto pamiętać, że przy koprodukcji międzynarodowej często jest tak, że przychody w krajach koproducentów pozostają w podziale ich wyłączną domeną, to znaczy, że koproducentowi polskiemu wobec koproducentów z innych krajów będą należne

wszystkie przychody z polskiego terytorium. I analogicznie wpływy z terytoriów naszych partnerów będą należały do nich. To praktyka branżowa, ale też działanie, które pozostawia odpowiedzialność względem lokalnych reguł podziału wpływów przy tym podmiocie, który te zasady zna najlepiej. Wpływy z reszty świata dzielone są najczęściej w kolejności:

ETAP 1 - potrącanie kosztów sales agenta, czyli prowizja, koszty MG, jeśli zostało udzielone produkcji, koszty P&A agenta.

ETAP 2 - zwracane są tzw. twarde pieniądze, zatem pożyczki bankowe, lub wkłady kapitałowe (tzw. *equity* i dodatkowe procenty dla inwestorów (tzw. *premium fee*).

ETAP 3 - zwracane są wkłady koprodukcyjne, często jednak rozróżniane na wkłady finansowe i rzeczowe, przy czym te pierwsze wysuwane są na początek kolejki odzyskiwania środków finansowych przez koproducentów.

ETAP 4 - Net Profits. Każdy z partnerów bierze udział w podziale przychodów według ustalonej w umowach wysokości, ale pojawia się także element podziału określany najczęściej mianem *talents*, czyli często reżyser, scenarzysta lub aktorzy, którzy budują obsadę filmu. Poza swoim wynagrodzeniem ujętym w kosztach bezpośrednich filmu otrzymują dodatkowy procent od przychodów netto, które przekazywane są im równolegle z koproducentami na etapie, w którym do takiego zysku netto dochodzimy.

6. COLLECTION AGENT

W przypadku produkcji międzynarodowych, mogą pojawiać się jeszcze inni gracze, których obecność w *recoupment* nie powinna nas dziwić. Takim partnerem jest np. *Collection Agency*, czyli wyspecjalizowany podmiot trzeci, firma, którą w imieniu wszystkich koproducentów angażujemy do zarządzania podziałem wpływów.

Collection Agent świadczy usługę na rzecz produkcji, która polega na repartycji wpływów między wszystkimi uprawnionymi, według wynikających z umów zasad. Dzieje się to tak, że otwiera on rachunek *escrow*, którego jest wyłącznym dysponentem i przy każdym strumieniu przychodów dzieli i uwalnia środki w pełni kontrolowalnym procesie, do poszczególnych partnerów.

Najczęściej w umowie z *Collection Agentem* zawieramy szczegóły dotyczące terminów wykonywania takich operacji, np. raz na kwartał. Firma raportuje nam w sposób transparentny i systematyczny wszystko, co działo się z naszym projektem finansowo (wpływy vs ustalone, przewidziane koszty, a potem podziały). Daje to poczucie bezpieczeństwa koproducentom i inwestorom, zaś producentowi transparentność przepływów oraz mniej pracy.

Collection Agent pobiera wynagrodzenie za świadczenie usługi, najczęściej wyrażone w % od wysokości kwot wykonywanych operacji. Zwyczajowo, spotkać się możemy z 1-1,5% opłaty.

Czematoznaczenie dla naszego *recoupment planu*, czy raczej często określanego w międzynarodowych produkcjach *waterfallu*? Dlatego, że ta opła-

ta potrącana jest w pierwszej kolejności, zatem stanowi koszt wszystkich, którzy są w planie uwzględnieni poniżej i krótko mówiąc, jest zakontraktowana w *recoupment planie* na pozycji nr 1, jeszcze przed prowizją sales agenta.



7. PRZYCHODY BRUTTO, DOCHÓD BRUTTO, ZYSK NETTO I BRUTTO DYSTRYBUTORÓW ETC.

Przy rozmowie o pieniądzach, a z tym wiąże się właśnie przygotowywanie *recoupment planu*, najważniejsze jest dobre zrozumienie kluczowych pojęć. Nagminnie spotykamy się z tym, że dwie strony rozumiały inaczej używane w umowie słownictwo, albo któraś ze stron miała na myśli co innego, niż to, co wpisała. Dobrze jest upewnić się, czy wszyscy, którzy przystępują do umów z nami, rozumieją pojęcie przychodu, zysku, kosztu. Często w umowie koprodukcyjnej definiuje się sytuacje specyficzne, modyfikując kształt definicyjny pojęć (w sposób uzasadniony) np., że przychodem z filmu są wszelkie wpływy, po potrąceniu kosztów promocji i dystrybucji, kosztów prowizji dystrybutora i kwoty MG.

Czemu tak jest? Bo jeśli z naszym koproducentem umawiamy się, że otrzyma 10% z przychodów filmu, a nie dookreślimy, że ten przychód pomniejszony będzie o koszty dystrybucyjne, to teoretycznie powinniśmy przekazać 10% od pierwszej wpływającej ze sprzedaży złotówki. Kiedy ustalamy, co jest podstawą „zbioru”, od którego następnie wykonywane są jakieś podziały według zasad procentowych, zawsze zastanówmy się trzy razy, czy na pewno dobrze zastosowaliśmy dane pojęcie i czy wszyscy rozumieją je tak samo.

8. HARD MONEY, SOFT MONEY

Pieniądze w produkcji filmowej dzieli się na dwie kategorie, tzw. pieniądze miękkich (*soft money*) i twardych (*hard money*). Podział ten oznacza poziom oczekiwań, jakie wiążą się ze zwrotem zainwestowanych środków.

Pieniądzem miękkim będą te środki, które najczęściej pochodzą od instytucji filmowych opierających swoją działalność na dotacjach, funduszach od sponsorów, od mecenasów. Są to pieniądze niewymagające zwrotu lub - jak np. w przypadku dotacji - wymagające zwrotu, ale dopiero po pojawieniu się zysku dla koproducentów. Pieniądze miękkie nie niosą ze sobą pociągnięcia nas do odpowiedzialności za brak ich zwrotu. Nie wiążą się z żadnym dodatkowym kosztem ich pozyskania, poza oczywiście pracą i czasem poświęconym np. na napisanie wniosku czy oferty *pitch decku* naszego projektu dla sponsora itp.

Pieniądze twarde natomiast to środki, które przekazywane są na rzecz produkcji pod pewnymi rygorami, wymagają profesjonalnych zabezpieczeń, zobowiązują nas do oddania więcej niż kwota przekazanych środków itp. Brak ich zwrotu oznacza dla nas jako producentów poważne konsekwencje, które przenoszą się na całą firmę, którą prowadzimy lub w której pracujemy. Do pieniędzy twardych zaliczyć można np. pożyczki bankowe, kredyty, pieniądze inwestorskie.

Podsumowując, występuje stopniowalność pieniędzy w budżecie, od miękkich po twarde i bardzo twarde. Te najtwardsze to wskazujące na gwarancję zwrotu i zarobku oraz odsetki rosnące proporcjonalnie itp.

9. PRO RATA, PARI PASSU, BREAK EVEN

Prorata, paripassu to pojęcia, które pojawiać się będą zawsze wtedy, kiedy ustalamy zasady odzyskiwania środków wniesionych do projektu. *Prorata, paripassu* znaczy dokładnie tyle, co ratalnie i proporcjonalnie. Zatem zastosowanie tejże zasady powoduje, że każdy z koproducentów i inwestorów odzyskuje środki w tym samym czasie, proporcjonalnie do wniesionych wkładów – nie ma tu przywilejów, nikt nie odzyskuje szybciej lub więcej niż pozostali. Może być oczywiście i tak, że z trzema koproducentami umówimy się na *pro rata, parri passu*, a jednego wyróżnimy względem innych – ale musi się to zadziać za zgodą pozostałych, w zgodzie z podpisanymi umowami i z poszanowaniem interesów np. Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Break even natomiast to moment, w którym koszty projektu zerują się z jego przychodami i wychodzimy na plus. *Break even point* (BEP) to ważny moment w każdym projekcie, także filmowym, często zresztą w produkcji mówimy o kilku *break even point'ach*, jest bowiem moment zerowania się kosztów dystrybucji (MG, P&A, prowizja), jest moment zerowania się wkładów koprodukcyjnych i wkładów inwestorskich (osobno tzw. *premium fee*, które jest częścią finansowania od inwestora, trzeba to rozróżnić).

Kiedy znamy wartość kwoty jednostkowej wpływającej od jednego zakupionego w kasie kina biletu, łatwo jest nam wyliczyć szacowane momenty wyzerowania się poszczególnych nakładów. Przyjmując, że z jednego biletu wpływa 7-9 zł, oraz mając na uwadze widełki kosztów dystrybucyjnych, wiemy, że koszty P&A zwracają się przy około 100-200 tys. widzów w kinie, całość potencjalnie możliwych kosztów po stronie dystrybutora (1,5 mln P&A, 1 mln MG, 20% marża) przy około 333 tys. widzów, a cały film, o ile nie bierze w nim udziału PISF i ma standardowy średni budżet produkcyjny (6 mln + 1,5 mln), przy około 900 tys. - 1 mln widzów. Jeśli PISF występuje w strukturze finansowania i dofinansowuje produkcję w ok. 50%, wtedy *break even point* dla koproducentów i inwestorów wynosi ok 400-500 tys. widzów.



Opracowanie merytoryczne: **Alicja Grawon-Jaksik, Krzysztof Czyżewski**

Koordinacja: **Dana Pohl**

Korekta: **Dorota Krawczak, Grażyna Szymańska**

Opracowanie graficzne: **Edmund Sarocki**

Wydawca: Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA)

ul. Chełmska 21 bud. 28 c, 00-724 Warszawa

biuro@kipa.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Warszawa, grudzień 2020



KRAJOWA IZBA PRODUCENTÓW
AUDIOWIZUALNYCH

Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych

www.kipa.pl

Publikacja ta powstała w ramach projektu Akcelerator 3.0,
dofinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa
Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury.



**AKCE
LERATOR**

dla młodych przedsiębiorców
z sektora audiowizualnego

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**