

# Kondycja polskiego sektora niezależnej produkcji audiowizualnej

Szansa rozwoju dzięki współpracy  
z sektorem bankowym



# Cele i kontekst raportu

Sektor produkcji audiowizualnej to jeden z najważniejszych sektorów kreatywnych w Polsce i na świecie. Sektor produkcji audiowizualnej obejmuje produkcje fabularne, dokumentalne i animowane, zarówno filmowe, jak i serialowe. Od kilku lat produkcja audiowizualna obejmuje nowe formy wyrazu audiowizualnego takie jak np. filmy Virtual Reality, produkcje Augmented Reality czy projekcje produkowane na potrzeby muzeów i wystaw. Obecnie brak na rynku jest kompleksowych opracowań przybliżających funkcjonowanie branży w Polsce.

Niniejszy raport ma na celu dostarczenie aktualnej wiedzy na temat kondycji sektora produkcji audiowizualnej w Polsce, pozycji polskiej produkcji na świecie oraz o podmiotach w nim działających. Jego celem jest także dostarczenie wiedzy na temat przepływu pieniądza w produkcjach filmowych, co w przyszłości może poprawić płynność finansową przedsiębiorstw działających w sektorze. Zgodnie z przeprowadzonym badaniem, dla 84,7% producentów największą barierą rozwoju branży stanowi utrudniony dostęp do finansowania. Z kolei 79,6% respondentów doświadczyło problemów z płynnością finansową<sup>1</sup>.

Producenci w Polsce wskazują na brak dostępnych instrumentów finansowych umożliwiających realizację produkcji filmowej, dedykowanych dla sektora i skonstruowanych zgodnie z jego specyfiką, co odróżnia rynek polski od innych rynków europejskich. Brak zrozumienia funkcjonowania podmiotów w branży audiowizualnej przez instytucje finansowe znacząco obniża konkurencyjność polskich producentów. Jak wskazują sami producenci, pozycja Polski na globalnym rynku audiowizualnym jest niska.

Wśród korzyści we współpracy sektora finansowego z produkcją audiowizualną wymienić można m.in. rozwój branży, i co za tym idzie, rozwój gospodarczy poprzez zwiększenie potencjału do tworzenia nowych podmiotów i nowych projektów na rynku oraz wzrost innowacyjności, profesjonalizację rynku oraz jego instytucjonalne zagospodarowanie. Co więcej, wsparcie polskich producentów przez polski sektor bankowy to nie tylko oszczędność czasu dla producentów, którzy nie będą musieli szukać wsparcia za granicą, ale także szansa na pozostawienie zysków z finansowania sektora audiowizualnego w kraju.

---

Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z programu Rozwój Sektorów Kreatywnych

Raport objęty patronatem Zarządu Związku Banków Polskich

---

<sup>1</sup> Badanie metodą CAWI [Computer-Assisted Web Interview — ankiety internetowe] wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).

# Główne wnioski

Według wstępnych szacunków Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego w 2022 roku na świecie wyprodukowano **8636 filmów i choć jest to wzrost o 4,5% względem roku poprzedniego, to globalna produkcja nie powróciła jeszcze do poziomu sprzed pandemii COVID-19** (dla porównania w 2019 roku zrealizowano 9536 produkcji filmowych).

Globalny rynek produkcji audiowizualnej charakteryzuje się dużą różnorodnością i rozproszeniem. Dominującą rolę na rynku pod względem produkcji filmów fabularnych odgrywają Stany Zjednoczone, kraje europejskie, ale także kraje azjatyckie, m.in. Indie, Chiny, Japonia oraz Korea. **Choć Polska nie należy do światowych liderów pod względem liczby produkcji, to per capita produkuje się u nas więcej filmów niż w Chinach czy Indiach.**

Prognozy na przyszłość napawają optymizmem w odniesieniu do rozwoju rynku mierzonego danymi zbieranymi w *box office*<sup>2</sup>. **Globalny i polski rynek kinowy ma przekroczyć poziom sprzed pandemii w 2025 roku.** Dla rynku Europy Środkowo-Wschodniej prognozuje się przekroczenie wartości z 2019 roku już w 2024 roku. Polski rynek ma jednak rosnąć wolniej w porównaniu do regionu i całego świata — CAGR w latach 2022-2027 ma wynieść 10,8% (dla świata i regionu Europy Środkowo-Wschodniej to odpowiednio 13 i 11,7%)<sup>3</sup>.

Według szacunków Eurostatu, **europejski rynek produkcji audiowizualnej (według wartości przychodów przedsiębiorstw z branży<sup>4</sup>) wycenić można na ok. 50 mld euro.** W branży funkcjonuje ok. 133 tys. przedsiębiorstw, zatrudniających ponad 330 tys. osób<sup>5</sup>. **Pod względem zatrudnienia w branży Polska znajduje się na 6. miejscu w UE** po Niemczech, Francji, Hiszpanii, Holandii i Włoszech.

**Polski rynek produkcji audiowizualnej według najnowszych danych z Eurostatu w 2021 roku był wart ponad 8 mld złotych (1,7 mld euro).** Wartość przychodów sektora ciągle jednak nie wróciła

do poziomu sprzed pandemii (spadek o 2% w porównaniu do 2019 roku). Sektor produkcji audiowizualnej w Polsce zatrudnia aktualnie 17,3 tys. osób — najwięcej od 10 lat. Polska odpowiada za ok. 3,4% przychodów z produkcji filmowej i telewizyjnej na rynku europejskim.

**Na podstawie publikowanych przez PISF list projektów, którym udzielono dofinansowania oraz podmiotów, które je realizują, można oszacować, że na polskim rynku działa aktualnie ok. 300 podmiotów zajmujących się *stricto* produkcją filmów i seriali<sup>6</sup>.**

**Zgodnie z danymi GUS, w 2022 roku w Polsce wyprodukowano łącznie 367 filmów, w tym 112 pełnometrażowych (z czego 71 przeznaczonych było do premiery w kinie) oraz 255 średnometrażowych i krótkometrażowych — jest to najwyższy wynik od 5 lat.** Polski rynek audiowizualny zdominowały produkcje filmów fabularnych i dokumentalnych.

Globalny sektor produkcji audiowizualnej podlega ciągłym zmianom, podobnie jak inne branże gospodarki. Według producentów filmowych, **zjawiska, które będą miały największy wpływ na rozwój branży w przyszłości to wzrost popularności serwisów streamingowych, zmiany preferencji widzów oraz rozwój sztucznej inteligencji.**

Producenci w Polsce wskazują na brak dostępnych instrumentów finansowych umożliwiających realizację produkcji filmowej, przeznaczonych dla sektora i skonstruowanych zgodnie z jego specyfiką. **Dla 84,7% producentów największą barierą rozwoju branży stanowi utrudniony dostęp do finansowania. Z kolei 79,6% respondentów doświadczyło problemów z płynnością finansową.** Wpływa to negatywnie na proces realizacji produkcji filmowych w Polsce — jak wskazują sami producenci — problemy z płynnością mogą skutkować np. koniecznością rezygnacji z innych projektów, przestojami w płatnościach bieżących faktur czy cięciami kosztów. Jest to także bezpośrednio związane z niską — w oczach producentów — pozycją Polski na globalnym rynku produkcji audiowizualnej<sup>7</sup>.

<sup>2</sup> Box office to przychody ze sprzedaży biletów na filmy.

<sup>3</sup> PwC, *Global Entertainment, Media & Telecommunications Outlook 2023-2027*.

<sup>4</sup> W niniejszym opracowaniu przyjęto, że sektor produkcji audiowizualnej definiowany jest poprzez kod NACE Rev. 2 (europejskiej klasyfikacji działalności gospodarczej) J591 odpowiadający polskiemu PKD 59.1 — Działalność związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi.

<sup>5</sup> Eurostat, *Structural Business Statistics*.

<sup>6</sup> Szacunki na podstawie dofinansowań udzielanych przez Polski Instytut Sztuki Filmowej na produkcje filmowe.

<sup>7</sup> Badanie metodą CAWI [Computer-Assisted Web Interview — ankiety internetowe] wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).

Dla producentów najważniejszym do rozwiązania problemem jest **znalezienie środków na pokrycie bieżących wydatków związanych z realizacją filmu. Problem ten uwypukla się w obliczu wysokiej inflacji.** Dla 79,7% respondentów wzrost kosztów wynagrodzeń ekipy filmowej stanowi największą trudność w realizacji produkcji w związku z wysoką inflacją<sup>8</sup>. W obliczu problemów z płynnością finansową rodzi się konieczność pokrywania wydatków ze środków własnych producentów. Nie każdy jednak może sobie na to pozwolić.

Zdaniem producentów do profesjonalizacji rynku produkcji audiowizualnej w Polsce przyczyniłaby się dostępność instrumentów takich jak: kredyt obrotowy [47,5% wskazań], kredyt pod gwarancję BGK [44,1%] oraz *completion bonds* [27,1%].

Jednak **banki w Polsce nie znają specyfiki rynku i nie są strategicznie nastawione na obsługę sektora produkcji filmowej.** W bankach nie są prowadzone analizy tego rynku, przez co bankowcy nie mają wiedzy o jego charakterystyce.

**Sektor produkcji filmowej charakteryzuje się specyficznymi przepływami pieniędzmi,** które nie mieszczą się w schematach znanych z innych przedsięwzięć; dodatkowo, sukces rynkowy filmu trudno jest ocenić nie mając specjalistycznej wiedzy.

Część banków traktuje produkcję filmową w taki sam sposób jak każdy inny podmiot gospodarczy: to zazwyczaj wyklucza branżę z finansowania pomostowego. Pozostałe banki uznają sektor produkcji audiowizualnej za branżę o podwyższonym ryzyku i albo strategicznie nie udzielają jej finansowania albo poddają bardzo szczegółowej analizie. W tym drugim przypadku paradoksalnie otwiera to szansę na uzyskanie kredytu.

Branża produkcji audiowizualnej pozostaje przez banki w Polsce nierozpoznana. Jak wynika z naszego badania nie udzielały one producentom filmowym kredytów gwarantowanych z programu Kreatywna Europa, który gwarantował pokrycie do 80% finansowania. Udzielenie producentowi filmowemu kredytu z gwarancjami *de minimis* należy do sytuacji jednostkowych.

Banki w Polsce mogłyby skorzystać na finansowaniu pomostowym produkcji filmowej wspieranej przez Polski Instytut Sztuki Filmowej: przyznane finansowanie z Instytutu jest gwarantowane, jednak producenci otrzymują przelewy w innych momentach niż powstają wydatki. Kredyty pod dotacje i zachęty PISF usprawniłyby procesy produkcji filmowej, a odsetki stanowiłyby zysk dla banków.

**W innych krajach banki chętniej niż w Polsce udzielają finansowania pomostowego, ale istnieją też wyspecjalizowane instytucje, które oferują usługi finansowe dostosowane do specyfiki rynku produkcji filmowej.**

Takie instytucje przyjmują formę np. firmy pożyczkowej, funduszu inwestycyjnego, joint-venture banków inwestycyjnych i bywają wspierane kapitałowo przez duże banki uniwersalne, które chcą zaznaczyć swoją obecność na tym rynku.

W Polsce brakuje osobnej instytucji (np. funduszu, banku inwestycyjnego, czy pożyczkodawcy) komercyjnie zajmującej się wsparciem finansowym dedykowanym producentom filmowym. Taki podmiot powinien skupiać kompetencje pozwalające na ocenę ekonomiczną produkcji audiowizualnej, aby móc zagospodarować istniejącą lukę rynkową. Banki i inne spółki giełdowe mogłyby być zaangażowane finansowo w taką instytucję, co wiązałoby się z wypełnianiem przez nie celów ESG<sup>9</sup>.

**Zaistnienie takiego podmiotu nadałoby Polsce prestiżu i renomy kraju, w którym sektor produkcji filmowej jest stabilny i profesjonalny,** co przyczyniłoby się do rozwoju rynku. Z kolei bankom i innym spółkom giełdowym umożliwiłoby czerpanie zysków z włączenia się kapitałowego do wsparcia kultury audiowizualnej.

<sup>8</sup> Na podstawie ankiety.

<sup>9</sup> ESG — skrót od ang. *Environmental, Social, Governance* obejmuje kwestie związane z ochroną środowiska, odpowiedzialnością społeczną i ładem korporacyjnym.

# Spis treści

Cele i kontekst raportu	1
Główne wnioski	2
<b>Część 1. Charakterystyka rynku produkcji audiowizualnej</b>	<b>5</b>
Pozycja Polski na globalnym rynku produkcji audiowizualnej	6
Charakterystyka polskiego rynku produkcji audiowizualnej	15
Główne trendy kształtujące polski i światowy rynek produkcji audiowizualnej	21
Ważni gracze na polskim rynku produkcji audiowizualnej	23
<b>Część 2. Finansowanie produkcji audiowizualnej w Polsce — wyzwania i szanse</b>	<b>26</b>
Od pomysłu do realizacji — „łańcuch dostaw” na rynku produkcji audiowizualnej	27
Modele biznesowe produkcji i dystrybucji treści audiowizualnych	30
Cash flow w produkcji filmowej — główne wyzwania związane z finansowaniem	36
System wsparcia produkcji audiowizualnej w wybranych krajach europejskich	39
System finansowania publicznego	39
System finansowania dłużnego	43
Postrzeganie sektora produkcji audiowizualnej przez polskie instytucje finansowe	47
Rynek dla kredytów i pożyczek w sektorze produkcji audiowizualnej	49
Postulaty branży produkcji filmowej	51
Podsumowanie	53
Metodyka badania	55
Autorzy raportu	56

# 1.

## Charakterystyka rynku produkcji audiowizualnej



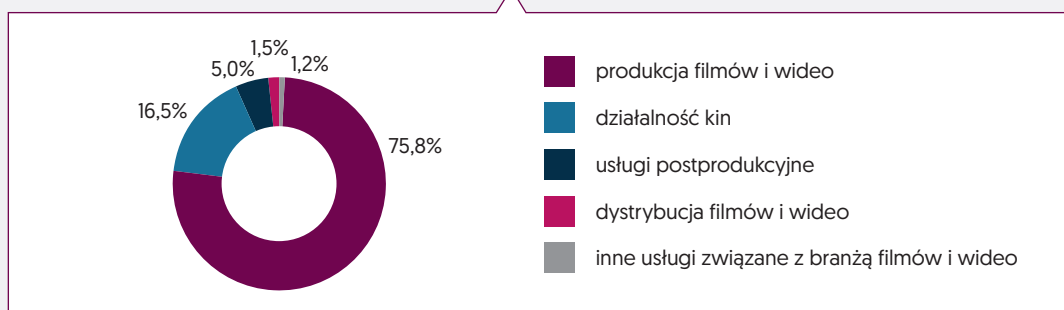
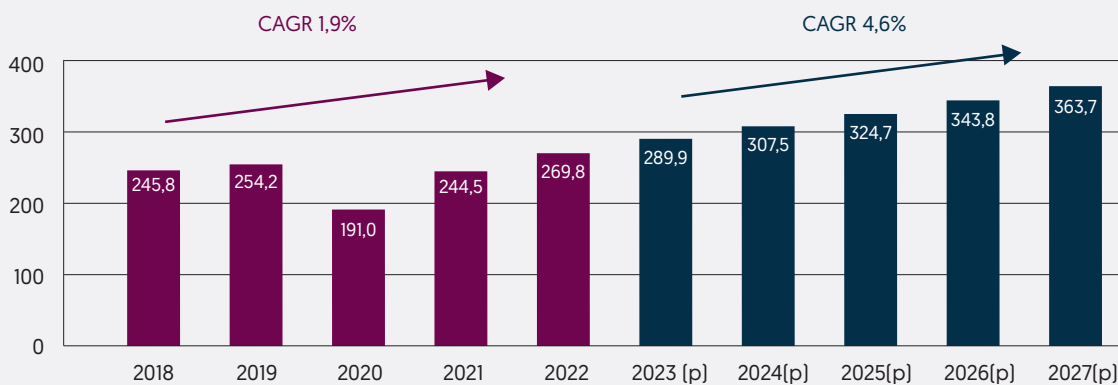
# Pozycja Polski na globalnym rynku produkcji audiowizualnej

Globalny rynek filmu i wideo w szerokim ujęciu w 2022 roku wart był 269,8 mld dolarów, co stanowi wzrost o 10,4% względem roku poprzedniego<sup>10</sup>.

Wartość ta obejmuje przychody z produkcji lub dystrybucji filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych lub reklam oraz świadczenia usług postprodukcyjnych. Największy udział w globalnym rynku filmowym pod względem wartości przychodów ma produkcja filmów i wideo [75,8%]. Jeśli chodzi o regiony geograficzne, na globalnym rynku filmu i wideo dominują Ameryka Północna [38,6%] oraz Europa Zachodnia [37,2%]. Ważnym rynkiem jest także region Azji i Pacyfiku [5%]. W kolejnych latach przewidywany jest dalszy wzrost przychodów branży filmu i wideo [CAGR – średnia roczna stopa wzrostu na poziomie 4,6% w latach 2023-2027].

Skupiając się na produkcji filmowej, według wstępnych szacunków Europejskiego Obserwatorium Audio-wizualnego, w 2022 roku na świecie zrealizowano 8636 filmów i choć jest to wzrost o 4,5% względem roku poprzedniego, to globalna produkcja nie powróciła jeszcze do poziomu sprzed pandemii COVID-19 [dla porównania w 2019 roku zrealizowano 9536 produkcji filmowych]. W czasie pandemii globalny sektor filmowy został objęty restrykcjami, które doprowadziły do wstrzymania wielu produkcji. Po okresie pandemii, której konsekwencje dotknęły niemal każdą branżę na świecie, produkcja filmowa powraca dopiero na ścieżkę wzrostu.

Wykres 1. Wartość globalnego rynku filmu i wideo (mld USD)

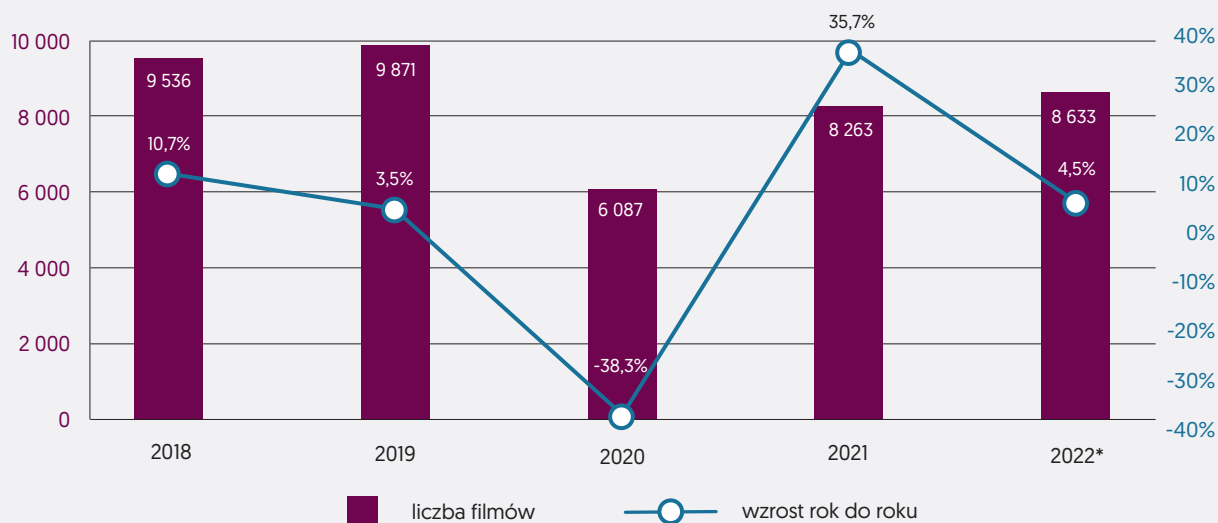


Źródło: The Business Research Company, Global Film and Video Market Briefing 2023.

<sup>10</sup> The Business Research Company, Global Film and Video Market Briefing 2023.



**Wykres 2. Globalny rynek produkcji audiowizualnej — liczba wyprodukowanych filmów fabularnych na świecie w latach 2018-2022**



Źródło: European Audiovisual Observatory, *Marche du Film — Focus 2023*.

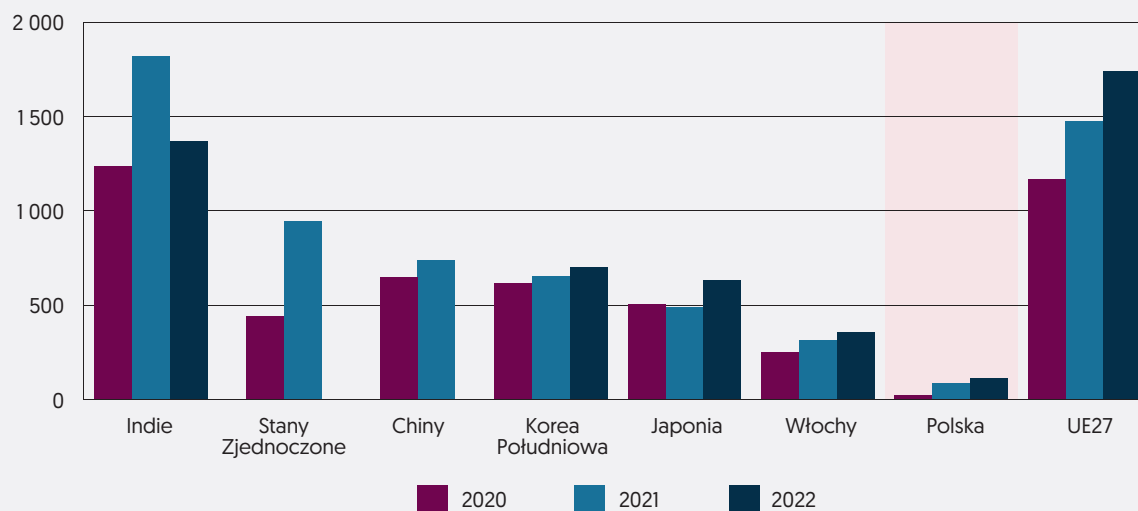
\* dane za 2022 rok mogą być niepełne z uwagi na opóźnienia w raportowaniu przez niektóre kraje.

Globalny rynek produkcji audiowizualnej charakteryzuje się dużą różnorodnością i rozproszeniem. Dominującą rolę na rynku pod względem produkcji filmów fabularnych odgrywają Stany Zjednoczone, kraje europejskie, ale także kraje azjatyckie, m.in. Indie, Chiny, Japonia oraz Korea. Ma na to wpływ kilka czynników, w tym liczba ludności, zasoby finansowe, rozwój infrastruktury przemysłu filmowego oraz preferencje kulturowe. Ciągły wzrost produkcji filmowej na tych rynkach nie wskazuje na to, że trend ten zmieni się w ciągu najbliższych kilku lat. Spośród przedstawionych państw jedynie w Indiach przewidywano spadek liczby wyprodukowanych filmów w 2022 roku (dane dla Stanów Zjednoczonych i Chin nie są jeszcze dostępne, zaś dla pozostałych państw są to dane szacunkowe). Polska odbiega od światowych liderów pod względem liczby zrealizowanych produkcji w ostatnich latach. Biorąc pod uwagę populację, w Polsce per capita produkowanych jest więcej filmów niż w Indiach czy w Chinach. Wciąż jednak realizuje się w niej mniej filmów niż np. we Włoszech, Japonii, Korei Południowej czy średniej dla krajów Unii Europejskiej. Spośród grona światowych liderów — najwięcej filmów per capita realizowanych jest w Korei Południowej<sup>11</sup>.

Z drugiej strony, Polska odznacza się dość wysoką średnią roczną stopą wzrostu [CAGR] produkcji filmów w latach 2018-2022 [9,9%], co pokazuje potencjał polskiego sektora produkcji audiowizualnej.

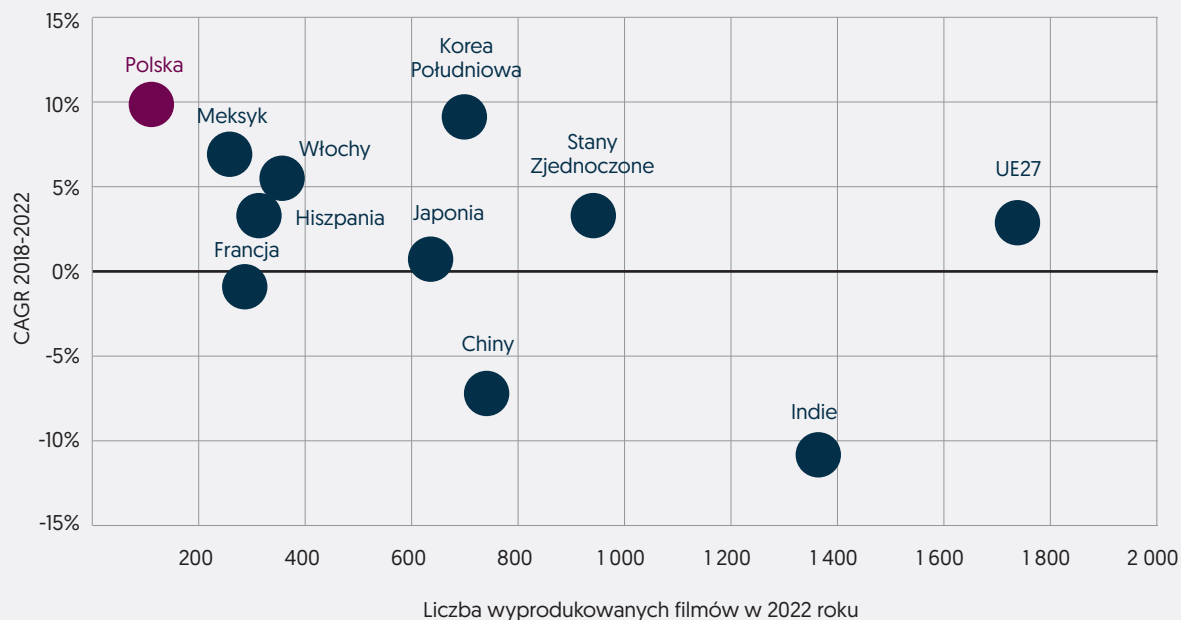
<sup>11</sup> Wartość po przeliczeniu liczby wyprodukowanych filmów w odniesieniu do populacji.

Wykres 3. Globalny rynek produkcji audiowizualnej — największe rynki pod względem liczby wyprodukowanych filmów oraz porównanie do Polski



Źródło: European Audiovisual Observatory, *Marche du Film — Focus 2023* oraz Główny Urząd Statystyczny.

Wykres 4. Globalny rynek produkcji audiowizualnej — największe rynki pod względem liczby wyprodukowanych filmów i wzrostu produkcji oraz porównanie do Polski



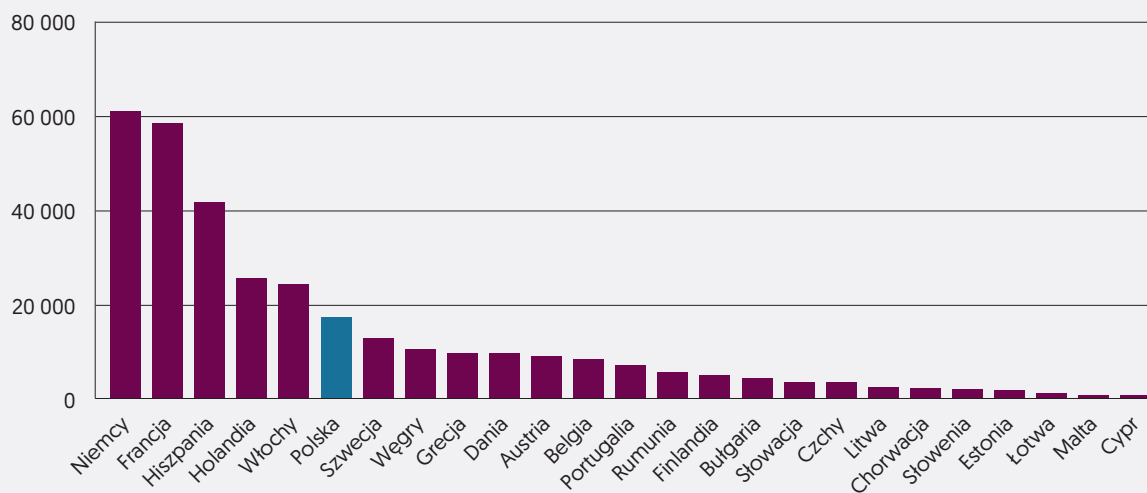
Źródło: European Audiovisual Observatory, *Marche du Film — Focus 2023* oraz Główny Urząd Statystyczny.

**Według szacunków Eurostatu, europejski rynek produkcji audiowizualnej (według wartości przychodów przedsiębiorstw z branży<sup>12</sup>) wycenić można na ok. 50 mld euro.**

W branży funkcjonuje ok. 133 tys. przedsiębiorstw, zatrudniających ponad 330 tys. osób<sup>13</sup>. Pod względem zatrudnienia w branży Polska znajduje się na 6. miejscu w UE po Niemczech, Francji, Hiszpanii, Holandii i Włoszech. Znaczenie ma tutaj nie tylko większa niż w Polsce populacja — kraje te charakteryzuje dużo dłuższa od polskiej tradycja sztuki filmowej, ale także ogólnie większy rynek zbytu i wyższy poziom dochodów, co naturalnie wpływa na większą skłonność do konsumpcji dóbr szeroko pojętej kultury.

Jeszcze lepiej Polska wypada na tle rynku europejskiego pod względem liczby przedsiębiorstw funkcjonujących w branży (na podstawie danych opartych o klasyfikację działalności). W polskim sektorze produkcji audiowizualnej funkcjonuje 11,5 tys. przedsiębiorstw, co plasuje nas na trzecim miejscu w Europie (po Francji i Holandii). Wysoka pozycja Holandii w zestawieniu wynikać może jednak z preferencyjnych rozwiązań podatkowych<sup>14</sup>, co może stanowić zachętę do rejestracji działalności na jej terenie. Pod względem przychodów branży w 2021 roku, Polska znajdowała się na 6. pozycji, za Francją, Holandią, Niemcami, Hiszpanią i Szwecją. Rozbieżność pozycji w porównaniu do liczby działających przedsiębiorstw wynikać może jednak z rejestracji wielu jednoosobowych działalności gospodarczych odnotowujących stosunkowo niskie przychody.

**Wykres 5. Zatrudnienie w sektorze produkcji audiowizualnej w krajach Unii Europejskiej 2021 roku**



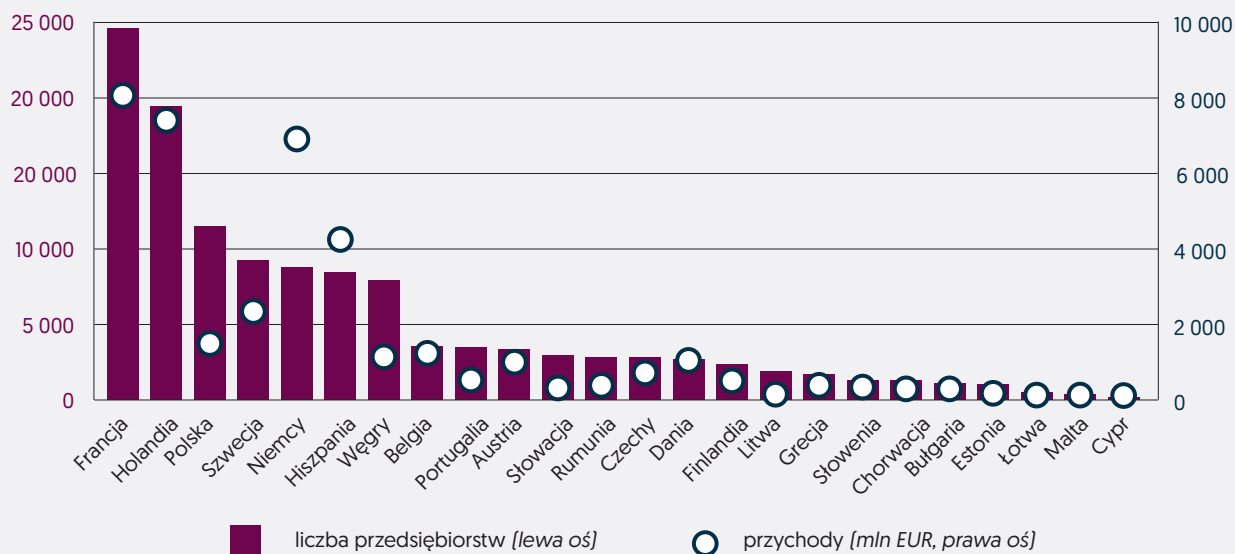
Źródło: Eurostat, Structural Business Statistics. Uwaga: na wykresie zaprezentowano jedynie kraje, dla których dane za 2021 rok były dostępne.

<sup>12</sup> W niniejszym opracowaniu przyjęto, że sektor produkcji audiowizualnej definiowany jest poprzez kod NACE Rev. 2 (europejskiej klasyfikacji działalności gospodarczej) J591 odpowiadający polskiemu PKD 59.1 — Działalność związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi.

<sup>13</sup> Eurostat, Structural Business Statistics.

<sup>14</sup> Należy pamiętać, że Holandia przez długi czas postrzegana była jako raj podatkowy, co powodowało, że przedsiębiorstwa (niezależnie od branży gospodarki) chętnie lokowały na jej terytorium swoją działalność. Zaczęło się to zmieniać w ostatnich latach poprzez regulacje wprowadzane przez holenderski rząd mające na celu przeciwdziałanie unikaniu płacenia podatków.

Wykres 6. Liczba przedsiębiorstw działających w sektorze produkcji audiowizualnej w krajach Unii Europejskiej oraz ich przychody w 2021 roku



Źródło: Eurostat, Structural Business Statistics. Uwaga: na wykresie zaprezentowano jedynie kraje, dla których dane za 2021 rok były dostępne.

Pod względem dystrybucji — w 2022 roku na świecie sprzedano ponad 4,3 mld biletów do kina, co stanowi spadek o 43% względem okresu przedpandemicznego. Skalę globalnego rynku filmowego może obrazować fakt, że średnio co drugi mieszkaniec globu w 2022 roku był w kinie.

W Unii Europejskiej oraz w Wielkiej Brytanii w ostatnim roku sprzedano około 657 milionów biletów, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu do liczby 403 milionów sprzedanych biletów w 2021 roku. Chociaż sprzedaż nie powróciła jeszcze do poziomu sprzed pandemii [wartość z 2022 roku stanowi 67% średniej liczby widzów w latach 2017-2019], należy pamiętać, że w 2022 roku obowiązywały jeszcze pewne restrykcje, a nie bez znaczenia pozostają także pozostałe czynniki

geopolityczne i makroekonomiczne, takie jak np. wojna w Ukrainie czy wysoka inflacja. Ogólnie panująca na świecie niepewność wpływa negatywnie na poziom konsumpcji, w tym także dóbr kultury. Co więcej, zmieniają się preferencje widzów i kanały „sprzedaży” — coraz większą popularnością cieszą się serwisy streamingowe [więcej w rozdziale dotyczącym głównych trendów na rynku produkcji audiowizualnej].

Pod względem segmentacji geograficznej w 2022 roku dominowały Indie, Stany Zjednoczone i Kanada (traktowane jako jeden rynek) oraz Chiny, co jest nieodłącznie związane z wielkością populacji w tych krajach. Na kolejnych miejscach znalazły się Meksyk, Francja i Japonia. Na tych 6-ciu rynkach do kin w 2022 roku poszło łącznie 2,7 mld widzów [w porównaniu do 2,3 mld w 2021 roku]. Polskie kino w ostatnim roku odwiedziło 41,8 mln widzów, co oznacza 1,1 sprzedanego biletu *per capita*<sup>15</sup>.

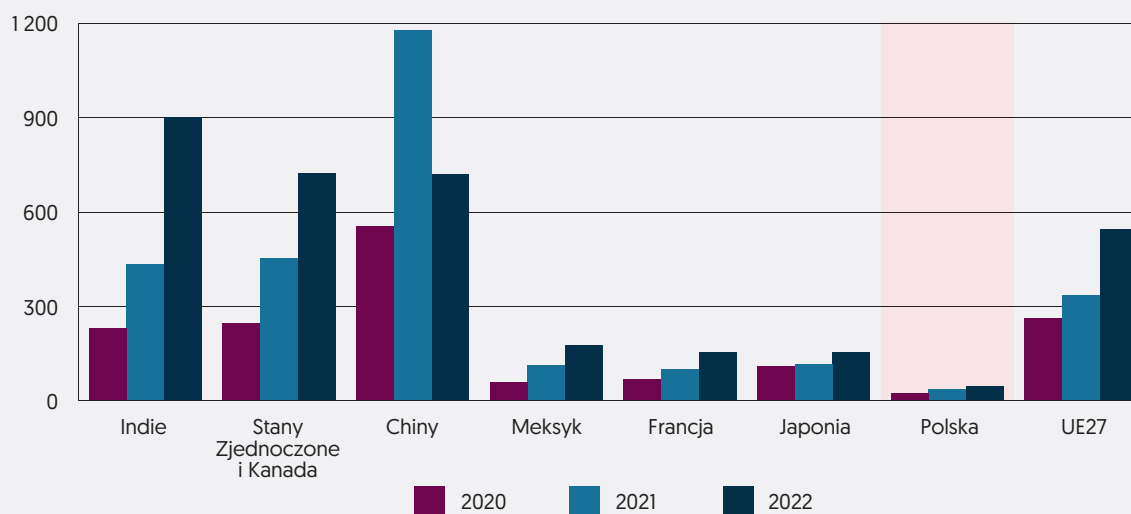
<sup>15</sup> European Audiovisual Observatory, *Marche du Film — Focus 2023*.



# 41,8 mln

widzów odwiedziło polskie kina  
w 2022 roku

**Wykres 7. Globalny rynek produkcji audiowizualnej – największe rynki pod względem liczby widzów w kinach oraz porównanie do Polski (miliony)**



Źródło: European Audiovisual Observatory, *Marche du Film — Focus 2023*, Główny Urząd Statystyczny.

Poziom rozwoju rynku filmowego można rozpatrywać również poprzez pryzmat liczby sprzedanych biletów w odniesieniu do populacji danego kraju. W przeliczeniu na mieszkańca na rynku europejskim najwięcej biletów sprzedaje się we Francji i w Irlandii [ponad 2 sprzedane bilety per capita w 2022 roku]. Na kolejnych miejscach w Europie znajdują się Wielka Brytania, Dania i Estonia. Polska z wynikiem 1,11 sprzedanego biletu na mieszkańca znalazła się na 10. miejscu w Europie ex aequo z Austrią.

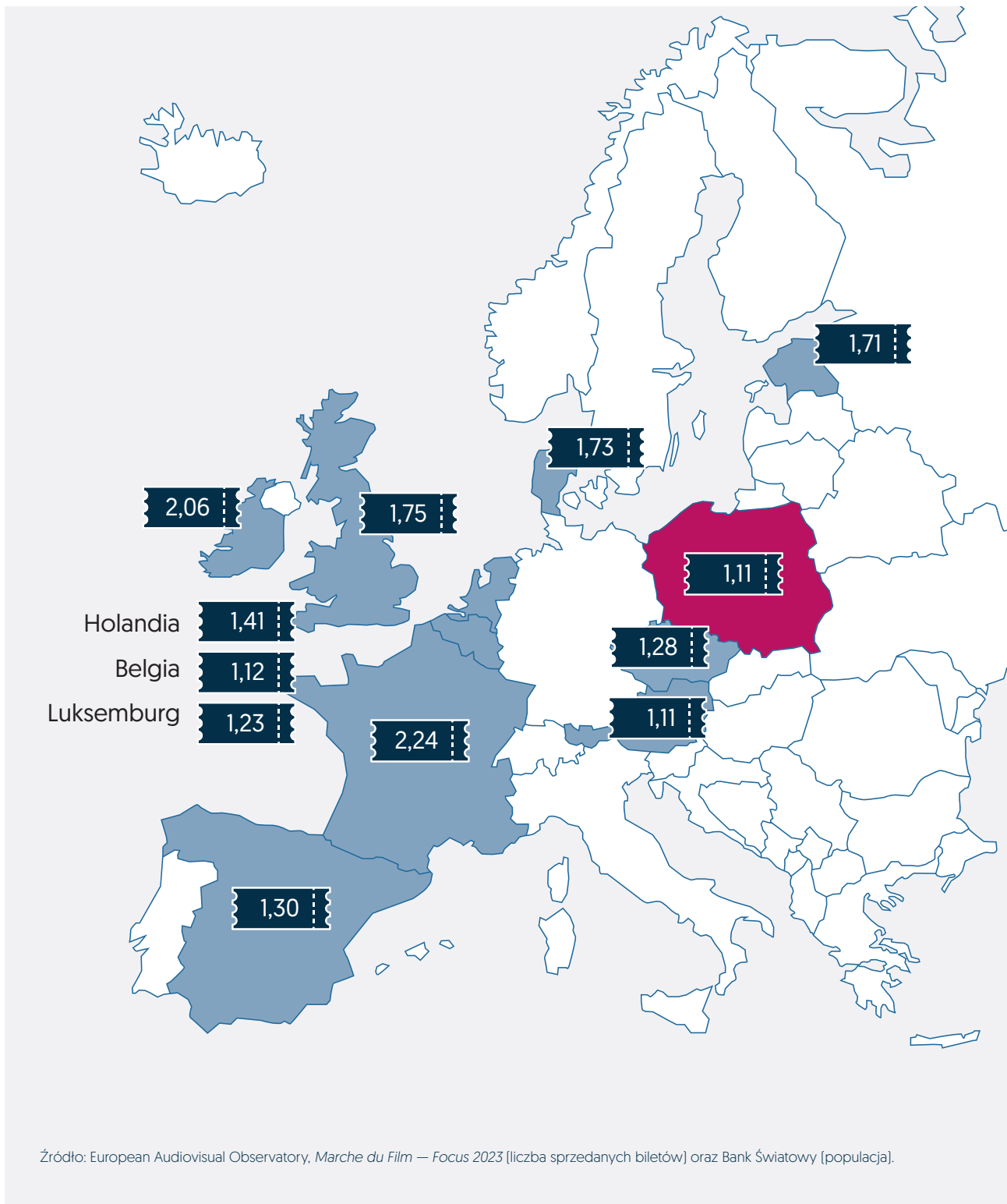
Globalny *box office* wyniósł w 2022 roku 25,9 mld dolarów (wzrost o 21,6% w stosunku do roku poprzedniego i o 120% względem pandemicznego 2020 roku). Z drugiej strony nadal stanowi to jedynie 61% wartości z 2019 roku. Powodem tego spadku może być jednak nie tylko COVID-19 i obowiązujące restrykcje. Należy zauważyć, że mamy do czynienia z ogólną tendencją spadku liczby widzów w kinach w odpowiedzi na rosnącą popularność serwisów streamingowych. W top 10 najchętniej oglądanych filmów (pod względem wartości *box office*) w 2022 roku jest 8 produkcji amerykańskich, jedna koprodukcja USA z Chinami oraz jedna produkcja chińska. Na czele produkcji znajdują się: *Avatar: Istota wody*, *Top Gun: Maverick* oraz *Jurassic World*<sup>16</sup>.

Prognozy na przyszłość napawają jednak optymizmem w odniesieniu do rozwoju rynku. Globalny rynek kinowy ma przekroczyć poziom sprzed pandemii w 2025 roku. Dla rynku Europy Środkowo-Wschodniej prognozuje się przekroczenie wartości z 2019 roku już w 2024. Polski rynek ma jednak rosnać wolniej w porównaniu do regionu i całego świata — CAGR w latach 2022-2027 ma wynieść 10,8% [dla świata i regionu Europy Środkowo-Wschodniej to odpowiednio 13 i 11,7%]<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> PwC, *Global Entertainment, Media & Telecommunications Outlook 2023-2027*.

Liczba sprzedanych biletów do kin w porównaniu do liczby mieszkańców w 2022 roku



Branża audiowizualna na całym świecie jest podatna na szeroki zakres zmian społecznych, ekonomicznych i technologicznych. Nieustannie kształtują one sposób produkcji i konsumpcję filmów, co sprawia, że rynek ciągle ewoluuje i jest niezwykle dynamiczny. W ciągu kilku ostatnich lat treści audiowizualne zaczęły docierać do coraz większej liczby widzów zagranicznych dzięki dostępowi do Internetu i serwisów streamingowych.

Jednak kina na całym świecie nadal odnotowują wzrost frekwencji, co może być spowodowane ożywieniem po pandemii oraz lepszym dostosowaniem oferty kinowej do potrzeb widzów. Ze względu na ogromną populację, Chiny, Indie, Stany Zjednoczone i Kanada niezmiennie przyciągają do kin największą liczbę widzów.

**Tabela 1. Wartość branży kinowej<sup>18</sup> i prognoza wzrostu na świecie, w Europie Środkowo-Wschodniej i w Polsce**

Rynek	2018	2019	2020	2021	2022 (p)	2023 (p)	2024 (p)	2025 (p)	2026 (p)	2027 (p)	CAGR (2022-2027)
Świat [mld USD] — suma box office i przychodów z reklam	41,50	43,04	12,02	21,51	28,27	36,25	42,31	46,54	49,59	52,10	13.01%
Świat [mld USD] — box office	38,22	39,38	11,03	19,64	25,34	32,96	38,84	42,98	45,97	48,44	13.83%
Europa Środkowo-Wschodnia (mln USD) — suma box office i przychodów z reklam	772	799	199	341	601	733	838	926	990	1,042	11.65%
Europa Środkowo-Wschodnia (mln USD) — box office	705	728	182	318	563	688	786	871	932	983	11.81%
Polska (mln USD) — suma box office i przychodów z reklam	292	290	78	131	193	239	268	292	308	321	10.76%
Polska (mln USD) — box office	259	255	71	121	177	220	246	267	282	294	10.66%

Źródło: PwC, *Global Entertainment, Media & Telecommunications Outlook 2023-2027*.

<sup>18</sup> Wartość branży kinowej obejmuje przychody z dystrybucji kinowej (box office oraz przychody z reklam). Przychody te obejmują wydatki konsumentów na bilety (box office) oraz wydatki na reklamę w kinie.



# Charakterystyka polskiego rynku produkcji audiowizualnej

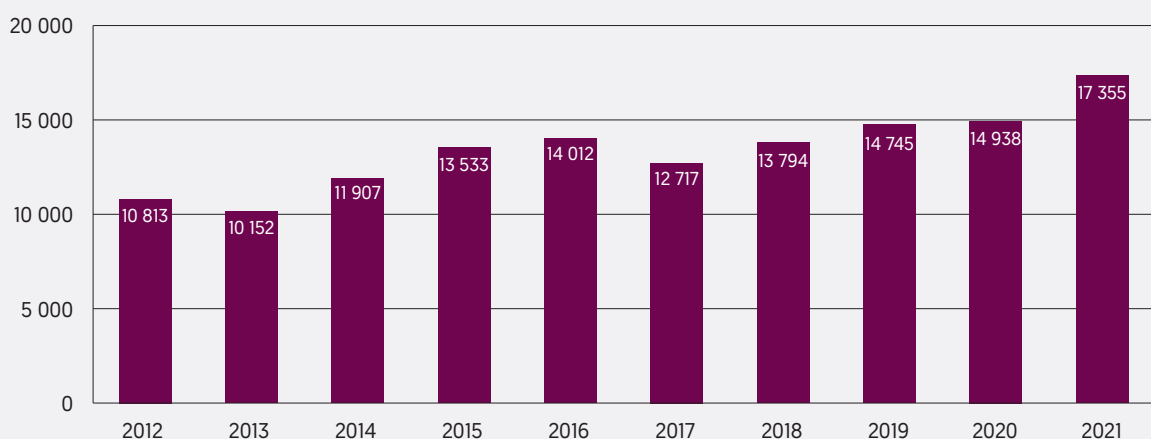
## Polski rynek produkcji audiowizualnej w 2021 roku wart był ponad 8 mld złotych (1,7 mld euro).

Wartość przychodów sektora ciągle jednak nie wróciła do poziomu sprzed pandemii (spadek o 2% w porównaniu do 2019 roku). Sektor produkcji audiowizualnej w Polsce zatrudnia aktualnie 17,3 tys. osób — najwięcej od 10 lat. Polska odpowiada za ok. 3,4% przychodów w branży produkcji filmowej i telewizyjnej na rynku europejskim. Jak wspomniano wcześniej, zgodnie z danymi Eurostatu, opartymi o rodzaj działalności przedsiębiorstw i kod PKD, pod którym są one zarejestrowane, na polskim rynku w 2021 roku funkcjonowało ponad 11 tys. podmiotów sklasyfikowanych jako prowadzące działalność związaną z produkcją filmów czy seriali [produkcja filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych, działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami wideo, działalność związana z dystrybucją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych oraz działalność związana z produkcją filmów].

Należy jednak pamiętać, że w tej grupie znajdują się przedsiębiorstwa, które — choć zarejestrowane pod odpowiednim kodem PKD — mogą nie zajmować się produkcją filmów *per se*. Na podstawie publikowanych przez PISF list projektów, którym udzielono dofinansowania oraz podmiotów, które je realizują, można oszacować, że na polskim rynku działa aktualnie ok. 300 podmiotów zajmujących się stricte produkcją filmów i seriali<sup>19</sup>. Ponad połowa (160) z nich zrzeszona jest w KIPA.

Należy zaznaczyć, że wpływ produkcji audiowizualnej na polską gospodarkę wykracza poza zatrudnienie w sektorach związanych bezpośrednio z kulturą. Analizując budżety filmów można zauważyć, że choć ok. 2/3 kosztów można przypisać bezpośrednio do branż związanych z produkcją audiowizualną lub przemysłami kreatywnymi, to ogromne przedsięwzięcie, jakim jest produkcja filmu, angażuje także i inne branże gospodarki — m.in. transport i logistykę, sektor finansów, ubezpieczeń i usług prawnych, hotelarstwo i gastronomię, przyczyniając się bezpośrednio i pośrednio do wzrostu przychodów i zatrudnienia w innych sektorach gospodarki<sup>20</sup>.

Wykres 8. Zatrudnienie w sektorze produkcji audiowizualnej w Polsce na przestrzeni lat 2012-2021

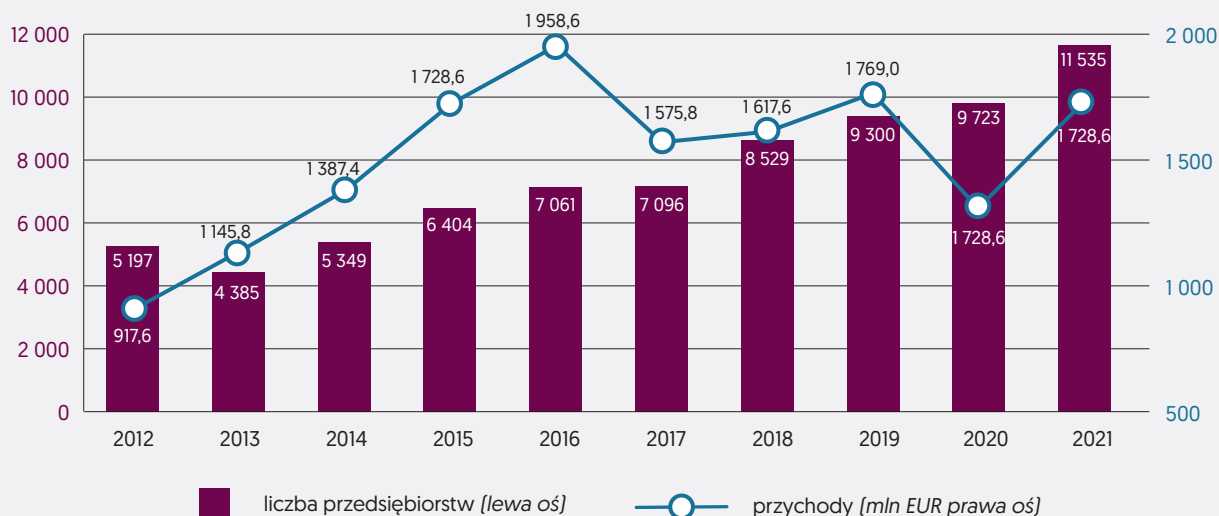


Źródło: Eurostat, Structural Business Statistics.

<sup>19</sup> Szacunki na podstawie dofinansowań udzielanych przez Polski Instytut Sztuki Filmowej na produkcje filmowe.

<sup>20</sup> Analiza PwC na podstawie kosztorysów filmów.

Wykres 9. Liczba przedsiębiorstw działających w sektorze produkcji audiowizualnej w Polsce oraz ich przychody na przestrzeni lat 2012-2021



Źródło: Eurostat, Structural Business Statistics.

“ Sektory kreatywne odgrywają coraz większą rolę w gospodarce i należy tworzyć jak najlepsze warunki do ich rozwoju. Pozycja Polski na globalnym rynku produkcji audiowizualnej może być znacznie silniejsza niż dziś, ale wymaga to lepszej współpracy z sektorem finansowym. Współpraca ta nie tylko przyniesie korzyści ekonomiczne i umożliwi pozostawienie zysków w kraju, ale wesprze także rozwój sektora kultury w Polsce.

Prof. Witold Orłowski, Główny doradca ekonomiczny PwC

Efekt pośredni funkcjonowania branży audiowizualnej można badać poprzez pryzmat modelu Leontiefa i tablicy przepływów międzygałęziowych. Dzięki temu można sprawdzić jak „zakupy” producentów w procesie realizacji produkcji filmowej wpływają na sprzedaż w całej gospodarce. Istota modelu polega na oszacowaniu jak rozkłada się dodatkowy popyt w gospodarce z uwagi na konieczność zakupu towarów, usług i materiałów przez dostawców — model z jednej strony pozwala na określenie popytu na towary i usługi generowanego przez samą branżę, a z drugiej na określenie tzw. efektów mnożnikowych (czyli dalszego wzrostu popytu wywołanego przez zwiększoną

aktywność poddostawców). Model oparto o kosztorysy filmów i seriali, na podstawie których określono średnią wydatków w poszczególnych branżach w wyniku realizacji produkcji filmowej lub serialowej. Punktem wyjścia były łączne budżety filmów zrealizowanych w 2022 roku [na podstawie danych GUS], które wyniosły 682,8 mln złotych.

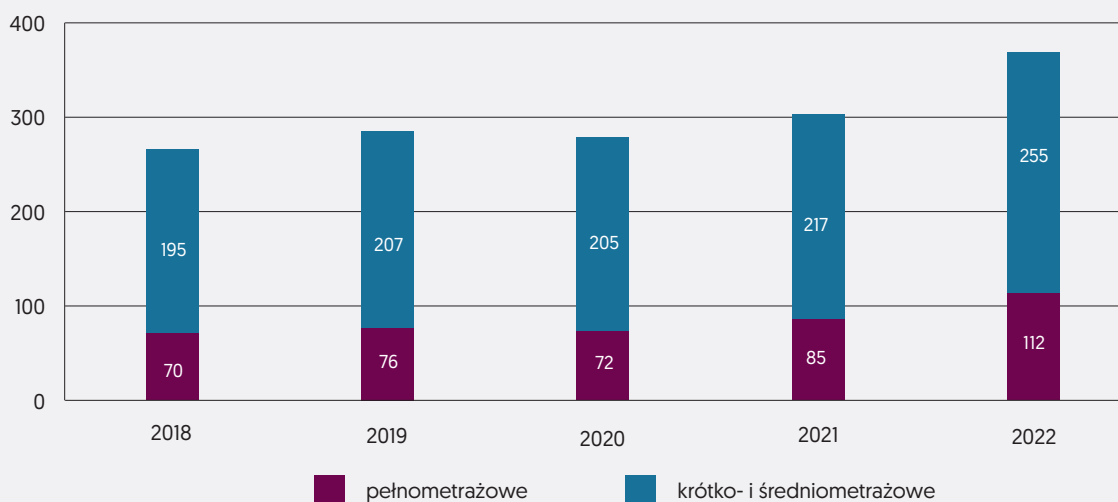
Wraz z uwzględnieniem efektów mnożnikowych, bezpośrednia i pośrednia sprzedaż wygenerowana w związku z produkcją filmów i seriali to popyt na usługi związane z produkcją audiowizualną (np. koszt montażu obrazu, dźwięku, efektów VFX — 21,6%), w branżach kulturalnych i artystycznych (np. koszty zatrudnienia reżyserów, scenografów, aktorów — 17,6%), inne usługi — takie jak np. wynajem sprzętu, reklama i promocja, usługi administracyjne (w sumie 14,9%), transport i logistyka (6%), usługi związane z nieruchomościami i budowlane (np. wynajem obiektów, 5,6%), usługi hotelarskie i gastronomiczne (3,4%), finanse i ubezpieczenia (2,5%), usługi IT (2,5%), usługi komunalne (np. dostawcy energii) — 2,2%. Oczywiście dodatkowa sprzedaż generowana jest w każdej innej branży — powyżej wymieniono jedynie te najważniejsze. Można powiedzieć, że na każdą złotówkę wydaną w związku z realizacją produkcji audiowizualnej, przypada złotówka dodatkowej sprzedaży w całej gospodarce.

<sup>21</sup> GUS, Satelitarny rachunek kultury w 2018 r.

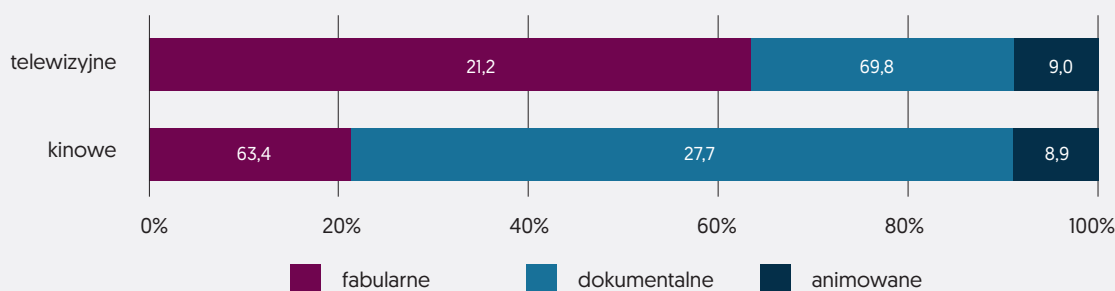
Zgodnie z danymi GUS, w 2018 roku cały obszar kultury odpowiadał za tworzenie 2,8% wartości dodanej brutto w Polsce [czyli PKB]. Wartość dodana w dziale sztuk audiowizualnych i multimediów wyniosła w 2018 roku 9,1 mld złotych<sup>21</sup>. W 2021 roku obszar produkcji audiowizualnej, nagrań dźwiękowych i muzycznych wraz z nadawaniem programów odpowiedzialny był za 0,42% wartości dodanej brutto w polskiej gospodarce. Dla porównania — w 2013 roku było to 0,54%. Pokazuje to spadek znaczenia sektora w tworzeniu polskiego PKB<sup>22</sup>. Wynikać to może jednak w dużej mierze także ze wzrostu znaczenia innych usług (np. cyfrowych). Zgodnie z danymi GUS, w 2022 roku w Polsce wyprodukowano łącznie 367 filmów, w tym 112

pełnometrażowych oraz 255 średniometrażowych i krótkometrażowych. Pod względem struktury filmów wyprodukowanych w 2022 roku wśród produkcji kinowych dominowały filmy fabularne (blisko 2/3), na drugim miejscu znalazły się filmy dokumentalne, zaś na trzecim miejscu — animowane. W filmach telewizyjnych — zdecydowaną większość (prawie 70%) stanowiły natomiast produkcje dokumentalne. Co ważne, względem roku poprzedniego znacząco — o 70,2% — wzrósł budżet przeznaczony na produkcję filmów kinowych i telewizyjnych — wyniósł on 682,8 mln złotych. Jak podaje GUS, w 2022 roku prawie jedna czwarta wszystkich filmów pełnometrażowych była wynikiem koprodukcji międzynarodowej<sup>23</sup>.

Wykres 10. Produkcja filmów w Polsce w latach 2018-2022



Wykres 11. Struktura filmów wyprodukowanych w Polsce w 2022 roku



Źródło: Główny Urząd Statystyczny.

<sup>22</sup> Szacunki na podstawie danych Eurostat, National accounts aggregates by industry. Dane obejmują sekcje PKD 59 — działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych oraz 60 — nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych.

<sup>23</sup> Kinematografia w Polsce w 2022 roku oraz Kultura i dziedzictwo narodowe w 2022 roku, GUS, Warszawa 2023.



# 367

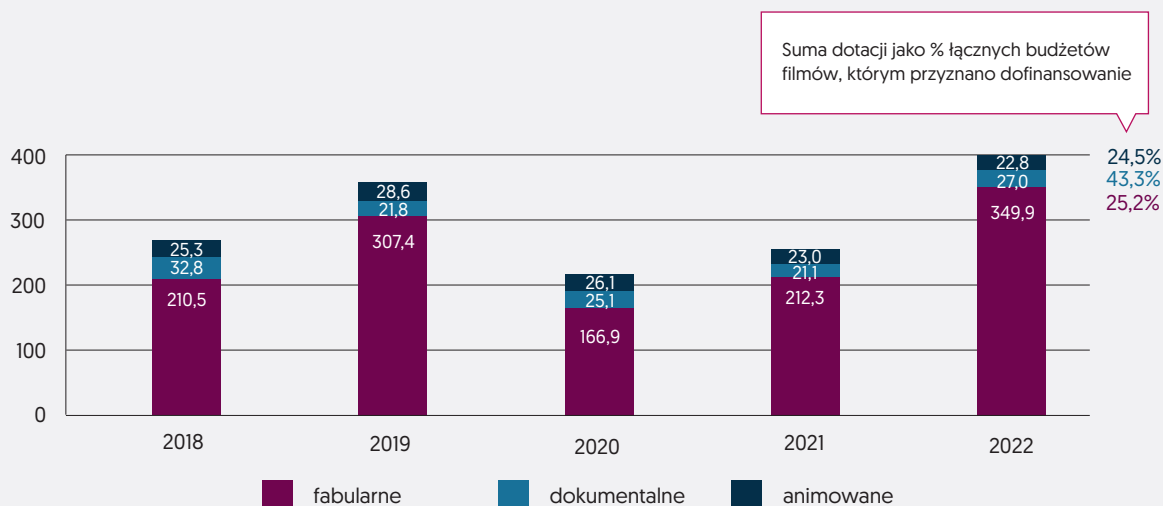
filmów wyprodukowano  
łącznie w Polsce w 2022 roku

Z kolei dane PISF pokazujące łączne budżety filmów, którym przyznano dotacje PISF wskazują, że w 2022 roku łączne budżety takich filmów wyniosły ponad 399 mln złotych. W odniesieniu do łącznych budżetów w podziale na kategorie filmowe, stosunkowo najwięcej dotacji (43,3% łącznych budżetów) przyznaje się dla filmów dokumentalnych, na drugim miejscu są filmy fabularne, zaś na trzecim miejscu — animacje. Animacje w 2022 roku stanowiły także kategorię z najniższymi łącznymi budżetami, choć w latach 2019-2021 znajdowały się pod tym względem na drugim miejscu, po filmach fabularnych.

**Podobnie jak w innych krajach, polska kinematografia odnotowała znaczny wzrost widzów, wyświetlanych seansów oraz produkcji filmowych w roku 2022 w porównaniu do pandemicznych lat 2020-2021. Według danych GUS, liczba seansów wzrosła o 57,2%, liczba widzów o 50,8%, a liczba filmów o 21,5% w porównaniu z 2021 r. (wysokie wzrosty były jednak wynikiem niskiej bazy spowodowanej pandemicznymi restrykcjami).**

Z drugiej strony, w 2022 roku liczba widzów w polskich kinach była ciągle o 30% niższa od średniej sprzed pandemii COVID-19 (w latach 2017-2019 średnia liczba widzów w kinach wyniosła 59,2 mln rocznie). Pokazuje to jednak szersze zjawisko spadku publiczności w kinach w związku z rosnącą popularnością serwisów streamingowych. Polskie produkcje są na drugim miejscu najczęściej oglądanych filmów — w 2022 roku największą popularnością cieszyły się produkcje amerykańskie (64,4% widzów). Polskie produkcje zobaczyło 20,4% widzów. Pod kątem podaży, tj. premier produkcji pełnometrażowych dominowały produkcje europejskie (45,2%). Na drugim miejscu znalazły się produkcje amerykańskie, zaś na trzecim — produkcje polskie. W top 10 najczęściej oglądanych filmów w Polsce w 2022 roku znalazły się dwie polskie produkcje — Listy do M. 5 oraz Johnny<sup>24</sup>. Nie odbiega to jednak znacząco od struktury najczęściej oglądanych filmów w innych krajach europejskich — podobnie we Francji, we Włoszech czy w Niemczech zdecydowanie najczęściej oglądanymi są filmy produkcji amerykańskiej.

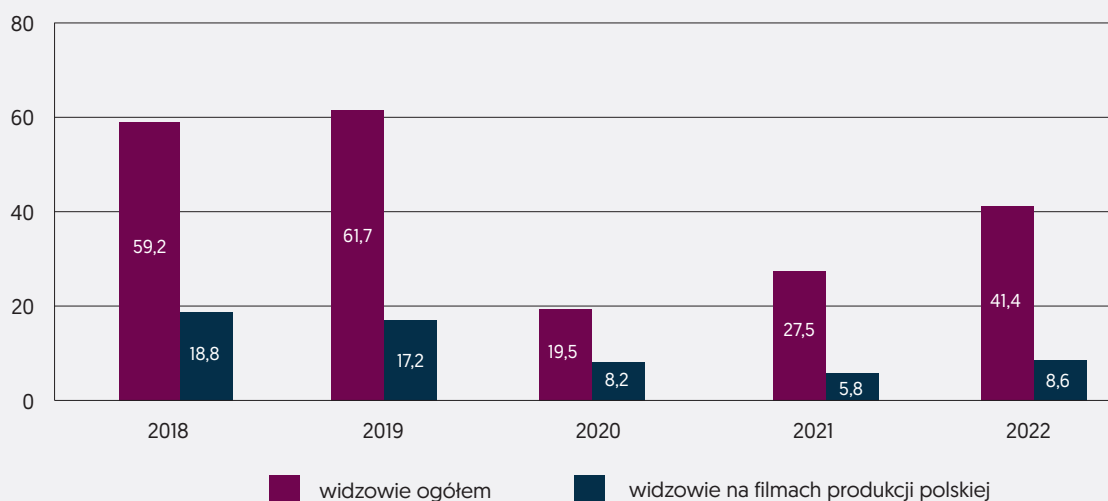
**Wykres 12. Łączne budżety filmów, którym przyznano dotacje PISF w danym roku w latach 2018-2022 (mln PLN) i udział przyznanych dotacji w budżetach w podziale na kategorie filmów w 2022 roku [%]**



Źródło: Polski Instytut Sztuki Filmowej.

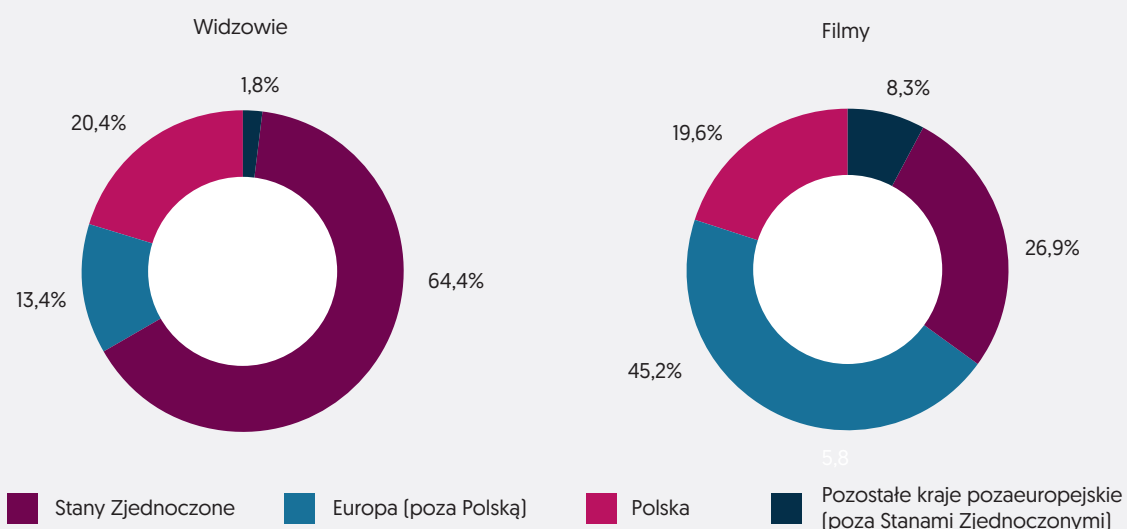
<sup>24</sup> Focus — Marche du Film 2023 oraz GUS, Kultura i dziedzictwo narodowe w 2022 roku.

Wykres 13. Widzowie w kinach ogółem oraz porównanie do liczby widzów na filmach produkcji polskiej (mln osób)



Źródło: Główny Urząd Statystyczny.

Wykres 14. Struktura produkcji i widzów na premierowych produkcjach pełnometrażowych według krajów produkcji w 2022 roku



Źródło: Główny Urząd Statystyczny na podstawie danych Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. W przypadku koprodukcji film zaliczono do kraju pierwszego producenta.

# Główne trendy kształtujące polski i światowy rynek produkcji audiowizualnej

Globalny sektor produkcji audiowizualnej podlega ciągłym zmianom, podobnie jak inne branże gospodarki. Poniżej przedstawiono najważniejsze obserwowane aktualnie zjawiska mające wpływ na rozwój branży<sup>25</sup>.

## Kino i produkcja filmowa po pandemii

Pandemia COVID-19 znacząco wpłynęła na sprzedaż biletów kinowych, wstrzymała i opóźniła produkcje oraz wymusiła zmiany w modelach dystrybucji treści. Po początkowym załamaniu frekwencja w kinach stopniowo wzrastała od 2021 roku, chociaż liczby sprzed pandemii nie zostały jeszcze osiągnięte. W 2022 roku w Unii Europejskiej i Wielkiej Brytanii sprzedano około 657 milionów biletów do kina w porównaniu z liczbą 403 milionów sprzedanych biletów w 2021 roku. Inwazja Rosji na Ukrainę oraz inflacja również wywarły duży wpływ na branżę — niekorzystny rozwój sytuacji gospodarczej prawdopodobnie doprowadził do cięć wydatków konsumenckich, w tym wydatków na rozrywkę, takich jak bilety do kina lub subskrypcje serwisów streamingowych. Zjawiska te mogą znacznie ograniczyć budżety produkcyjne lub zmniejszyć liczbę produkcji w przyszłości.

W 2021 roku produkcja filmowa w Unii Europejskiej i w Wielkiej Brytanii wzrosła o 25% w porównaniu z rokiem pandemicznym 2020. Polska była jednym z krajów, który odnotował największy wzrost liczby wyprodukowanych filmów. Wynika to w dużej mierze z faktu wznowienia projektów, których realizacja została wstrzymana. Jednakże, w 2022 roku liczba produkcji pozostała nadal poniżej poziomu sprzed pandemii — 1189 zrealizowanych filmów wobec 1221 w roku 2019.

## Produkcja filmowa a zmiany klimatu

Kolejnym trendem dla produkcji audiowizualnej jest ograniczanie negatywnych skutków środowiskowych. Chodzi o realizację produkcji audiowizualnych w zgodzie ze środowiskiem i ograniczenie powstawania śladu węglowego, np. poprzez minimalizację zużycia prądu, wypożyczanie scenografii czy kostiumów. Manifest „Porozumienie na rzecz zrównoważonej produkcji audiowizualnej — Film dla Klimatu” [2021] został do tej pory podpisany przez wiele ważnych podmiotów z branży, m.in. przez Krajową Izbę Producentów Audio-wizualnych oraz Stowarzyszenie Filmowców Polskich.

Inicjatywa ma na celu promocję zielonych standardów produkcji audiowizualnej w Polsce. W 2023 roku na Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni po raz drugi wręczono nagrodę dla najbardziej ekologicznych produkcji — „Klimatyczny Film” [nagrodzono dwie produkcje].

## Sztuczna inteligencja w przemyśle filmowym

Wpływ sztucznej inteligencji (AI) na przemysł filmowy rośnie, przynosząc wiele zmian i ulepszając procesy wykorzystywane do tworzenia filmów. Może być ona wykorzystywana na każdym etapie produkcji, przy edycji obrazu, w czasie tworzenia filmu oraz w postprodukcji — czasem nawet zastępując prawdziwych aktorów. Jednak trend ten niesie za sobą również ogromne wyzwania, z którymi branża w ciągu następnych kilku lat będzie musiała się zmierzyć. Część z nich stanowią dylematy etyczne związane z zatrudnieniem oraz te dotyczące praw autorskich. Strajk aktorów i scenarzystów w Hollywood w 2023 roku jest jednym z przykładów obaw, jakie mają pracownicy branży wobec zastosowania AI. W rezultacie wiele premier produkcji filmowych zostało już przełożonych na kolejne miesiące.

## Zmiany preferencji widzów i wzrost popularności serwisów streamingowych

Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat upodobania widzów ulegały znaczącym zmianom. Miały na to wpływ zmiany ustrojowe, kulturowe i społeczne, jak i również rozwój nowych technologii. Trend ten będzie stale się umacniał. Wraz ze wzrostem popularności serwisów streamingowych zwiększyła się dostępność światowych produkcji. Polski widz staje się bardziej otwarty na różnorodność, w tym nowe kultury i perspektywy. Lokalne treści muszą nieustannie konkurować z wysoko-budżetowymi hollywoodzkimi hitami. W związku z tym wymagania przeciętnego widza w Polsce rosną, a marketing rodzimych produkcji musi stać się atrakcyjny, aby przyciągnąć widownię. Prognozuje się, że w 2027 roku w Polsce będzie 18,4 miliona użytkowników serwisów streamingowych (SVoD), a penetracja rynku wynosić będzie 49,4%. Przychody w segmencie serwisów streamingowych wynosić mają natomiast 0,87 miliarda dolarów w 2023 roku<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Główne trendy zidentyfikowano na podstawie rozmów z podmiotami z branży oraz ankiety CATI przeprowadzonej wśród producentów filmowych, a także opracowania European Audiovisual Observatory, *Yearbook 2022/2023. Key trends*.

<sup>26</sup> Dane za Statista.com.

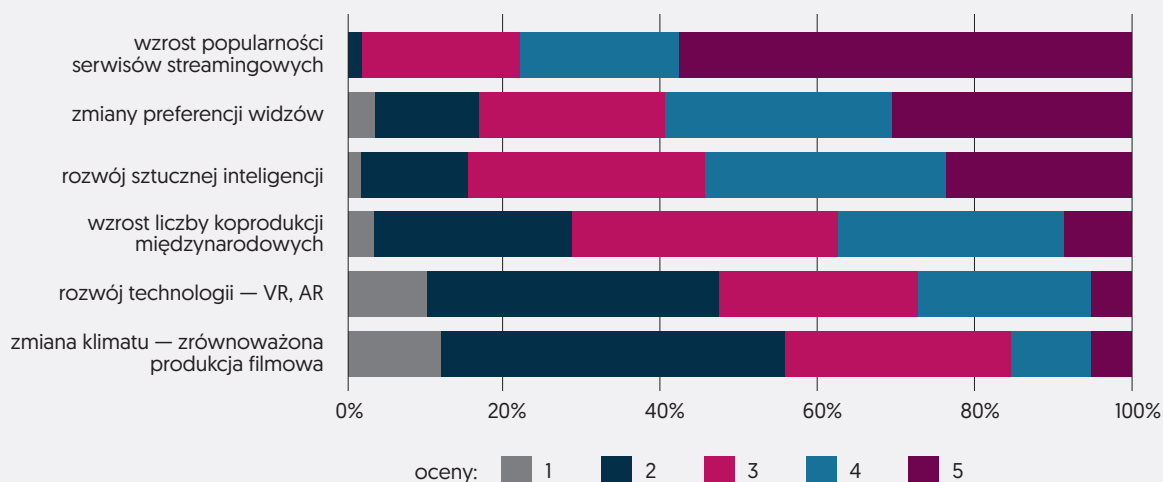
Z drugiej strony należy pamiętać, że prawdopodobnie spadnie dynamika wzrostu liczby subskrybentów. Użytkownicy serwisów streamingowych będą rozdrabniać się pomiędzy różnych dostawców oferujących usługi dostosowane do specyficznych potrzeb.

Według badań Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej odbiorcy nie mają silnych preferencji dla zagranicznych produkcji względem polskich, jednak podkreślają, że ważne jest aby film był atrakcyjny. Dotychczasowe wyniki finansowe ze sprzedaży biletów wskazują, że niektóre gatunki charakterystyczne dla polskiego rynku mogą stracić na swojej popularności, za wyjątkiem znanych już serii, np. *Listy do M.* lub *Kogel mogel*.

## Postrzeżenie trendów przez branżę produkcji audiowizualnej

A jak wyżej wymienione trendy widziane są przez producentów filmowych? Poniżej przedstawiono postrzeżenie niektórych trendów przez podmioty z branży audiowizualnej na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród producentów filmowych w Polsce<sup>27</sup>. Trendy, które zdaniem respondentów będą miały największy wpływ na rozwój branży produkcji audiowizualnej w perspektywie najbliższych 5 lat to wzrost popularności serwisów streamingowych [58% respondentów przyznało ocenę 5 – bardzo duży wpływ], zmiany preferencji widzów [31% respondentów przyznało ocenę 5 – bardzo duży wpływ] oraz rozwój sztucznej inteligencji [24% respondentów przyznało ocenę 5 – bardzo duży wpływ]. Według ankietowanych trendem najmniej istotnym są zmiany klimatu – zrównoważona produkcja filmowa [56% respondentów przyznało ocenę 1 – brak wpływu lub 2]. Wynika z tego, że popyt, czyli sposób konsumpcji treści i preferencje konsumenta stanowiąc będą główne czynniki wpływu na branżę. Natomiast nowe możliwości produkcji [koprodukcje międzynarodowe] oraz technologie [VR, AR] będą miały znaczenie drugorzędne. Czynniki zewnętrzne, takie jak zmiany klimatu, będą najmniej istotne.

Wykres 15. Postrzeżenie trendów na rynku produkcji audiowizualnej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania wśród podmiotów zrzeszonych w KIPA (n=59).

<sup>27</sup> Badanie metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview — ankiety internetowej) wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).



# Ważni gracze na polskim rynku produkcji audiowizualnej

Na polskim rynku funkcjonuje ok. 300 podmiotów<sup>28</sup> prowadzących działalność związaną bezpośrednio z produkcją filmów i seriali, z czego ponad 160 zrzeszonych jest w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych. Poniżej scharakteryzowano wybrane z nich [w kolejności alfabetycznej<sup>29</sup>].

## ■ AKSON STUDIO

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 103,8 mln PLN**

Akson Studio powstało w 1992 roku. Obecnie jest jednym z czołowych domów produkcyjnych w Polsce. Poza dziesiątkami reklam, programów, filmów dokumentalnych i spektakli telewizyjnych przez 30 lat z sukcesem wyprodukowało blisko 100 filmów i seriali. Pośród nich znalazły się takie dzieła jak: nominowany do Oscara *Katyrń* (reż. Andrzej Wajda) czy jedna z największych produkcji w historii polskiej kinematografii *Miasto 44* (reż. Jan Komasa). Wśród ostatnich dokonań studia znalazły się głośne filmy wybitnych młodych twórców jak *Atak paniki* (reż. Paweł Maślona), *Jak najdalej stąd* (reż. Piotr Domalewski), *W lesie dziś nie zaśnie nikt* (reż. Bartosz M. Kowalski) oraz serial *Sexify* (reż. Piotr Domalewski & Kalina Alabrudzińska).

## ■ APPLE FILM PRODUCTION

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 14,6 mln PLN**

Apple Film Production to jeden z najstarszych niezależnych producentów w Polsce, który rozpoczął swoją działalność w 1990 roku. Wytwórnia zrealizowała dotychczas kilkadziesiąt filmów fabularnych, dokumentalnych oraz seriali. Jej projekty zdobyły ponad 300 nagród krajowych i międzynarodowych. Większość filmów wytwórni to koprodukcje międzynarodowe, m.in. z firmami z Wielkiej Brytanii [współpraca z BBC *Dzwony wojny* i *Szpiedzy w Warszawie*], Niemiec, Czech oraz Austrii.

## ■ ARTRAMA

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 75,2 mln PLN**

Artrama to wytwórnia filmów i seriali, która powstała w 1994 roku. Do jej najpopularniejszych produkcji należą emitowane od wielu lat seriale: *Na dobre i na złe*, *Barwy szczęścia* i *Na sygnale*. Produkcje Artramy nadawane są w *prime time* i cieszą się niezmiennie rekordową oglądalnością. Producent współpracuje z najbardziej znanymi polskimi twórcami i aktorami i jest laureatem wielu nagród przyznawanych przez publiczność telewizyjną w Polsce.

## ■ ATM GRUPA

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 130,8 mln PLN**

ATM GRUPA S.A. to największe polskie niezależne studio produkcyjne. Firma została założona w 1992 roku i jako jedyna w branży posiada status spółki publicznej notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Niektóre z najbardziej znanych tytułów wytwórni to *Świat według Kiepskich*, *Ranczo* oraz *Wataha*, która jako jedyny polski serial znalazła się w rankingu 50 najlepszych seriali międzynarodowych „The Times”. Produkcje emitowane są w ogólnopolskich telewizjach, kanałach premium i serwisach VOD.

<sup>28</sup> Szacowanie na podstawie listy dofinansowań przyznanych przez PISF w ramach Programu operacyjnego „Produkcja filmowa” oraz z Zachęt w latach 2017-2023 (stan na luty 2023 roku).

<sup>29</sup> Dane na temat przychodów firm pozyskano ze sprawozdań finansowych publikowanych przez spółki. Lista została opracowana we współpracy z KIPA.

## > Ważni gracze na polskim rynku produkcji audiowizualnej

### ■ AURUM FILM

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 45,9 mln PLN**

Firma Aurum Film to jedna z wiodących firm produkcyjnych w Polsce. Specjalizuje się w produkcji filmowej i telewizyjnej. Pośród produkcji zrealizowanych przez firmę znaleźć można m.in. *Freestyle* Macieja Bochniaka, *Wszyscy moi przyjaciele nie żyją* Jana Belcli, *Ostatnią rodzinę*, nominowany do Oscara film *Boże ciało* oraz *Żeby nie było śladów* Jana P. Matuszyńskiego, a także *Kos* Pawła Maślony.

### ■ FILM PRODUKCJA

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 46,2 mln PLN**

Film Produkcja — dom produkcyjny, zajmujący się produkcją filmów fabularnych, krótkometrażowych, dokumentalnych, animowanych oraz reklam. W portfolio firmy znajdują się m.in. takie produkcje jak: *Jeż Jerzy*, *Mr. Jones*, *Volka*, *Mój sąsiad Adolf*.

### ■ HOUSE MEDIA COMPANY

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2021 roku — 37,8 mln PLN**

House Media Company jest niezależną firmą producencką założoną w 2009 roku. Zajmuje się produkcją filmową i reklamową, oraz realizacją projektów telewizyjnych i spotów kampanii społecznych. Firma zrealizowała m.in. produkcje takie jak *Imago*, *Różyczka 2*, a także seriale *Ślepnąc od świateł* czy *1983*.

### ■ LAVA FILMS

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 4,1 mln PLN**

Lava Films jest niezależną firmą producencką założoną w 2010 roku w Łodzi. Firma współpracuje z aspirującymi i uznanymi filmowcami z Polski i zagranicy. Specjalizuje się w produkcji filmów fabularnych. Pośród produkcji zrealizowanych przez firmę znaleźć można m.in. *Cichą ziemię* Agnieszki Woszczyńskiej, *Sweat* Magnusa von Horna czy *Śniegu już nigdy nie będzie* Małgorzaty Szumowskiej.

### ■ MADANTS

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 3,7 mln PLN**

Madants to warszawska firma produkcyjna założona w 2015 roku, której celem jest produkcja niezależnych filmów z potencjałem dystrybucyjnym i dostępem do międzynarodowych festiwali. Firma poza produkcją w kraju, angażuje się także w koprodukcje międzynarodowe. W 2022 roku dwie produkcje Madants miały premierę w Cannes — *The Silent Twins* Agnieszki Smoczyńskiej, a także ukraińska koprodukcja *Pamfir* w reżyserii Dmytro Sukholotykyi-Sobchuka.

### ■ MTL MAXFILM

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 54,7 mln PLN**

MTL Maxfilm to jeden z największych niezależnych producentów filmowych w Polsce, który rozpoczął swoją działalność w 1991 roku. Kolejne produkcje firmy biją rekordy oglądalności w kinach, telewizji i w serwisach streamingowych. Najbardziej znane produkcje wytwórni to seriale telewizyjne *M jak Miłość* i *Kryminalni*. Firma współpracuje ze wszystkimi głównymi stacjami TV w Polsce. Jest też producentem wielu kinowych hitów, m.in. *Nigdy w życiu*, *Tylko mnie kochaj*, *Och Karol 2*, *7 rzeczy, których nie wiecie o facetach* oraz trzech części kontynuacji kultowego polskiego filmu *Kogel mogel*.

### ■ NEXT FILM

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 39,4 mln PLN**

Next Film to producent i dystrybutor polskich filmów. Zajmuje się produkcją filmową od 2017 roku. Pierwszym wyprodukowanym obrazem był *Plan B* w reż. Kingi Dębskiej. W 2022 roku premierę miała druga produkcja własna — *Johnny* w reżyserii Daniela Jaroszka. Portfolio Next Film obejmuje również produkcje na zlecenie firm zewnętrznych, przeznaczone do serwisów streamingowych. Pierwszym tego typu filmem była komedia *Jeszcze przed świętami* wyprodukowana dla serwisu Netflix.

## > Ważni gracze na polskim rynku produkcji audiowizualnej

### ■ OPUS FILM

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 28,2 mln PLN**

---

Opus Film jest wiodącym producentem filmów reklamowych, fabularnych i światowych produkcji telewizyjnych. Firma została założona w 1991 roku i prowadzi swoją działalność w Łodzi. Od roku 2002 studio realizuje własne filmy fabularne oraz bierze udział w wielu koprodukcjach międzynarodowych. Film *Ida* w reżyserii Pawła Pawlikowskiego zdobył Oscara za Najlepszy Film Nieanglojęzyczny w 2015 roku, a film *Zimna Wojna* otrzymał nominację w tej samej kategorii w 2019 roku. Niektóre z produkcji są dostępne w serwisach streamingowych Netflix oraz Canal+ online. Opus Film posiada także spółkę córkę — Opus TV, która w swoim portfolio ma produkcje takie jak np. *Belfer 3*, *Królowa* czy *Kruk*.

### ■ PLATIGE IMAGE

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 93,6 mln PLN**

---

Platige Image to studio produkcyjne powstałe 25 lat temu, skupiające się na realizacji reklam i teledysków. Dzisiaj realizuje także filmy krótkometrażowe oraz oprawy 3D do przedstawień teatralnych czy efekty wizualne. Ze studiem współpracuje ponad 300 artystów: reżyserów, dyrektorów artystycznych, grafików, artystów VFX oraz producentów. W portfolio firmy znajdują się m.in. *The Witcher* czy *Another Day of Life*.

### ■ TELEMARCK

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 153,5 mln PLN**

---

Studio Telemark powstało w 2003 roku i zajmuje się developmentem i produkcją filmów dokumentalnych oraz seriali telewizyjnych. Firma ma na koncie dokumenty kreacyjne (m.in. *Wiatr. Thriller dokumentalny* Michała Bielawskiego i *Over the Limit* Marty Prus), seriale premium (m.in. *Bez tajemnic* i *Pakt* dla HBO Europe oraz *Nielegalni* dla Canal+), a także artystyczne kino (*Interior* Marka Lechkiego).

### ■ WATCHOUT STUDIO

**Przychody ze sprzedaży (i zrównane z nimi)  
w 2022 roku — 49,1 mln PLN**

---

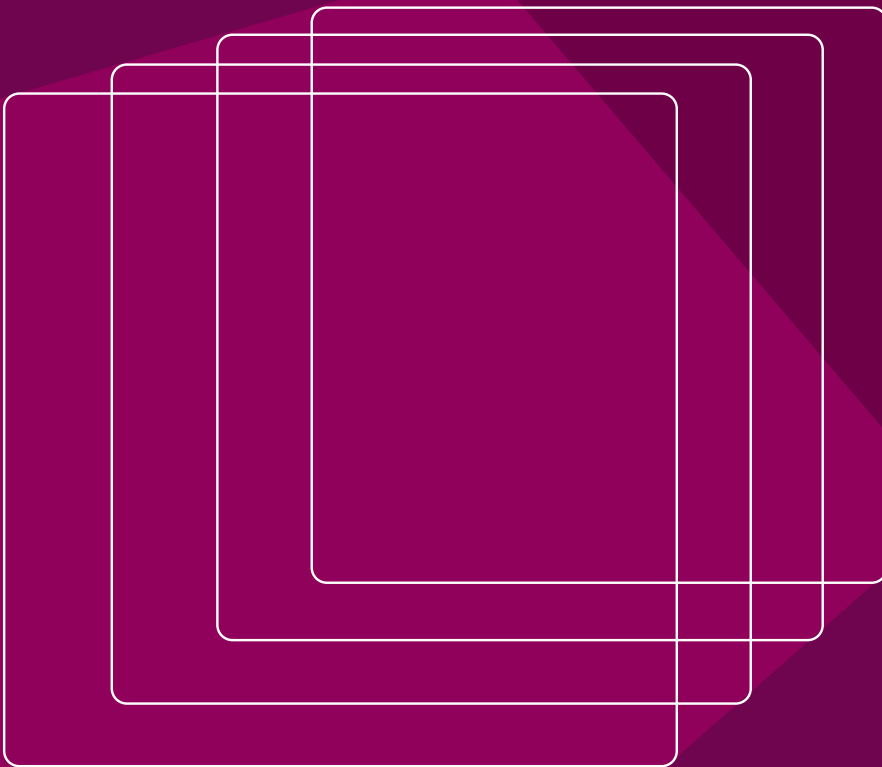
Watchout Studio to czołowy dom produkcyjny w Polsce. Założony w 2007 roku przez Piotra Woźniaka-Staraka, od 2019 zarządzany przez Krzysztofa Tereję. Specjalizuje się w produkcji filmów fabularnych, seriali oraz spotów reklamowych. Najważniejsze tytuły studia to filmy kinowe: *Bogowie*, *Sztuka kochania*, *Historia Michaliny Wisłockiej*, *The Coldest Game* oraz serial *Infamia* zrealizowany dla Netflix.

### ■ WFDiF

Wytwórnia Filmów Dokumentalnych i Fabularnych (WFDiF), która została założona w 1949 roku, to jedna z najstarszych i największych wytwórni filmów dokumentalnych oraz fabularnych w Polsce. W 2013 roku, zgodnie z zarządzeniem Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego wytwórnia przekształciła się w państwową instytucję kultury. W ciągu ostatnich 70 lat, wytwórnia stworzyła wiele uznanych produkcji, m.in. *7 uczuć* Marka Koterskiego oraz *Różę* Wojciecha Smarzowskiego. Producent jest również częścią wielu międzynarodowych koprodukcji.

# 2.

## Finansowanie produkcji audiowizualnej w Polsce — wyzwania i szanse



# Od pomysłu do realizacji — „łańcuch dostaw” na rynku produkcji audiowizualnej

Produkcja filmów i seriali to nastawiona na zysk działalność biznesowa, podobnie jak produkcja przemysłowa, czy świadczenie usług. Na tym jednak podobieństwa się kończą. Przepływy pieniężne oraz zależności w „łańcuchu dostaw” są specyficzne, dlatego też produkcja filmów i seriali wymaga szczególnej uwagi.

Wszystko zaczyna się od scenariusza — podstawy literackiej do stworzenia biznesplanu projektu. Od scenariusza zależy jakość historii, a także sposób jej realizacji. Producent czytając scenariusz, ocenia go nie tylko pod względem potencjału historii, ale również wyceny każdej ze scen i zasadności ponoszenia danego kosztu. Na tym etapie warto skonsultować scenariusz z dystrybutorem, który oszacuje jak liczna może być potencjalna widownia, a także może doradzić, co zrobić, aby zwiększyć potencjał frekwencyjny planowanego dzieła. Od scenariusza zależy również budżet postprodukcji, dlatego w momencie, gdy scenariusz jest zatwierdzony realizacyjnie, został wybrany reżyser i operator — czyli kluczowe osoby na planie — należy podjąć rozmowy z wykonawcą postprodukcji. W dobie cyfrowej obróbki dobra współpraca postprodukcji ze scenografią, kostiumami, charakteryzacją jest kluczowa dla optymalizacji kosztów, a określone działania postprodukcyjne prowadzone są już na planie filmowym. Dodatkowo, postprodukcja ma wpływ na dystrybucję, w tym zagraniczną: filmy muszą być zrealizowane w konkretnej jakości obrazu i dźwięku, aby przyjęły je kina, telewizje, serwisy streamingowe.

**Produkcję filmu i serialu można podzielić na trzy główne etapy:**

## Development — rozwój filmu

To wszystkie czynności, które poprzedzają okres zdjęciowy. Pierwszy etap to prace literackie: powstaje *treatment*, czyli 10-20 stronicowe streszczenie fabuły, jak gdyby projektu przyszłej struktury scenariusza. Zazwyczaj zawiera zarys charakterystyki postaci, niekiedy elementy dialogu, opis relacji między bohaterami<sup>30</sup>. Na bazie *treatmentu* tworzony jest scenariusz.

Po etapie pracy twórczej i literackiej nad scenariuszem, następuje dostosowanie go do realiów biznesowych. Ocenie podlegają koszty poszczególnych scen oraz potencjał frekwencyjny przyszłego filmu.

Równolegle zabezpieczane są prawa autorskie, uzyskiwane zgody i zezwolenia, a także nawiązywana jest współpraca z najważniejszymi twórcami, przede wszystkim z reżyserem i operatorem. Tu również do pracy włączani są researcherzy, którzy przeprowadzają badania i kwerendy, aby zadbać o zgodność scenariusza, scenografii czy kostiumografii z realiami, w jakich toczy się akcja.

Głównym zadaniem producenta jest stworzenie kosztorysu oraz zabezpieczenie środków na pokrycie wydatków. Development trwa od 9 do 12 miesięcy.

## Okres przygotowawczy

W dalszej kolejności rozpoczynany jest casting i przygotowania do zdjęć: szukanie lokacji, stworzenie detalicznego planu zdjęć z podziałem na konkretne dni (tzw. kalendarzówki), a także próby scen oraz konsultacje z osobami odpowiedzialnymi za proces montażu i udźwiękowienia. Od dobrego przygotowania zależy przewidywalność kosztów oraz ich optymalizacja w okresie zdjęciowym.

Okres przygotowawczy do zdjęć zawiera się w fazie developmentu. Może trwać od 2 do 4 miesięcy pracy.

## Okres zdjęciowy

To najkrótszy i najbardziej kosztochłonny etap, w którym często na przestrzeni 1,5-2 miesięcy producenci wydają nawet 70% budżetu całego filmu<sup>31</sup>. To również okres bardzo intensywny i pełen wyzwań organizacyjnych, dlatego dla producenta kluczowe jest jego dobre zaplanowanie, a następnie przeprowadzenie zgodnie z założeniami. Każdy dzień zdjęciowy przebiega zgodnie ze szczegółowym harmonogramem. Jednego dnia nagrywanych jest najczęściej kilka scen w danej lokalizacji, a każda z nich wymaga zaplanowania potrzebnego sprzętu, scenografii, kostiumów, charakteryzacji, pracy statystów, pracy pionu

<sup>30</sup> M. Karpiński, *Scenariusz: niedoskonałe odbicie filmu*, wydawnictwo Rapid, 2004.

<sup>31</sup> To modelowe założenie dla filmu fabularnego, natomiast istnieją produkcje, których okresy zdjęciowe są rozciągnięte w czasie. To typowe dla filmów dokumentalnych, a także w przypadkach, kiedy zdjęcia muszą być realizowane w różnych porach roku.

reżyserskiego, operatorskiego, oświetleniowego, dźwiękowego oraz obsady aktorskiej. Każdy z tych aspektów ma swoją pozycję w kosztorysie.

Organizacja dni zdjęciowych narażona jest na czynniki niezależne od planowania, jak np. pogoda, niedostępność lokacji czy zdarzenia losowe. Jeden dzień zdjęciowy to koszt 150-200 tys. zł lub więcej<sup>32</sup>, dlatego plany filmowe są od takich zdarzeń ubezpieczane. Na czym polegają ubezpieczenia planów filmowych opisano w dalszej części raportu.

Z powodu nieprzewidywalności zdarzeń, które mogą wystąpić na planie filmowym, producenci muszą zaplanować w budżecie odpowiednie *contingency*, czyli dodatkowe środki na pokrycie nieplanowanych kosztów. Komfortową sytuacją byłoby przyjęcie *contingency* w wysokości 10% budżetu zdjęciowego. W polskich warunkach m.in. ze względu na trudności z *cashflow*, najczęściej jest to około 3%<sup>33</sup>.

## Postprodukcja

Postprodukcja powinna być zaplanowana jeszcze przed rozpoczęciem zdjęć. Związane jest to z odpowiednim zabezpieczeniem materiałów zdjęciowych — backupem, konwersjami do podglądu tzw. *dailies* i przygotowaniem plików do montażu. Pliki z każdego dnia zdjęciowego powinny być zabezpieczane w trzech kopiach na dwóch różnych nośnikach, a dodatkowo ubezpieczone — utrata materiału nawet z części dnia zdjęciowego to zbyt duże koszty, a więc ryzyko, na które przy produkcji filmowej nie można sobie pozwolić.

Następnym istotnym elementem planowania zdjęć jest zaangażowanie supervisora VFX, aby na planie odpowiednio sfilmować ujęcia, które wymagają późniejszej ingerencji komputerowej. W dzisiejszych czasach praktycznie nie zdarzają się filmy bez efektów specjalnych. Postprodukcja obejmuje takie czynności jak: montaż, konforming, korekcja barwna, wykonanie cyfrowych efektów specjalnych, udźwiękowanie, nagranie muzyki, mix dźwięku, a także wykonanie zestawu masterów plikowych do kin, serwisów streamingowych i telewizji. Finalnym etapem postprodukcji jest archiwizacja plików na kasetach LTO.

## Dystrybucja

To etap, w którym następuje weryfikacja dzieła przez widownię. Filmy, w zależności od przyjętej strategii dystrybucji, mogą trafić na festiwale, do kin, do serwisów streamingowych jak również do płatnej lub bezpłatnej telewizji. Dystrybucja to także sprzedaż na nośnikach — niegdyś kasetach, obecnie Blu-ray i DVD. Z punktu widzenia formalnego dystrybutor nabywa prawa do eksploatacji filmu, prawa do wykonywania kopii filmu i przystosowania filmu do eksploatacji w wersji językowej innej niż ta, w której został wytworzony, a także przekazania tego prawa innym podmiotom w celu rozpowszechniania filmu.

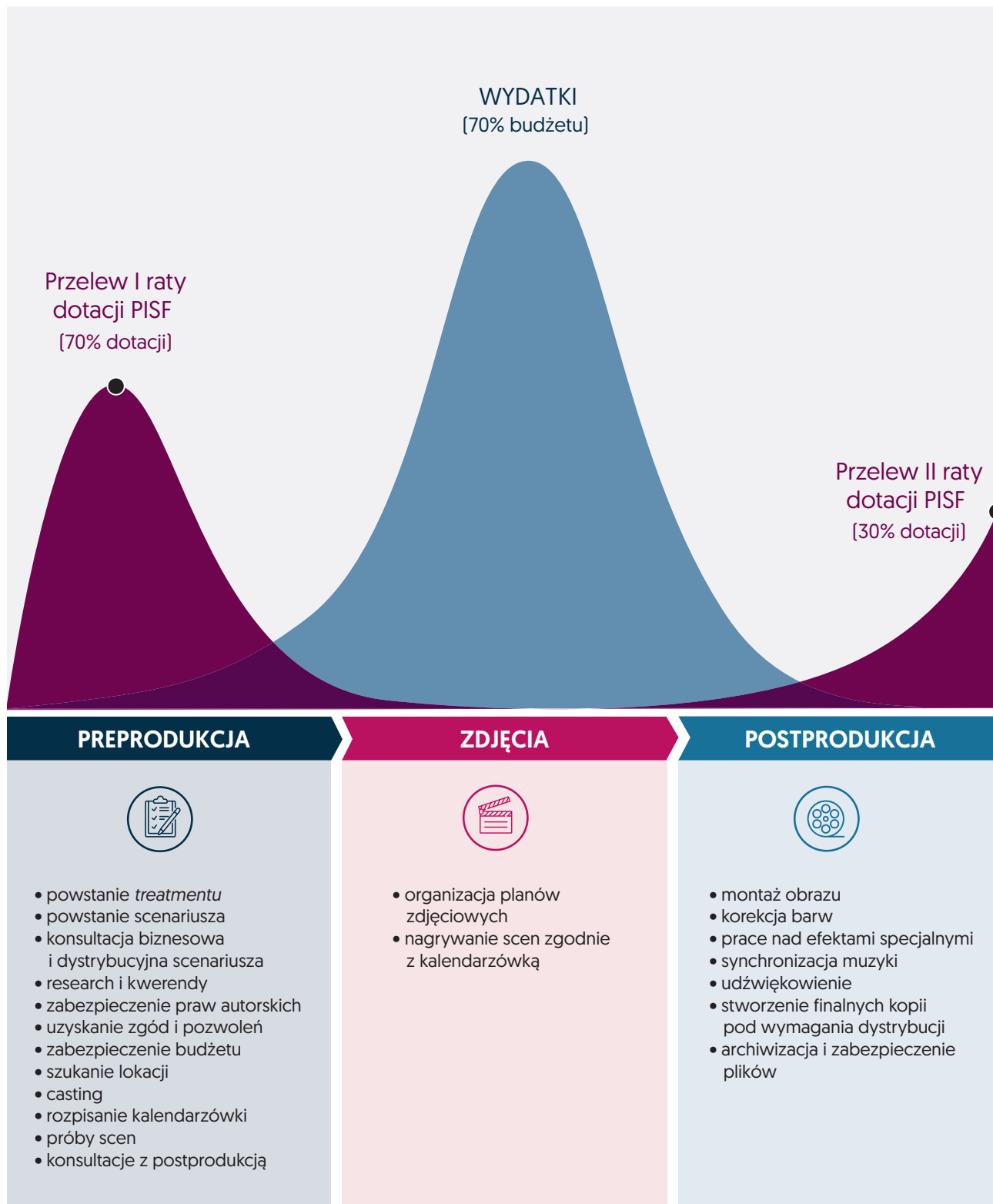
Dystrybucja finansowana może być przez inwestorów, którym zależy na rozpoznawalności tytułu i przekazują pieniądze na jego promocję, sponsorów budżetu P&A (skrót z ang. *Printing and Advertising*, czyli druk i reklama) i w rzadkich przypadkach donatorów. Na tym etapie częściej pojawiają się kredytodawcy, z tego względu, że budżety P&A są typowymi budżetami promocyjnymi, funkcjonującymi dokładnie tak samo jak w innych branżach<sup>34</sup>.

<sup>32</sup> Kwota najczęściej wskazywana przez producentów podczas wywiadów pogłębionych, co potwierdzają wyliczenia Kamila Przetęckiego bazujące na jego 30-letnim doświadczeniu w branży.

<sup>33</sup> Oszacowane na podstawie wywiadów pogłębionych z producentami.

<sup>34</sup> Wnioski pochodzą z wywiadów pogłębionych z producentami filmowymi.

## ŁAŃCUCH PRODUKCJI AUDIOWIZUALNEJ



# Modele biznesowe produkcji i dystrybucji treści audiowizualnych

Filmy i seriale mogą być produkowane w systemie niezależnym, w którym rolę producenta jest skomponowanie budżetu z wielu źródeł finansowania. Mogą być też realizowane na zlecenie telewizji, serwisu streamingowego, innych producentów. Niezależnie od modelu wyprodukowane filmy i seriale zazwyczaj działają w oparciu o *recoupment schedule* (*recoupment plan*), czyli harmonogram alokacji i dystrybucji przychodów z eksploatacji<sup>35</sup> do jednego lub kilku beneficjentów. Każdy film lub serial ma inną strukturę finansowania, własny zespół produkcyjny i unikatowy *recoupment schedule*. Podmioty finansujące projekt, wraz z agentami sprzedaży, partnerami produkcyjnymi, czy twórcami są beneficjentami przychodów, ponieważ mają prawo do udziału we wpływach generowanych przez krajową i międzynarodową dystrybucję. Poniżej przedstawiono rodzaje najczęstszych źródeł finansowania i sposób ich partycypacji w harmonogramie rekompensat, jak również schematy funkcjonowania produkcji „na zlecenie”.

## Koprodukcja

Polska jest częścią rynku europejskiego, gdzie koprodukcje są często wykorzystywanym modelem biznesowym. Koprodukcje mogą być realizowane w Polsce (kiedy współpracuje kilku polskich producentów) lub mogą mieć charakter międzynarodowy (wtedy współpracują ze sobą producenci z kilku krajów). Podstawą koprodukcji międzynarodowych są kontakty w różnych krajach, dlatego kluczową rolę odgrywają m.in. festiwale o charakterze międzynarodowym, gdzie producenci mogą zawierać nowe znajomości, które później mogą zaowocować przedsięwzięciem biznesowym. Istotną zaletą koprodukcji międzynarodowych jest połączenie w ramach jednego projektu źródeł finansowania z różnych krajów. Polega to najczęściej na tym, że np. część zdjęć realizowana jest za granicą i za tę część odpowiada producent z innego kraju. Powodem takiego działania jest szersza możliwość finansowania i skorzystania ze wsparcia dostępnego w innych państwach.

W przypadku koprodukcji producent wiodący koordynuje projekt, jest za niego odpowiedzialny finansowo i artystycznie oraz ustala źródła finansowania, sposób dystrybucji i jest z końcowym dziełem związany przez cały okres jego eksploatacji, aż do momentu wygaśnięcia lub transferu autorskich praw majątkowych. Producent mniejszościowy jest odpowiedzialny za określoną część projektu, jednak też jest związany z nim przez cały okres eksploatacji. W tym modelu jest miejsce dla inwestorów, którzy w odróżnieniu od producenta i koproducentów są związani z projektem tylko do momentu aż osiągną oczekiwany zysk. Następnie ich udziały w produkcji przechodzą na producentów i koproducentów. W zamian za wyjście z projektu inwestor najczęściej dostaje pierwszeństwo w udziale w zyskach (tzw. *priority lane* — korytarz pierwszeństwa). Do tego grona najczęściej należą fundusze i inwestorzy prywatni.

Inną grupą są sponsorzy, którzy nie oczekują zysków, a świadczeń marketingowych. Całość budżetu domykają donatorzy, czyli instytucje publiczne jak na przykład Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF). Donatorzy, w odróżnieniu od innych podmiotów, nie przekazują środków uwzględniających podatek VAT. Jest to istotny problem konieczny do rozwiązania na poziomie przepływów pieniężnych. Więcej na ten temat znajduje się w dalszej części raportu.

## Sprzedaż licencji

Czasem, aby sfinansować powstanie filmu producenci decydują się na sprzedaż licencji, czyli praw do czerpania zysków z dystrybucji filmu lub serialu, na etapie preprodukcji. Licencję można sprzedać też na innym etapie życia filmu, np. po dystrybucji kinowej, kiedy — w przypadku sukcesu kinowego — jej cena będzie wyższa niż na etapie produkcji. Wyższa cena wynikać będzie z potwierdzenia zainteresowania filmem oraz wykonanej pracy marketingowej na rzecz rozpoznawalności tytułu. Jeśli jednak producent woli sprzedać licencję jeszcze zanim film czy serial jest skończony, to gwarantuje sobie budżet na realizację produkcji. Rezygnuje przy tym z części przychodów, z dystrybucji przez okres trwania licencji na polu eksploatacji<sup>36</sup>.

<sup>35</sup> Eksploatacja i pola eksploatacji to terminy z prawa autorskiego, powszechnie używane w branży kreatywnej. Określają sposoby korzystania z utworu, np. drukowanie, sprzedawanie wydrukowanych egzemplarzy, nagrywanie, zwielokrotnianie, zapis magnetyczny itp. metody wytwarzania licznych egzemplarzy utworu. W przypadku produkcji audiowizualnej utworem będzie np. film, a polem eksploatacji np. dystrybucja w kinach, na platformach VOD, czy sprzedaż DVD.

<sup>36</sup> Najczęściej producenci decydują się na sprzedaż licencji nadawcom (telewizja naziemna, kablowa, satelitarna) na etapie produkcji. Może to jednak komplikować dystrybucję na dalszym etapie, gdyż dystrybutorzy dążą do posiadania licencji do pełnego pakietu praw do filmu. Czasami na etapie produkcji licencja udzielana jest agentom sprzedaży zagranicznej, zajmującym się obrotem prawami do filmu na konkretnych terytoriach.



## Produkcje Originals

To rodzaj produkcji filmowej lub serialowej „na zlecenie”, polegającej na zrealizowaniu dzieła w danym budżecie na zamówienie serwisu streamingowego lub nadawcy. W ten sposób producent niezależny, zwany wówczas producentem wykonawczym, gwarantuje sobie pokrycie całego budżetu, zatrudnienie dla swojej ekipy i w teorii nie ma problemu z inżynierią finansową. W teorii, ponieważ w praktyce może okazać się, że w trakcie zdjęć wydarzy się coś, co podniesie ustalony na wstępie budżet. Wtedy wszystko zależy od umowy i relacji z zamawiającym lub innej formy zabezpieczenia *contingency*, czyli kwoty uruchamianej na wypadek przekroczenia budżetu fazy produkcyjnej.

Innym ryzykiem dla niedużych producentów jest wycofanie się zamawiającego z projektu. Takie sytuacje miały miejsce na polskim rynku i chociaż w zakresie finansowym producent otrzymał rekompensatę, to czas poświęcony na projekt, który nie ujrzał światła dziennego był czasem, w którym producent nie budował swojej pozycji na rynku.

Mankamentem tego modelu jest odstąpienie producenta od przychodów z dystrybucji dzieła, a tym samym brak środków na inwestycje. Dodatkowo, z powodu globalności serwisów streamingowych w ich produkcjach niuanse kultury lokalnej mogą być pomijane, aby osiągnąć uniwersalne dla wielu kultur zrozumienie przekazu.

## Produkcje na zlecenie telewizji

Wieloodcinkowe produkcje serialowe dla telewizji mają wiele cech ułatwiających zarządzanie przepływami pieniężnymi. Stałe lokacje w studiach nagraniowych, stałe źródło finansowania i wieloletnie kontrakty. Dodatkowo, telewizje inwestują w koprodukcje np. na zasadzie kupna licencji opisanego w sekcjach „Koprodukcje” i „Produkcje Originals”.

## Serwis

To przeprowadzenie części produkcji na zlecenie innego producenta. Jeden producent na zlecenie drugiego producenta przygotowuje kilka dni zdjęciowych, w tym m.in.: znajduje lokację, organizuje ekipę i plan zdjęciowy. To przedsięwzięcie, w którym zyski płyną od zleceniodawcy, a nie z dystrybucji dzieła.

## PRODUKCJA SERIALI

Najczęstszy model powstawania seriali w Polsce jest oparty na jednym źródle finansowania, w którym telewizja lub serwis streamingowy pokrywa 100% kosztów i płaci marżę producentowi.

Jedną z istotniejszych polskich firm producenckich — Apple Film Production podjęła się wyprodukowania serialu w modelu koproducentckim. To pionierska realizacja serialu w Europie Środkowo-Wschodniej. Serial *Zasada Przyjemności* łączy fabularnie i producencko trzy kraje: Polskę, Czechy i Ukrainę. Po stronie ukraińskiej niezależny producent otrzymał prawa na swoim terytorium; w przypadku Czech koproducentem jest bezpośrednio tamtejsza telewizja.

Różnica między modelem koproducentckim filmów i seriali polega na tym, że dla filmów fabularnych wiele państw ma instytucje wspierające kinematografię, do których można wystąpić z wnioskiem / projektem dotyczącym dofinansowania koprodukcji.

O takie dofinansowanie ubiegać się może jedynie niezależny producent. W przypadku seriali nie zawsze jest taka możliwość<sup>37</sup>. Dlatego zdarza się, że współpraca bezpośrednio z nadawcą z danego rynku może być ze względów finansowych lepszym rozwiązaniem niż współdzielenie z niezależnym producentem.

Zupełnie innym przykładem koprodukcji serialowej jest projekt *Sortownia*, który powstał we współpracy CANAL+ i Polsatu. Pomimo że obie firmy działają na tym samym rynku w sensie krajowym i językowym, to operują różnymi metodami dotarcia do widza. CANAL+ jest telewizją płatną kodowaną, Polsat telewizją naziemną dostępną dla każdego widza. Obaj nadawcy mają serwisy streamingowe, a ich widownie to różne grupy widzów. Mogły więc podzielić się kanałami dotarcia. W czerwcu 2023 roku można było więc obejrzeć serial w serwisie streamingowym Polsat Box Go, na antenie CANAL+ Premium i w serwisie streamingowym CANAL+ online. W przyszłości może dojść do eksploatacji tego serialu również w telewizji naziemnej Polsat.

<sup>37</sup> Producent serialu może jednak ubiegać się o *tax rebate* lub *cash rebate*.

## ANIMACJA

Cykl produkcji animacji jest o wiele dłuższy niż w przypadku filmu fabularnego. Wynika to nie tylko z samej techniki produkcji animacji, ale także m.in. z trudności w pozyskaniu funduszy<sup>38</sup>.

Animacja ma inny cykl produkcyjny niż film czy serial fabularny, przez co przepływy pieniężne mają inną charakterystykę. W procesie tworzenia animacji nie wydziela się postprodukcji od produkcji — są to etapy zespolone.

W przypadku animacji okres „zdjęciowy” (czyli realizacja produkcji) nie zaburza przepływów pieniężnych tak, jak w przypadku filmu fabularnego. Wydatki na cały film rozkładają się praktycznie równomiernie przez cały okres realizacji projektu<sup>39</sup>.

Budżet 52-odcinkowych serii animowanych szacowany jest na 10-15 milionów zł; w przypadku pełnometrażowych filmów animowanych wynosi od 6 do 20 milionów złotych, filmów krótkometrażowych — od 400 tys. do 1 miliona zł, a średnich metraży jest to kwota od 800 tysięcy do 1,5 miliona zł<sup>40</sup>.

## VR

Wirtualna rzeczywistość [VR] to symulowane doświadczenie, które przy pomocy urządzeń elektronicznych daje poczucie znalezienia się w innym świecie. Urządzenia wykorzystują śledzenie pozycji użytkownika i trójwymiarowe wyświetlacze znajdujące się bardzo blisko oczu. Produkcja audiowizualna korzysta z tej technologii, traktując ją jako nowe narzędzie do opowiadania historii.

Jeśli chodzi o klasyczny podział na preprodukcję, produkcję i postprodukcję to da się je wyodrębnić również przy produkcjach VR, jednak wyglądają

one trochę inaczej. Harmonogram projektu wymaga zrozumienia specyfiki produkcji VR. Przede wszystkim produkcja i postprodukcja są ze sobą bardziej zespolone — w zasadzie przenikają się. Etap rozwijania projektu wymaga o wiele większych nakładów finansowych niż w przypadku klasycznego filmu. Dystrybucja w przypadku VR jest bardziej skomplikowana, ponieważ każdy widz musi otrzymać zestaw VR, który kosztuje kilka tysięcy złotych. Dodatkowo, na rynku cały czas pojawiają się nowe sprzęty i doświadczenie VR musi podlegać aktualizacji, aby móc być na nich wyświetlane. Pozyskanie funduszy na aktualizację stanowi obecnie wyzwanie dla producentów.

## System wsparcia produkcji audiowizualnej w Polsce

Z powodu swojego znaczenia dla budowania kultury, poczucia estetyki oraz przekazywania wartości produkcja filmów i seriali nie zawsze może być jedynie nastawiona na generowanie zysków. Dlatego powołane są instytucje, które rozpoznają najbardziej wartościowe dzieła i wspierają je finansowo. Branża filmowa oferuje ciekawe miejsca pracy oraz przyczynia się do rozwoju gospodarczego, społecznego oraz kulturowego miejsca, w którym zlokalizowane są plany.

Dlatego regionom i miastom zależy na przyciąganiu filmowców, co zwiększa pulę możliwości finansowania produkcji. Poniżej przedstawione zostały najważniejsze funkcjonujące w Polsce instytucje i mechanizmy wspierające produkcję filmową o charakterze kulturotwórczym.

<sup>38</sup> Informacja pochodzi z wywiadu pogłębianego z producentem animacji.

<sup>39</sup> To modelowa sytuacja. Istnieją animacje, których charakterystyka produkcji i cashflow są bardziej zbliżone do filmu fabularnego.

<sup>40</sup> Informacje i liczby zawarte w ramce pochodzą z wywiadów pogłębianych przeprowadzonych z polskimi producentami filmów animowanych.

## Polski Instytut Sztuki Filmowej

### Rola Instytutu

Rolą Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (PISF) jest wsparcie finansowe produkcji filmowej, np. w celu zapewnienia swobody twórczej prowadzącej do uzyskania jak najlepszych wyników artystycznych. Działalność instytucji finansowana jest z wpłat nadawców telewizyjnych, serwisów streamingowych, telewizji kablowych, a także właścicieli kin i dystrybutorów filmów. Środki wydatkowane są w formie dotacji, poręczeń, pożyczek, stypendiów i nagród, które opisane są w Programach Operacyjnych, ogłaszanych na poszczególne lata przez Dyrektora PISF.

Z tych programów PISF dofinansowuje przedsięwzięcia z zakresu przygotowania projektów filmowych, produkcji, dystrybucji i rozpowszechniania filmów, promocji polskiej twórczości filmowej i upowszechniania kultury filmowej, w tym produkcji filmów podejmowanych przez środowiska polonijne. Instytut działa też na rzecz rozwoju potencjału polskiego niezależnego przemysłu kinematograficznego, a w szczególności małych i średnich przedsiębiorców działających w kinematografii. PISF angażuje się w programy wspierające debiutantów oraz współfinansuje festiwale filmowe i wydarzenia branżowe.

Jednym z argumentów powołania PISF było zminimalizowanie ryzyka rynkowego dla filmów o znaczeniu dla polskiego dziedzictwa, dbających o rozwój kultury i społeczeństwa. PISF nie odpowiada za powodzenie projektu w znaczeniu realizacyjnym czy biznesowym, jednak wspierane przez Instytut projekty muszą mieć wartość kulturową i artystyczną. Zwrot dotacji do PISF następuje dopiero w momencie, kiedy wszystkim pozostałym inwestorom zostaną zwrócone ich środki wraz z wynikającym z umów zyskiem. W momencie, kiedy nastąpi całkowity zwrot dotacji, PISF przestaje partycypować w podziale przychodów — podobnie jak inwestor.

### Dotacje

Dofinansowanie PISF może maksymalnie wynieść do 50% kosztów kwalifikowalnych w przypadku filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych lub do 70% kosztów produkcji w przypadku trudnych projektów filmowych. W przypadku koprodukcji międzynarodowych, lokalny producent musi wnieść

minimum 20% (w przypadku koprodukcji dwustronnej) lub 10% (w przypadku koprodukcji wielostronnej) planowanych kosztów projektu. Lokalny producent musi mieć minimalny wkład artystyczny w projekt. Sposób przyznawania dotacji określają Programy Operacyjne na dany rok. Aby uzyskać dofinansowanie producent musi spełnić wszystkie formalności związane z procesem aplikacji oraz przejść przez procedurę opiniowania artystycznego i merytorycznego projektu przez ekspertów powołanych przez PISF. Ostateczna decyzja o przyznaniu i wysokości dofinansowania należy do Dyrektora PISF, który przy jej podejmowaniu kieruje się tą opinią.

### Zachęty

System wsparcia produkcji filmów i seriali poprzez tzw. „zachęty” PISF (działające na zasadzie *cash rebate*) to zwrot poniesionych w Polsce kosztów produkcji w wysokości 30% polskich wydatków kwalifikowalnych. Środki przeznaczone na wspieranie produkcji audiowizualnej pochodzą bezpośrednio z budżetu państwa i są rozdzielane w ciągu roku aż do ich wyczerpania. Co najmniej 10% z rocznego budżetu przeznaczonych jest na wsparcie produkcji animowanych. „Zachęty” dostępne są dla produkcji polskich oraz międzynarodowych koprodukcji i usług świadczonych dla zagranicznych produkcji (czyli serwisów). Obowiązuje kulturowy test kwalifikacyjny, progi minimalnych wydatków oraz limity na projekt i wnioskodawcę. Nie obowiązują terminy zgłoszeń, wnioski są rozpatrywane w kolejności złożenia aż do wyczerpania puli na dany rok. Wsparcie finansowe wypłacane jest jednak dopiero po przedstawieniu i pozytywnej weryfikacji raportu końcowego z produkcji lub etapu prac objętych wsparciem<sup>41</sup>.

### Rola BGK

Bank Gospodarstwa Krajowego odgrywa rolę powiernika tzn. prowadzi rachunek, na który PISF przelewa zachętę, a do którego ma dostęp producent, któremu zachęta została przyznana. Zgodnie z przyjętym stanowiskiem PISF<sup>42</sup> ten rachunek nie podlega cesji.

BGK jest też pośrednikiem dla gwarancji dla sektora kreatywnego, takich jak np. Kreatywna Europa (program został zawieszony<sup>43</sup>), która zabezpieczała nawet 80% kapitału kredytu udzielonego branżom kreatywnym jak np. producentom filmowym.

<sup>41</sup> PISF <https://pisf.pl/zachety-informacje/>, dostęp: 27 października 2023 r.

<sup>42</sup> Ustawa o finansowym wsparciu produkcji audiowizualnej nie wspomina o możliwości cesji rachunku powierniczego.

<sup>43</sup> Podstawa do gwarancji wydawanych dla poszczególnych systemów przez Europejski Fundusz Inwestycyjny została określona w programie Kreatywna Europa w poprzedniej perspektywie finansowej UE. W obecnej perspektywie finansowej programy w poszczególnych krajach trwają tak długo na jak długo umowę z EFI podpisał krajowy operator (w Polsce był to BGK). Polska umowa wygasła z końcem 2021 r. W obecnej perspektywie gwarancje dla sektora kreatywnego możliwe są w oparciu o szerokie działanie mechanizmu gwarancji EFI zwanego Invest EU. Polska jednak nie stworzyła dedykowanego dla sektorów kreatywnych programu gwarancji, ale przedsiębiorcy z sektorów kreatywnych mogą korzystać z puli gwarancji przeznaczonych dla małych i średnich przedsiębiorców np. gwarancji *de minimis*.

BGK nie miał jednak wpływu na to, czy bank komercyjny przyzna taki gwarantowany kredyt. Z naszego badania przeprowadzonego wśród banków wynika, że takie kredyty nie zostały udzielone żadnemu producentowi audiowizualnemu. Udzielono takiego finansowania np. podmiotom, których działalność zgodnie z PKD związana była z oprogramowaniem (gry wideo) lub była to działalność wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych.

## Fundusze Regionalne

„Regionalne fundusze filmowe to istotny element polityki ekonomicznej i społecznej, który przyczynia się do podniesienia poziomu życia społeczności lokalnych, dobrobytu gminy oraz regionów jako całości”, tłumaczył w opracowaniu KIPA Jonathan Davis, brytyjski ekspert i doradca British Film Council, który angażował się w powstawanie regionalnych mechanizmów wsparcia kinematografii w Polsce.

Plany zdjęciowe mają potencjał angażowania lokalnych społeczności. Ich mieszkańcy mogą wziąć w nich udział jako statyści albo jako eksperci. Z punktu widzenia gospodarki regionu zdjęcia do filmu to potencjalny przychód, mogący przekształcić się w realny zysk. Ekipa filmowa korzysta z usług hotelarskich, gastronomicznych, wynajmowane są lokacje, a w czasie trwania zdjęć kupuje towary pierwszej potrzeby w lokalnych sklepach. Dodatkowo prezentacja regionu w filmie to promocja jego walorów turystycznych.

Ze względu na animację lokalnej społeczności, promocję regionu oraz pobudzenie lokalnej gospodarki powoływane są regionalne fundusze filmowe, które oferują wsparcie filmowcom m.in. w zamian za część zdjęć zrealizowanych w ich regionie. O takie dofinansowanie można ubiegać się w naborach, których zasady są mniej skomplikowane niż zasady przyznawania dofinansowania z PISF. Finansowanie funduszy regionalnych przyjmuje dwie formy — najczęściej stosowaną formułę koprodukcji filmu (co wiąże się z udziałem w podziale wpływów z dystrybucji filmu lub korzystaniem z „prestżu” w ramach premier i nagród przyznanych filmowi, formuła stosowana np. przez Gdański Fundusz Filmowy) lub „zakupu usługi promocyjnej” — jest tak w przypadku Lubelskiego Funduszu Filmowego, zatem w zdecydowanej mniejszości przypadków. 37% polskich producentów uważa środki z regionalnych funduszy za istotne źródło finansowania produkcji filmowej<sup>44</sup>.

Dofinansowanie z funduszy regionalnych, podobnie jak dofinansowanie z PISF, może wynosić maksymalnie 50% kosztów przedsięwzięcia — jeśli pojawia się dofinansowanie z PISF i z funduszy regionalnych jego suma nie może przekroczyć 50% wartości budżetu filmu (lub 70%, a w wyjątkowych sytuacjach 90%, w kategorii filmu trudnego).

Istotna jest także kwestia biznesowa: fundusze, które biorą udział w *recoupmencie* są nastawione na czerpanie przychodów i zysków z filmów, które dofinansowują. Jednostki działające w ten sposób mają rozwinięte metody oceny ekonomicznej filmu oraz skuteczne metody szacowania prawdopodobieństwa ukończenia produkcji. Szczegółowy opis tego know-how znajduje się w dalszej części niniejszego raportu.

## Eurimages

Europejski Fundusz Wspierania Kinematografii Eurimages może wesprzeć produkcję warunkowo zwrotną, nieoprocentowaną pożyczką. Warunkiem zwrotu pożyczki jest generowanie przychodów przez wspierane projekty. Dofinansowanie przyznawane jest m.in. na podstawie oceny kulturowej. Projekt musi mieć wymiar międzynarodowy, co oznacza, że co najmniej dwóch niezależnych producentów z różnych państw członkowskich Funduszu musi wziąć udział w produkcji. Łączny wkład procentowy koproducentów z państw niebędących członkami Funduszu nie może przekraczać 30% całkowitego budżetu koprodukcji. Wsparcie Funduszu nie może przekroczyć kwoty 500 tys. euro i 17% kosztów produkcji w przypadku filmu fabularnego i animowanego oraz 25% kosztów produkcji w przypadku filmu dokumentalnego<sup>45</sup>.

## Polsko-Niemiecki Fundusz Filmowy

Z tego funduszu twórcy mogą otrzymać do 70 tys. euro na rozwój projektu oraz 150 tys. euro na produkcję filmu. Warunkiem złożenia wniosku o dofinansowanie jest zawarcie umowy koprodukcyjnej przez co najmniej jednego producenta polskiego z co najmniej jednym producentem posiadającym siedzibę w Niemczech Środkowych lub Berlinie-Brandenburgii. Udział producentów z krajów trzecich także jest możliwy. Udział finansowy każdego producenta w całkowitych kosztach przedsięwzięcia musi wynosić minimum 20%, wliczając w to kwotę dofinansowania<sup>46</sup>.

<sup>44</sup> Badanie metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview — ankiety internetowej) wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).

<sup>45</sup> Eurimages: Co-production Support, <https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction>, dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>46</sup> Polsko-Niemiecki Fundusz Filmowy – Zasady składania wniosków w ramach produkcji [https://pif.pl/wp-content/uploads/2020/03/Priorytet\\_IX\\_-\\_Tryb\\_naboru\\_dla\\_produkcji\\_filmowej\\_2017\\_12.12.pdf](https://pif.pl/wp-content/uploads/2020/03/Priorytet_IX_-_Tryb_naboru_dla_produkcji_filmowej_2017_12.12.pdf), dostęp: 23 października 2023 r.



84,7%

producentów filmowych wskazuje utrudniony dostęp do finansowania jako główną barierę dla rozwoju branży

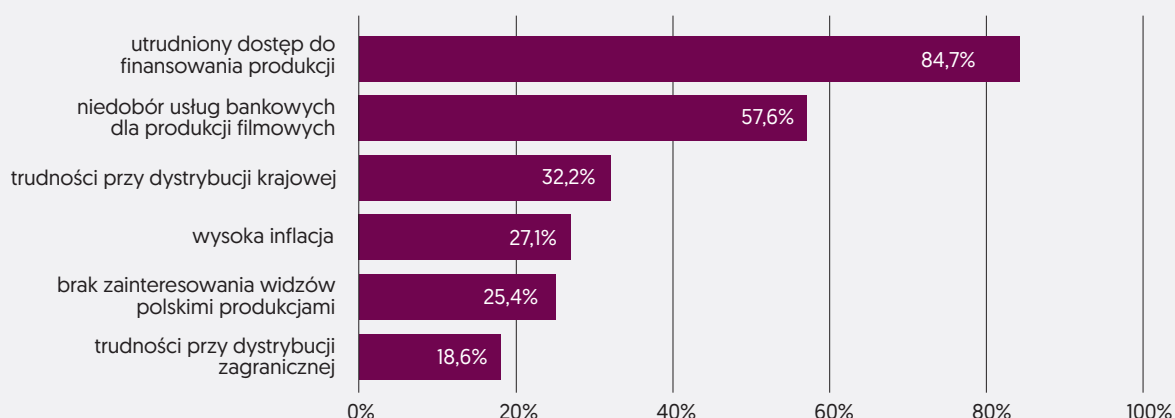
# Cash flow w produkcji filmowej – główne wyzwania związane z finansowaniem

Tak duże przedsięwzięcie, jakim jest realizacja filmu lub serialu wiąże się z ogromnymi kosztami. Producenci w Polsce wskazują na brak dostępnych instrumentów komercyjnych umożliwiających pomostowe finansowanie produkcji filmowej, przeznaczonych dla sektora i skonstruowanych zgodnie z jego specyfiką, co odróżnia rynek polski od innych rynków europejskich. Brak zrozumienia funkcjonowania podmiotów z branży audiowizualnej przez instytucje finansowe znacząco obniża konkurencyjność polskich producentów. Dla 84,7% producentów największą barierą w rozwoju branży stanowi utrudniony dostęp do finansowania. Z kolei 79,6% respondentów doświadczyło problemów z płynnością finansową. Wpływa to negatywnie na proces realizacji produkcji filmowych w Polsce – jak wskazują sami producenci – problemy z płynnością mogą skutkować np. koniecznością rezygnacji z innych projektów, przestojami w płatnościach bieżących faktur jak również cięciami kosztów z powodu braku możliwości inwestycyjnych. Jest to także bezpośrednio związane z niską – w oczach producentów – pozycją Polski na globalnym rynku produkcji audiowizualnej<sup>47</sup>.

Kosztorys filmu obejmuje około 1000 pozycji. W zależności od złożoności projektu liczba ta waha się w przypadku mniejszych filmów od 700 do 1500 przy większych produkcjach<sup>48</sup>. Niektóre koszty pojawiają się raz (wykupienie licencji), inne pojawiają się nieregularnie (np. wynagrodzenie reżysera), jeszcze inne są charakterystyką danego okresu (np. wynagrodzenie dla ekipy technicznej w trakcie trwania zdjęć). Koszty w produkcji filmowej najczęściej pojawiają się nieregularnie i w innych momentach niż wpływają raty finansowania. Jest to charakterystyczne zarówno dla Polski jak i dla rynku europejskiego.

Niezależni producenci filmowi, którzy są na rynku od wielu lat mogą radzić sobie z *cashflow* poprzez „przesunięcia finansowe” tzn. wpływami z jednych produkcji pokrywają koszty innych. Taka sytuacja komplikuje realizację filmów. Firmy, które nie mogą sobie pozwolić na „przesunięcia” zmuszone są do negocjacji późniejszych terminów wypłaty wynagrodzeń z ekipą filmową. Ta metoda jest z kolei kosztowna – producent za cenę odroczonej płatności zapłaci ekipie filmowej więcej. Nie będzie miał też dowolności w doborze specjalistów, ponieważ nie każdy zgodzi się na odroczenie otrzymania wynagrodzenia. Wskutek tego jakość produkcji może ucierpieć.

Wykres 16. Główne przeszkody / bariery dla rozwoju branży audiowizualnej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania wśród podmiotów zrzeszonych w KIPA (n=59)

<sup>47</sup> Badanie metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview – ankiety internetowej) wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).

<sup>48</sup> Wskazuje na to kosztorys PISF, który uzupełniają producenci ubiegający się o finansowanie z Instytutu.

Tabela 2. Rozkład wydatków w odniesieniu do poszczególnych faz realizacji produkcji filmowej lub serialowej

Faza realizacji filmu lub serialu	Czas trwania fazy	Wydatki poniesione w danej fazie jako % budżetu	Uśrednione wydatki danej fazy jako % budżetu
Preprodukcja	9 – 12 miesięcy	10-20%	18%
Zdjęcia	1,5 – 2,5 miesiąca <sup>49</sup>	60-80%	68%
Postprodukcja	4,5 – 6 miesięcy	10-25%	14% <sup>50</sup>

Źródło: Informacje pozyskane z rozmów z producentami filmowymi.

Najbardziej intensywnym finansowo, a jednocześnie najkrótszym etapem produkcji filmowej jest okres zdjęciowy. Każdy dzień zdjęciowy kosztuje około 200 tys. zł, a więc na przestrzeni kilku tygodni producent może wydać kilka milionów złotych.

Łączy się to z *cash flow* produkcji: mimo tego, iż każde przedsięwzięcie jest inne, to jeden problem pozostaje niezmienny i nienegocjowalny: dotacja z PISF. Dla blisko 85% producentów<sup>51</sup> PISF jest najistotniejszym źródłem finansowania. W przypadku niektórych filmów to od decyzji PISF może zależeć czy film powstanie, czy nie<sup>52</sup>. Udział Instytutu może w klasycznym przypadku stanowić maksymalnie 50% budżetu<sup>53</sup>. Z trybu przyznawania dotacji opisanego w „Programach operacyjnych Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rok 2022”<sup>54</sup> wynika, że pierwsza rata dotacji z tego programu wynosząca 70% następuje po pozytywnej weryfikacji planu finansowego przedsięwzięcia i podpisaniu umowy o dofinansowanie. Druga rata — 30% dotacji wpływa po złożeniu przez wnioskodawcę raportu końcowego z całości budżetu przedsięwzięcia, zawierającego dowody dystrybucji filmu w postaci informacji prasowych oraz faktury potwierdzające wydatkowanie kosztów poniesionych z dotacji oraz po zaakceptowaniu wymienionych dokumentów przez PISF.

Uwzględniając, że dotacja PISF wynosi 50% budżetu filmu i 70% z niej wypłacane jest po podpisaniu umowy, w momencie przyjsia przelewu do dyspozycji jest 35% budżetu. Te pieniądze pozwolą zrealizować maksymalnie ¼ zdjęć. Producent może w takiej sytuacji poszukiwać innych źródeł finansowania — u inwestorów czy koproducentów, jednak i w tym przypadku płatności wypłacane są najczęściej w ratach po zakończeniu danego etapu. Wsparcie typu *cash rebate* przychodzi po rozliczeniu wydatków, a więc warunkiem jego otrzymania jest wydanie pieniędzy w określonym czasie (liczą się faktury opłacone do dnia określonego w warunkach przyznania *cash rebate*). *Cash rebate* bilansuje inwestycję dopiero w momencie rozliczenia podatku, chyba że dane państwo (np. Irlandia, której charakterystyka przedstawiona będzie w dalszej części raportu) przewiduje mechanizm wcześniejszej wypłaty. Na polskim rynku nie istnieją tego typu instrumenty wsparcia produkcji filmowej.

Dodatkowym czynnikiem utrudniającym i tak już skomplikowany *cashflow* producentów filmowych jest różnica we wpływach i wydatkach z VAT i bez VAT. Przy wsparciu w postaci dotacji PISF, które nie uwzględnia podatku VAT jako kosztu kwalifikowanego powstaje „dziura VAT”, która przy wysokich budżetach filmowych jest znacząca. Producentowi filmowemu jako przedsiębiorcy przysługuje zwrot podatku VAT z Urzędu Skarbowego, jednak następuje on po poniesieniu kosztu, stąd konieczne są fundusze na jego pokrycie.

<sup>49</sup> Jest to oszacowanie przygotowane na potrzeby modelu. W praktyce okres zdjęciowy jest indywidualnie zaplanowany pod potrzeby konkretnej produkcji. Dla filmów dokumentalnych lub przyrodniczych okresy zdjęciowe z reguły będą bardziej rozłożone w czasie.

<sup>50</sup> Jest to ujęcie teoretyczne. W praktyce każdy film wymaga innego rodzaju postprodukcji i jej udział w budżecie może się wahać pomiędzy 2% a nawet 25%. Z szacunków postproducentów wynika, że w Polsce koszty postprodukcji *below the line* to ok. 500 tys. zł. Każdy film musi się liczyć z tym minimum, a w zależności od koncepcji koszty postprodukcji mogą wzrosnąć.

<sup>51</sup> Badanie metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview — ankiety internetowej) wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych przeprowadzone na przełomie sierpnia i września 2023 roku (n=59).

<sup>52</sup> Informacja pozyskana w wywiadach pogłębionych z producentami filmowymi z Polski.

<sup>53</sup> W przypadku tzw. filmów trudnych np. debiutów udział dotacji w finansowaniu filmu może wynieść nawet do 90%. W przypadku zachęt dla filmów historycznych i filmów dla dzieci możliwy pułap finansowania publicznego (np. dotacje plus zachęty plus RFF) wynosi 70%. Dla zobrazowania sytuacji wybrany został standardowy scenariusz.

<sup>54</sup> PISF, Programy operacyjne Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rok 2022, <https://pif.pl/wp-content/uploads/2021/12/PO-PISF-2022.pdf>, dostęp: 23 października 2023 r.

## SYNDROM OSTATNIEJ RATY

Koniec produkcji oznacza duże emocje związane z całym procesem tworzenia, na które nakładają się problemy z przepływami pieniężnymi. Na etapie postprodukcji często dochodzi do długiego oczekiwania na zapłacenie faktury. Zdarza się, że film jest już w kinach lub nawet może zejść z afiszy zanim podwykonawcy etapu postprodukcji otrzymają swoje wynagrodzenie. Często wynika to z faktu, iż termin wypłaty ostatniej raty przez PISF uzależniony jest od otrzymania potwierdzenia złożenia kopii na taśmie światłoczułej 35 mm, oraz plików DCDM i DCP<sup>56</sup> filmu do Filмотeki

Narodowej (FINA). Z tej ostatniej raty najczęściej opłacane są prace postprodukcyjne, do których należy m.in. zarówno stworzenie kopii DCMD i DCP jak i naświetlenie na taśmę, co jest usługą drogą oraz z powodów technologicznych trwającą kilkadziesiąt dni. W teorii więc postprodukcja nie powinna oddawać kopii zanim nie zostanie rozliczona faktura. W praktyce jednak przez brak powszechnej oferty finansowania pomostowego dla producentów filmowych, fachowcy zajmujący się postprodukcją nie mają innego wyjścia jak czekać na rozliczenie producenta z PISF<sup>57</sup>. Taka sytuacja stwarza problemy z płynnością finansową i realizowaniem pozostałych zobowiązań.

### Case study: „dziura VAT” w produkcji filmowej

Poniższe dane dotyczące przepływu pieniędzy na podatek VAT pochodzą od jednego z polskich producentów. Uwzględnione zostały tylko okresy zdjęciowe dziejące się w danym roku — dane z całości okresu produkcyjnego będą miały więc większe wahania.

Poszerzanie dziury VAT wynika z tego, że coraz więcej osób w ekipach filmowych z powodu prawa podatkowego decyduje się na założenie jednoosobowej działalności gospodarczej zamiast rozliczania się na podstawie umowy o dzieło. Na przykładzie konkretnego filmu, który jest nadal w fazie produkcji: przy budżecie ok. 31 mln zł na umowy o dzieło do tej pory zostało wydane 0,8 mln zł, czyli 2,6% całości wydatków. Z kolei obciążenie VAT obecnie wynosi 5 mln zł, w tym usługi hotelarskie będące opodatkowane 8-procentową stawką VAT oraz inne usługi objęte obniżonym VAT-em. Gdyby jednak wszystkich VAT-owców obowiązywała 23-proc. stawka, „dziura VAT” w tym projekcie

przekroczyłaby 7 mln zł. Nie są więc to sumy, które można łatwo pokryć z funduszy własnych, oszczędności czy pożyczek nieformalnych.

Problemy z płynnością finansową w toku produkcji rozwiązywane są przez producentów najczęściej poprzez finansowanie z kapitału własnego (76,6%). Na drugim miejscu znajduje się finansowanie ze środków koproducentów (27,7%). Nie każdy może wykorzystać w tym celu własny kapitał, co bezpośrednio negatywnie wpływa na poziom rozwoju rynku. Jest to sytuacja, w której banki i inne instytucje finansowe mają możliwość zaoferowania filmowcom pożyczek pomostowych, które są standardem na rozwiniętych rynkach, a w Polsce nadal stanowią wyjątek. Brak oferty przeznaczonej filmowcom sprawia, że rynek finansowy nie czerpie potencjalnych zysków z finansowania pomostowego sektora audiowizualnego oraz osłabia rynek produkcji filmowej. W dalszej części raportu przedstawione zostaną przykłady rozwiązań z innych rynków.

Tabela 3. „Dziura VAT” w firmie produkcyjnej z podziałem na lata

Rok	Odsetek kosztów budżetu netto potrzebny na pokrycie kosztów VAT	Wyrażone kwotowo przy przykładowym budżecie 10 mln zł
2019	12%	1,2 mln zł
2021 <sup>58</sup>	15%	1,5 mln zł
2022	17%	1,7 mln zł
2023	19,7%	1,97 mln zł

Źródło: Informacje pozyskane z rozmów z producentami filmowymi.

<sup>56</sup> Z ang. *Digital Cinema Package*, czyli zbiór plików cyfrowych używany do przechowywania i przekazywania strumieni audio i wideo oraz innych danych na potrzeby kina cyfrowego.

<sup>57</sup> Informacje pochodzą z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z producentami filmowymi.

<sup>58</sup> W 2020 roku wybuchła pandemia COVID-19, co spowodowało wielomiesięczne zatrzymanie projektów branży filmowej, stąd brak wskazania danych za ten okres.



# System wsparcia produkcji audiowizualnej w wybranych krajach europejskich

## System finansowania publicznego

Dzięki działalności PISF oraz regionalnych funduszy filmowych Polska cieszy się stosunkowo dużym wsparciem kinematografii ze strony sektora publicznego. Dla porównania wybrane zostały większe i bardziej rozwinięte rynki filmowe, aby pokazać różnorodność narzędzi, jakimi wspierana jest branża filmowa. W analizowanych systemach wsparcia wskazane zostały również mechanizmy przyznawania dotacji, które są odpowiedzią na problemy z *cashflow* po stronie producentów.

### Irlandia

Instytucją dbającą o rozwój kultury filmowej w Irlandii jest Fís Éireann, znane bardziej pod swoją angielską nazwą Screen Ireland. To agencja rządowa działająca przy Departamencie Turystyki, Kultury, Sztuki, Gaeltacht, Sportu i Mediów, o której budżecie decyduje niższa izba parlamentu — Dáil Éireann. Zajmuje się wsparciem rozwoju irlandzkiego przemysłu filmowego, telewizyjnego i animacji. Swoją budżet przeznacza na rozwój, wsparcie, produkcję i dystrybucję filmów fabularnych, dokumentalnych i animacji, a także seriali fabularnych i animowanych. Całkowity budżet Screen Ireland w 2024 roku wyniesie 39,2 mln euro, w porównaniu do 37,7 mln euro w 2023 roku<sup>59</sup>.

Irlandzka ulga podatkowa (*tax rebate*) na filmy została stworzona w celu stymulowania produkcji filmów fabularnych, dokumentalnych, programów telewizyjnych i animacji w Irlandii oraz do zachęcania międzynarodowych producentów do sprowadzania swoich produkcji do Irlandii. Dotyczy ona irlandzkich kosztów kwalifikowalnych. Producenci mogą liczyć na *tax rebate* w wysokości do 37%<sup>60</sup> wydatków kwalifikowalnych na produkcję, postprodukcję i efekty specjalne (VFX) dla lokalnej i zagranicznej obsady i ekipy oraz towarów i usług. 90% ulgi podatkowej może być dostępne z góry po udowodnieniu, że 68% wydatków kwalifikowalnych zostało zdeponowanych na koncie produkcyjnym projektu lub firma produkcyjna uzyskała *completion bond* (patrz: ramka obok), pożyczkę produkcyjną lub podobny instrument bankowy<sup>61</sup>. Aby uzyskać takie

finansowanie film musi uzyskać pozytywną opinię w zakresie wartości kulturowej jaką za sobą niesie. W Irlandii obowiązuje limit kwotowy dla przyznanego danemu projektowi *tax rebate*: do 70 mln euro lub 80% całkowitego budżetu produkcji (w zależności, która kwota jest niższa). Minimalny budżet to 250 tys. euro, przy czym minimalne koszty kwalifikowalne wynoszą 125 tys. euro<sup>62</sup>.

#### COMPLETION BOND

To specyficzne dla branży filmowej ubezpieczenie gwarantujące ukończenie filmu. Wykorzystywane w filmach produkowanych przez niezależnych producentów, aby zagwarantować, że producent ukończy i dostarczy dystrybutorowi film na podstawie uzgodnionego scenariusza, obsady i budżetu. Stronami umowy *completion bond* są zazwyczaj producent, podmiot finansujący, podmiot gwarantujący ukończenie produkcji oraz dystrybutor.

*Completion bonds* należą do skomplikowanych i kosztownych instrumentów, dlatego wykorzystywane są w przypadku niezależnych filmów o średnim i wysokim budżecie.

<sup>59</sup> Mona Tabbara, Screen Ireland receives annual budget boost of €1.5m, <https://www.screendaily.com/news/screen-ireland-receives-annual-budget-boost-of-15m/5186822.article#:~:text=Screen%20Ireland's%20total%20budget%20for,%E2%82%AC37.7m%20in%202023>, dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>60</sup> Irish Film Services, What is the Irish Film Tax Incentive Regional Spend Uplift? <https://filminireland.com/film-production-ireland/what-is-the-irish-film-tax-incentive-regional-spend-uplift/>, dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>61</sup> Irish Film Services, How does the Irish film tax incentive work? <https://filminireland.com/irish-film-tax-incentive/>, dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>62</sup> Tamże.

Nazwa tego irlandzkiego systemu ulg podatkowych to „Sekcja 481” i powszechnie uważana jest za czynnik znacznie przyczyniający się do rozwoju irlandzkiego przemysłu filmowego — zwiększający jego zdolność do obsługi wysokiej jakości międzynarodowych produkcji. Aby uzyskać *tax rebate* firma producencka musi złożyć wniosek do irlandzkiego Ministra Kultury o wydanie zaświadczenia stwierdzającego, że projekt ma być

traktowany jako „kwalifikujący się do Sekcji 481”. Wniosek ten należy złożyć do ministra co najmniej 21 dni roboczych przed rozpoczęciem irlandzkiej części produkcji. W przypadku, gdy minister wyda zaświadczenie o kwalifikacji filmu do Sekcji 481 oraz wszystkie inne przepisy są spełnione, firma producencka może złożyć wniosek o ulgę podatkową dla przedsiębiorstw filmowych<sup>63</sup>.

## Włochy

We Włoszech rodzimi niezależni producenci mogą liczyć na ulgę podatkową (*tax rebate*) do 40% kwalifikowalnych kosztów produkcji wydanych na terenie kraju, maksymalnie 20 milionów euro na firmę lub grupę firm. Z kolei pozaeuropejskie firmy produkcyjne są uprawnione do ulgi podatkowej w wysokości 25% kwalifikowalnych kosztów produkcji poniesionych na terenie Włoch, do maksymalnej kwoty 5 milionów euro dla każdej firmy lub grupy firm. W przypadku produkcji realizowanej przez niezależnego producenta na rzecz podmiotu niebędącego producentem niezależnym lub spółki spoza Europy, gdy niezależny producent posiada udział w prawach do korzystania z utworu większy niż 50%, stosuje się stawkę 40%. Jeśli producent niezależny przenosi całość praw na zleceniodawcę stawka wynosi 25%.

Koszty kwalifikowalne to wszelkie koszty produkcji poniesione i zapłacone przez włoskiego producenta z trzema ograniczeniami: koszty finansowe, ubezpieczeniowe, gwarancyjne i ogólne są uwzględniane do maksymalnej wysokości 7,5% kosztów produkcji; koszty *above the line* są brane pod uwagę do maksymalnej wysokości 40% kosztów produkcji. Wynagrodzenie producenta nie jest kosztem kwalifikowalnym.

Aby otrzymać ulgę podatkową należy złożyć wniosek do włoskiego Ministerstwa Kultury, które w ciągu 30 dni wydaje decyzję wstępną. Uzyskując ją, włoski producent może złożyć ostateczny wniosek o ulgę podatkową wraz z opisem poniesionych kosztów poświadczonych przez niezależnego biegłego rewidenta. Ostateczna kwota ulgi podatkowej będzie potwierdzona przez Ministerstwo w ciągu 60 dni od daty złożenia drugiego wniosku.

Włoski producent może wykorzystać ulgę podatkową do zrekompensowania następujących kosztów podatkowych:

- podatku VAT,
- podatku dochodowego od osób prawnych,
- regionalnego podatku dochodowego,
- składek na ubezpieczenie społeczne,
- podatków potrącanych od kosztów pracy.

Gdy włoski producent zostanie powiadomiony przez Ministerstwo Kultury, że film przeszedł test kwalifikowalności kulturowej, ulga podatkowa może być wypłacana co miesiąc, pod warunkiem, że wydatki zostaną naliczone i zapłacone przed końcem miesiąca poprzedzającego rekompensatę.

System włoskiej ulgi podatkowej przewiduje dodatkową korzyść w postaci sprzedaży ulgi podatkowej bankom. To umożliwia np. włoskiej firmie produkcyjnej przyspieszenie procesu przekazywania zagranicznej firmie produkcyjnej pozostałej kwoty naliczonej ulgi podatkowej po zakończeniu produkcji.

### KOSZTY ABOVE THE LINE I BELOW THE LINE

Koszty *above the line* (ATL) to te, które zostały ustalone lub poniesione przed rozpoczęciem produkcji filmu i mogą obejmować prawa do scenariusza oraz wynagrodzenia tzw. głównych twórców (aktorów, reżyserów, producentów), scenarzysty i innych osób zaangażowanych w finansowe i kreatywne kierowanie filmem. Zazwyczaj jest to wszystko, co musi zostać zaplanowane przed rozpoczęciem głównych zdjęć.

Koszty *below the line* (BTL) obejmują wynagrodzenia obsługi technicznej planu filmowego (pion dźwiękowy, oświetleniowy, kierowników planu i produkcji, itp.), wynagrodzenia montażysty i podstawowe<sup>64</sup> wynagrodzenia podwykonawców w etapie postprodukcji oraz wszystkie koszty produkcji: np. catering, hotele, czy studio.

Koszty ATL są zazwyczaj zróżnicowane, podczas gdy koszty BTL są względnie stałe.

<sup>63</sup> Źródło: Screen Ireland.

<sup>64</sup> Etap postprodukcji jest różny dla każdego filmu, jednak w każdym filmie konieczna jest postprodukcja i jej koszt minimalny traktowany jest jako BTL. Firmy postprodukcyjne szacują, że w Polsce minimalny budżet postprodukcyjny dla długometrażowego filmu fabularnego to 510 tysięcy złotych.

Francja to kraj wyjątkowo dumny ze swojego przemysłu filmowego, przez co może się pochwalić licznymi mechanizmami wsparcia produkcji. W tym podrozdziale przedstawione zostaną najważniejsze, wybrane mechanizmy. Nie jest to jednak wyczerpująca lista.

We Francji obowiązuje ulga podatkowa (*tax rebate*) do 30% od kwalifikowalnych wydatków na produkcję międzynarodową lub do 40%, jeśli wydatki poniesione na efekty specjalne we Francji przekraczają 2 miliony euro. Ulga podatkowa może zostać przyznana projektom, które wydadzą 250 tysięcy euro lub 50% swoich światowych budżetów we Francji, a w przypadku filmów akcji co najmniej 5 dni zdjęciowych zostanie zrealizowanych we Francji. Łączna kwota dofinansowania może wynieść maksymalnie 30 milionów euro na projekt.

Zatwierdzenie daje prawo do zwrotu podatku na koniec każdego roku podatkowego. Jeśli kwota zwrotu podatku przekroczy podatek dochodowy od osób prawnych należny za ten rok, różnica zostanie zapłacona przez państwo francuskie. Możliwe jest sprzedanie ulgi w instytucji finansowej.

*Tax rebate* obejmuje następujące wydatki przed opodatkowaniem:

- wynagrodzenia i płace wypłacane francuskim lub unijnym scenarzystom, aktorom, ekipie reżyserskiej i produkcyjnej, w tym powiązane składki na ubezpieczenia społeczne;
- wydatki poniesione na rzecz wyspecjalizowanych firm na towary i usługi techniczne;
- wydatki na transport, podróże i catering;
- wydatki na amortyzację.

Projekty muszą zawierać elementy związane z francuską lub europejską kulturą, dziedzictwem i terytorium<sup>65</sup>.

**Francuskie fundusze regionalne** przewidziane są dla 100% francuskich projektów lub oficjalnych koprodukcji (produkcje realizowane w Unii Europejskiej, państwie członkowskim Europejskiej Konwencji o koprodukcji filmowej lub jednym z 56 krajów, które zawarły umowy lub traktaty o koprodukcji z Francją, w tym z Kanadą i Wielką Brytanią)<sup>66</sup>.

**Centre National du Cinéma et de l'Image Animée** (CNC) to Narodowe Centrum Kina i Animacji. Jako wyspecjalizowana rządowa agencja działająca pod kierunkiem francuskiego ministerstwa kultury wspiera wiele instytucji odpowiedzialnych za produkcję filmową we Francji. Określa ramy prawne i organizacyjne dla francuskiej produkcji audiowizualnej, wspiera rynkowy rozwój kinematografii, twórczości audiowizualnej i multimediów oraz promuje francuskie kino i produkcje audiowizualne. Dodatkowo, CNC współfinansuje także bieżącą działalność Cinémathèque française (Kinoteki Francuskiej), która odpowiada za zachowanie, rekonstrukcję i rozpowszechnianie francuskiego dziedzictwa filmowego.

Budżet CNC finansowany jest z opłat podatkowych nałożonych na sprzedaż biletów kinowych, wydawców i dystrybutorów produkcji telewizyjnych oraz z dystrybucji treści audiowizualnych online. W projekcie budżetu francuskiego ministerstwa kultury, środki finansowe dostępne dla CNC w 2023 roku wyniosły 711 mln euro — o 1,1% więcej w porównaniu do 2022 roku (703 mln euro). Poniżej scharakteryzowane zostały mechanizmy, którymi CNC wspiera finansowanie produkcji filmowej.

**Compte de Soutien** czyli automatyczne dotacje, są kluczowym elementem francuskiego krajobrazu produkcyjnego. Każdy zakwalifikowany producent lub dystrybutor filmu otrzymuje automatyczne dotacje proporcjonalnie do sukcesu filmu we francuskim box office, a także w sklepach (procent przychodów ze sprzedaży DVD i Bluray) oraz w sprzedaży telewizyjnej (procent sprzedaży praw do nadań).

Kwota przyznawana za każdy sprzedany bilet lub każde euro ze sprzedaży DVD różni się w „zależności od współczynnika francuskości” filmu zdefiniowanego przez liczbę punktów w ustalonej skali. Oznacza to, że im więcej francuskich elementów zawiera film, tym wyższy będzie jego „współczynnik francuskości” i tym wyższe automatyczne wsparcie otrzyma jego francuski koproducent. W tym samym czasie dystrybutor kinowy francuskiego filmu również otrzyma automatyczne wsparcie proporcjonalnie do liczby sprzedanych biletów. Pieniądze trafiają bezpośrednio na konto CNC francuskiego producenta (a także dystrybutora) i muszą zostać ponownie zainwestowane w filmy we Francji. W związku z tym pieniądze te będą dostępne na kolejny film producenta we Francji. W ten sposób wartość francuskich praw do każdego zagranicznego filmu dramatycznie wzrasta, jeśli można go zakwalifikować jako francuski, ponieważ każdy etap jego eksploatacji będzie generował automatyczne wsparcie, dostępne dla kolejnych filmów<sup>67</sup>.

<sup>66</sup> Centre National du Cinéma et de l'Image Animée <https://www.filmfrance.net/en/coproductions/> dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>67</sup> Tamże.

## > Francja

**Les Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel** (SOFICA) to fundusze kapitałowe finansowane z pieniędzy pochodzących z podatków. Mogą one inwestować zarówno w filmy, jak i produkcje telewizyjne, na zasadzie selekcji. Większość z nich koncentruje się wyłącznie na filmach fabularnych. Pieniądze pochodzą z banków i od prywatnych inwestorów, którzy chcą płacić niższy podatek dochodowy. SOFICA chcą odzyskać swoje pieniądze, więc zazwyczaj zajmują się głównie finansowaniem luk w budżetach filmów, zapewniając producentom ostatnie (i zarazem najdroższe) pieniądze. SOFICA zazwyczaj stoją za dystrybutorem w *recoupment*. Każdy SOFICA może zainwestować 20% swoich pieniędzy w koprodukcje obcojęzyczne, o ile język filmu jest zgodny z językiem kraju zagranicznego koproducenta<sup>68</sup>.

**Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles** (IFCIC) to państwowa instytucja kredytowa zajmująca się finansowaniem przemysłu kulturalnego. Założona w 1983 roku z inicjatywy francuskich ministerstw kultury i gospodarki, IFCIC ma za zadanie ułatwić m.in. producentom filmowym uzyskanie finansowania bankowego. IFCIC dysponuje gwarancjami i pożyczkami — oferuje firmom działającym w sektorze kultury i kreatywnym swoje rozwiązania finansowe i wiedzę z zakresu finansów oraz bankowości, a bankom gwarancje, możliwość współfinansowania i wiedzę specjalistyczną w zakresie oceny ryzyka specyficznego dla firm i projektów kulturalnych i kreatywnych<sup>69</sup>.

**Aide aux cinémas du monde** to fundusz zarządzany przez CNC i Institut Français, przeznaczony na koprodukcje międzynarodowe. Utworzony wspólnie przez Ministerstwo Kultury i Komunikacji oraz Ministerstwo Spraw Zagranicznych i Europejskich. W 2021 roku całkowity budżet programu wyniósł 6,4 mln euro. Każdego roku organizowane są 4 sesje, które wspierają około 50 projektów. Film musi być koprodukcją między firmą produkcyjną mającą siedzibę we Francji a taką, która nie ma siedziby we Francji. Musi być wyreżyserowany przez reżysera spoza Francji. Językiem, w którym film jest kręcony, może być oficjalny lub powszechnie używany język (języki) obcego kraju, którego obywatelem jest reżyser, lub terytorium, na którym film jest kręcony<sup>70</sup>.

**Avance sur recettes avant réalisation** czyli zaliczka na poczet przychodów wypłacana przed realizacją. To sposób wsparcia produkcji filmowej przez CNC, którego celem jest wspieranie przede wszystkim debiutów niezależnych twórców produkcji fabularnych, animowanych i dokumentalnych. Finansowanie udzielane jest na podstawie opinii komitetów, w których zasiadają czołowi przedstawiciele branży, a ostateczną decyzję o przyznaniu wsparcia podejmuje przewodniczący CNC. Każdego roku na tego typu zaliczki przeznaczane jest 29 mln euro, z których korzysta około 60 filmów — średnio filmy otrzymują 500 tys. euro z tego mechanizmu. Zaliczka na poczet wpływów wypłacana przed realizacją wliczana jest do wsparcia publicznego produkcji, które nie może przekroczyć 50% budżetu filmu. Od tej zasady są jednak wyjątki: dla filmów „trudnych”, do których zaliczane są m.in. debiuty lub produkcje niskobudżetowe, wsparcie może być przyznane do limitu 60% kosztów produkcji, a w przypadku kiedy film zaliczany jest do produkcji „trudnych” lub niskobudżetowych, a dodatkowo nie kwalifikuje się do ulgi podatkowej, nawet 70%<sup>71</sup>.

<sup>68</sup> Tamże.

<sup>69</sup> Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles <http://www.ifcic.eu/> dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>70</sup> Centre National du Cinéma et de l'Image Animée [https://www.cnc.fr/web/en/funds/aide-aux-cinemas-du-monde\\_190870](https://www.cnc.fr/web/en/funds/aide-aux-cinemas-du-monde_190870) dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>71</sup> CNC, Avance sur recettes avant réalisation [https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/avance-sur-recettes-avant-realisation\\_191260](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/avance-sur-recettes-avant-realisation_191260), dostęp: 23 października 2023 r.

## System finansowania dłużnego

Uzupełnieniem wsparcia instytucjonalnego jest oferta rynku finansowego dla przemysłu filmowego. Jej dostępność oraz różnorodność często przyciągają międzynarodowe produkcje do danego kraju. Brak takiej oferty w Polsce powoduje, że produkcje realizowane na terenie naszego kraju muszą starać się korzystać z usług finansowych dostępnych na innych rynkach. Dla producentów jest to niewygodne, a dla całości gospodarki jest utraconą korzyścią — z jednej strony zysk z odsetek zasili inne państwo, a z drugiej część produkcji przeniesie się na rynki z łatwo dostępnym finansowaniem pomostowym.

### Węgry

Węgierski *tax rebate* może być pokryty z pożyczki gotówkowej. Zarówno brytyjskie, amerykańskie jak i węgierskie banki oferują pożyczki dla filmowców na sfinansowanie *tax rebate*. Dostępne są też wyspecjalizowane pożyczki na pokrycie kosztów VAT.

W 2022 r. amerykańska firma producencka działająca na Węgrzech Hero Squared uruchomiła linię kredytową z bankiem Citi, z której producenci mogą sfinansować zarówno 30% *tax rebate* jak i pokryć zwracane w późniejszym czasie koszty 27% VAT. Po utworzeniu tego instrumentu kredytowego niezależni producenci lub studia filmowe, które chcą realizować zdjęcia na Węgrzech, potrzebują 50% nakładów gotówkowych na swoje projekty. W 2021 roku firma udzieliła tego typu pożyczek o wartości 5 milionów dolarów<sup>72</sup>.

Inne firmy producenckie także uruchamiają własne usługi finansowe. Na przykład Korda Studio, jedna z najważniejszych instytucji produkcyjnych w węgierskim świecie filmowym, ukierunkowana na międzynarodową współpracę, od 2017 roku świadczy też usługi finansowe. Swoim klientom [głównie zagranicznym] oferuje usługi doradztwa finansowego, prawnego i podatkowego na rzecz produkcji kręconych na Węgrzech.

Od strony finansowej Korda Finance oferuje producentom dostęp do lokalnych banków zapewniających wstępne finansowanie lokalnego podatku VAT i 30% zwrot węgierskiego podatku filmowego, a także poprzez swoją sieć globalnych instytucji finansowych jest w stanie zapewnić przedsprzedaż i pożyczki pomostowe w zależności od potrzeb projektu<sup>73</sup>.

Koszty finansowania, w tym odsetki od kredytów, są kosztami kwalifikowalnymi do węgierskiego *tax rebate*.

Dzięki połączeniu systemu wsparcia państwowego z dostępnością komercyjnych kredytów pomostowych, Węgry stały się atrakcyjnym rynkiem do realizacji planów filmowych i wchodzenia w koprodukcje z lokalnymi podmiotami dla producentów zza granicy. Polska jako większy rynek miałaby tym bardziej szanse na przyciągnięcie zagranicznych twórców.

<sup>72</sup> Screen Daily, Michael Rosser, Hungary's Hero Squared launches lending facility with banker Citi <https://www.screendaily.com/news/hungarys-hero-squared-launches-lending-facility-with-banker-citi/5170944.article?referrer=RSS> dostęp: 23 października 2023 r.

<sup>73</sup> Źródło: The Hollywood Reporter, Nick Holdsworth, Hungary's Korda Studios Launches New Film Financing Service <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/hungarys-korda-studios-launches-new-film-financing-service-974223/> dostęp: 23 października 2023 r.

## Niemcy

W Niemczech istnieją regionalne podmioty wspierające produkcję filmową na terenie poszczególnych landów. Ich funkcjonowanie dopełniają instytucje z sektora finansowego, które pomagają producentom zachować płynność finansową. Czasami funkcję tę pełnią oddziały dużych banków komercyjnych, z reguły jednak finansowania pomostowego udzielają banki i fundusze, które mają doświadczenie filmowe. Producenci filmowi i telewizyjni z siedzibą w Brandenburgii i Berlinie lub niemieckie firmy produkcyjne, które realizują znaczną część swojego projektu w regionie medialnym Berlin-Brandenburgia mogą skorzystać z usług Banku Inwestycyjnego Kraju Związkowego Brandenburgia [z niem. *Investitionsbank des Landes Brandenburg*, w skrócie ILB] oraz Berlińskiego Banku Inwestycyjnego [z niem. *Investitionsbank Berlin*, w skrócie IBB]. Te instytucje oferują wspólnie wyspecjalizowane usługi dla producentów filmowych: mają zrozumienie niuansów finansowania publicznego oraz ekspertów z tej branży, którzy mogą ocenić projekty pod względem ekonomicznym i potencjału rynkowego. Jak mówią przedstawiciele ILB: „przy podejmowaniu decyzji kredytowej skupiamy się nie tylko na zdolności kredytowej firmy, ale także na finansowaniu projektu i ryzyku związanym z konkretnymi źródłami finansowania. Rating kredytowy producenta nie musi być dobry, aby uznać jego zdolność do spłaty kredytu w przypadku finansowania pomostowego, ponieważ kredyt ma zostać spłacony z już uzgodnionego finansowania projektu. Tak więc rzeczywiste ryzyko leży raczej w wypłacalności i gotowości do zapłaty partnerów zaangażowanych w finansowanie. W przypadku niemieckich instytucji wspierających finansowanie niezależnej produkcji filmowej<sup>74</sup> i niemieckich nadawców telewizyjnych nie ma wątpliwości; istnieją jednak również inne umowy finansowania z zagranicznymi partnerami lub firmami dystrybucyjnymi, w przypadku których ryzyko może pojawić się w indywidualnych przypadkach”.

Aby uzyskać takie finansowanie konieczne jest udokumentowanie standardowej polisy ubezpieczeniowej dla produkcji filmowej. To w zasadzie standard rynkowy – wszystkie instytucje finansowe będą oczekiwać od producenta filmowego zabezpieczenia w postaci ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej, obrażeń ciała, zniszczenia obrazu, dźwięku i nośników danych. Nie obejmuje on jednak ryzyka związanego z finansowaniem. W przypadku międzynarodowych i dużych filmów często zawarte jest *completion bond* (definicja w ramce na stronie 39), które zaspokajają potrzeby udokumentowania ubezpieczenia.

Warte podkreślenia jest, iż ILB i IBB rozumieją specyfikę branży i mają m.in. świadomość, że chociaż finansowanie filmu jest formalnie zamknięte po podpisaniu wszystkich umów to w praktyce jednak dzieje się to zazwyczaj już w trakcie kręcenia filmu, a czasem nawet później. ILB i IBB, mając ekspertów z doświadczeniem filmowym, może ocenić czy status finansowania jest już na etapie, który sprawia, że ostateczne zamknięcie finansowania wydaje się bezpieczne, tak aby można było wcześniej dokonać wypłaty pożyczki pomostowej.

“ Doświadczenie to musi być również wdrożone w ramach aparatu decyzyjnego banku, w przeciwnym razie decyzje są opóźniane, a producent może w rezultacie wpaść w kłopoty

— uważa przedstawiciel banku<sup>75</sup>

Przedstawiciele ILB i IBB podkreślają korzyści płynące z istnienia niedużej, wyspecjalizowanej w branży produkcji filmowej instytucji udzielającej finansowania pomostowego. Powstanie takiej instytucji w Polsce nie tylko ułatwiłoby realizację produkcji, ale też przyczyniłoby się do profesjonalizacji rynku.

<sup>74</sup> Na przykład instytucji wspierających rozwój kinematografii takich jak Medienboard Berlin-Brandenburg, czy Mitteldeutsche Medienförderung.

<sup>75</sup> Informacje pochodzą od zespołu mediowego ILB i IBB.

## Francja

Francja jako rynek aspirujący do miana serca europejskiej kinematografii, ma bogatą ofertę finansową i ubezpieczeniową dla producentów filmowych. Tamtejsze banki, a zwłaszcza BNP Paribas szczerą się współpracą z sektorem filmowym i traktują rozwój na tym rynku strategicznie. BNP Paribas stara się być aktywnym partnerem w branży filmowej, a więc jego zaangażowanie ma wymiar szerszy niż wsparcie festiwalu filmowych czy inwestowanie w pojedyncze produkcje.

Bank stworzył europejski zespół ponad 50 bankierów-ekspertów, którzy pracują nad rozwiązaniami finansowymi dla branży produkcji filmowej. We Francji zespół *Pôle Image et Médias* zajmuje się działaniami związanymi z finansowaniem produkcji filmowych i audiowizualnych. Prawie połowa wszystkich francuskich filmów otrzymuje bezpośrednio lub pośrednio finansowanie od BNP Paribas. BNP Paribas, za pośrednictwem swoich spółek zależnych Cofiloisirs i Cinécapital, uczestniczył w finansowaniu 17 filmów nominowanych do Cezara 2023 i 11 filmów nominowanych do Festiwalu Filmowego w Cannes 2023, z których jeden zdobył nagrodę "Palme d'Or": *Anatomie d'une chute* w reżyserii Justine Triet.

W 2018 roku BNP Paribas utworzył fundusz inwestycyjny, który wspiera młode talenty filmowe: spółka BNP Paribas Pictures została powołana, aby finansować i wchodzić w koprodukcję pierwszych filmów nowych talentów kina.

Poza granicami Francji BNP Paribas wspiera filmowców z Włoch i Belgii poprzez utworzenie dedykowanej usługi kredytu na produkcję filmową BNL Artigiancassa "Rete Temporanea d'Impresa" w 2007 roku oraz BNP Paribas Fortis Film Fund w 2008 roku.

BNP Paribas jest dużym, uniwersalnym bankiem. Na rynku francuskim od dawna jednak funkcjonują wyspecjalizowane podmioty, których oferta skierowana jest jedynie do rynku audiowizualnego. Jedną z najpopularniejszych instytucji tego typu jest Cofiloisirs, z którego usług korzystają też polscy producenci filmowi. Przez 50 lat wsparła usługami finansowymi ponad 3000 filmów i seriali. Cofiloisirs pracuje nad filmami fabularnymi, serialami telewizyjnymi, animacjami i dokumentami i może zaangażować się na każdym etapie projektu.

Do 2021 roku bank BNP Paribas posiadał 46% udziałów w tej spółce. Od 2022 roku posiada 100% udziałów. BNP Paribas przejął też kontrolę nad Cinécapital, specjalistyczną firmą konsultingową należącą w 100% do Cofiloisirs. Transakcja ta sprawiła, że BNP Paribas zyskał specjalistyczne kompetencje i możliwości w zakresie finansowania firm z sektora mediów. To strategiczny ruch banku, który w sektorze produkcji filmowej widzi potencjał rozwoju i w ten sposób chce umocnić swoją pozycję.

Przykład Cofiloisirs pokazuje, że wyspecjalizowana firma pożyczkowa może efektywnie i profesjonalnie wspierać rynek produkcji filmowej, a jednocześnie być atrakcyjna inwestycyjnie dla dużego banku uniwersalnego. Polskie banki również mogłyby zaangażować się kapitałowo w specjalistyczny podmiot oferujący finansowanie, dzięki czemu nie musiałyby same tworzyć nowych kompetencji, a mogłyby czerpać zyski z obecnie niezagospodarowanej części rynku.

# 80%

producentów doświadczyło  
problemów z płynnością finansową





# Postrzeganie sektora produkcji audiowizualnej przez polskie instytucje finansowe

W toku badania przeprowadzone zostały wywiady pogłębione z przedstawicielami banków, a także rozesłane oficjalne zapytania do rzeczników prasowych instytucji finansowych. Wnioski w niniejszym rozdziale sformułowane zostały na podstawie metod jakościowych.

Dotychczasowa analiza desk research wskazuje, iż zasadniczo banki nie kredytują produkcji filmowej, nie udzielają kredytów, których gwarancją byłoby dofinansowanie z PISF lub funduszu regionalnego, oraz niezwykle rzadko udzielają kredytów obrotowych firmom producenckim. Ponadto, producentom filmowym polskie banki nie udzielały kredytów z gwarancjami BGK Kreatywna Europa — na takie finansowanie miały szansę np. firmy zajmujące się oprogramowaniem lub działalnością związaną z przedstawieniami artystycznymi. Według osób, które pracowały przy tym programie, banki nie miały oferty dla tak wąsko zdefiniowanej branży, zatem pomimo istnienia gwarancji nie przyznawały finansowania<sup>76</sup>.

“ Firmy z branży produkcji filmowej mogą ubiegać się o finansowanie w naszym banku i jak wszystkie inne podmioty podlegają ocenie pod względem zdolności kredytowej. Na ten moment procedura przyznawania kredytów dla przedstawicieli tego sektora jest taka sama, jak w przypadku innych branż

— odpowiedź Biura Prasowego jednego z mniejszych banków komercyjnych

Przy tej samej procedurze przyznawania kredytów co w innych branżach, dla banków problem stanowi specyfika sektora produkcji filmowej. Przepływy pieniężne w trakcie produkcji są nieregularne, a powodzenie projektu zależy od zmiennych, których zautomatyzowana analityka bankowa nie jest w stanie wychwycić. W dodatku banki nie traktują dotacji jako bazy zdolności kredytowej — dotacja jest traktowana jako finansowanie dodatkowe, podobnie jak w innych branżach. Zdolność kredytowa liczona jest na podstawie dwóch ostatnich lat działalności firmy i najbardziej ceniona jest stabilność — bazą jest pomiar rentowności na poziomie średniomiesięcznym.

Specyfiką przepływów pieniężnych w produkcji filmowej jest to, że przez kilka lat tylko wydajemy środki, aby dopiero po zakończeniu przedsięwzięcia zobaczyć pierwsze wpływy i zyski. Nawet, jeżeli spółka istnieje na rynku wiele lat i produkuje na raz kilka filmów, to okresy zdjęciowe mogą zdestabilizować *cash flow*, w ramach którego wpływy i zyski z poprzednich produkcji mogą nie wystarczyć na pokrycie wydatków związanych z produkcją bieżącą.

Dotacja lub zachęta z PISF oraz dofinansowanie z funduszy regionalnych wypłacane jest warunkowo — producent musi dobrać do danego etapu rozwoju projektu filmowego lub poprawnie rozliczyć wydatki. Z punktu widzenia banku nie ma więc gwarancji wypłaty tych pieniędzy. Dodatkowo, w przypadku zachęt konto w BGK, na które przelewane są środki PISF nie może podlegać cesji. Jedynym rozwiązaniem tego problemu jest tzw. cicha cesja, która z kolei nie jest korzystna dla banku<sup>77</sup>.

“ Branża filmowa stanowi dla Banku branżę podwyższonego ryzyka, stąd każdy wniosek jest analizowany bardzo szczegółowo i podlega indywidualnej ocenie przez odpowiednie komórki Banku

— odpowiedź Biura Prasowego średniej wielkości banku komercyjnego

Częstą barierą w ubieganiu się o kredyt w banku jest także to, że branża produkcji filmowej traktowana jest jako branża podwyższonego ryzyka. Polityka kredytowa niektórych instytucji z góry wyklucza możliwość przyznania finansowania podmiotom z tej branży. Jeśli jednak istnieje taka możliwość, to z rozmów z bankowcami wynika, że każdy przypadek musi być rozpatrzony indywidualnie i wymaga od pracownika banku zaangażowania i samodzielnego dokształcenia się. Podjęcie zatem próby przyznania takiego kredytowania jest czasochłonnym i pracochłonnym ryzykiem. Większość banków woli zająć się branżami, których modele biznesowe są bardziej wystandaryzowane, a zatem dla banków pewne i wpisujące się w automatyczną analizę ryzyka.

<sup>76</sup> Opinia pozyskana podczas wywiadu pogłębionego.

<sup>77</sup> Cichej cesji w odróżnieniu od zwykłej cesji bank nie może odpisać do rezerwy obowiązkowej.

Dodatkowo, banki nie prowadzą analiz na temat branży filmowej i bankowcy przyznają, że nie wiedzą, jaki ma wpływ na gospodarkę czy też jakie przynosi korzyści dla rynku pracy<sup>78</sup>. W rozmowach z bankowcami pracującymi z sektorem przedsiębiorstw po kilkanaście lub kilkadziesiąt lat często słyszeliśmy, że w swojej karierze nie spotkali się z sektorem produkcji filmowej. Nikt z biorących udział w badaniu bankowców w zasadzie nie miał świadomości istnienia charakterystycznych dla branży filmowej instrumentów finansowych takich jak ubezpieczenia od pewnych zdarzeń związanych z realizacją filmu w związku z np. niepojawieniem się na planie głównego aktora.

### Case study: kredyt pod zachętę

W tym roku 2023 roku duży bank w Polsce udzielił kredytowania pod dofinansowanie z PISF w postaci zachęty. Przedstawiciel banku, który prowadził sprawę, przyznał, że udzielenie kredytu było jego indywidualną decyzją umotywowaną m.in. tym, że zna i lubi branżę produkcji filmowej. Podstawą była znajomość klienta i jego doświadczenie w branży filmowej — to dawało gwarancję, że projekt ujrzy światło dzienne. Dodatkowo, niezwykle istotna była współpraca z klientem w zakresie udostępniania bankowi dokumentów i wyjaśniania charakterystyki projektu oraz otwartość banku do poszerzania wiedzy o branży filmowej — klient musiał wyjaśnić specyfikę wielu zagadnień finansowych i branżowych, aby bank mógł zrozumieć jak oszacować ryzyko.

Dla banku żadnego znaczenia nie miało ubezpieczenie — równie dobrze mogłoby w ogóle nie istnieć. Dodatkowo, bank musiał założyć, że spłata kredytu nie będzie odbywać się standardowo w ratach miesięcznych, a nastąpi dopiero w momencie wypłaty zachęty ze strony PISF. Dla bezpieczeństwa dodano duży margines na opóźnienie w wypłacie, które stało się standardem. Ze strony banku to nietypowe ustępstwa.

“ Do jednego przypadku podeszliśmy indywidualnie, ale nie będzie stworzonych specjalnych procedur dla tej branży. Ktoś musiałby się na tym znać, a w bankach nie pracują specjaliści od branży filmowej

— mówi przedstawiciel dużego banku w Polsce

Przyznanie kredytu pod dofinansowanie z zachętą odbyło się na końcowym etapie produkcji, co naturalnie zmniejszyło ryzyko. Wymagało zarówno od banku jak i kredytobiorcy ponadstandardowego zaangażowania pod względem czasu i uwagi. Stąd należy podejść z dużą ostrożnością w traktowaniu zdarzenia polegającego na udzieleniu kredytu „pod zachętę” jako nowego trendu w bankowości.

W Polsce istnieje usystematyzowany standard oceny ekonomicznej przedsięwzięcia jakim jest produkcja filmu fabularnego. Dokonują jej fundusze regionalne, które muszą ocenić nie tylko wartość kulturową i dla regionu, ale też promocyjną, frekwencyjną i ekonomiczną — fundusze regionalne biorą udział w schemacie *recoupment*. Są więc wyspecjalizowanymi profesjonalnymi podmiotami, które są w stanie ocenić realne szanse na zamknięcie budżetu, dokończenie filmu, a także jego potencjał rynkowy.

Każdy fundusz regionalny ma swoje *know-how* i wypracowane standardy. Na przykładzie najmłodszego z nich — Gdańskiego Funduszu Filmowego przedstawiona zostanie procedura oceny filmu.

Najpierw sprawdzana jest zgodność dokumentów z wymaganiami. Aby móc aplikować o dotację, producent musi wykazać, że zdołał zgromadzić już 50% budżetu filmu oraz udowodnić, że jego rachunki bankowe nie są obciążone. W pierwszej kolejności oceniany jest scenariusz, dorobek twórców, kto jest w obsadzie, a więc wartość artystyczna i potencjał frekwencyjny. W dalszej kolejności ocenie podlega potencjalny zysk dla funduszu, zgodność scenariusza z budżetem oraz prawdopodobieństwo „dopięcia” pozostałej części budżetu. Wszystkich ocen dokonują doświadczeni filmowcy — zapraszani są jako eksperci zewnętrzni do udziału w ocenie artystycznej i frekwencyjnej, a także ekonomicznej. Dzięki temu wszystkie niezgodności scenariusza z budżetem zostają wychwycone — czasem są to detale, na które osoby spoza branży nie zwróciliby uwagi, a które wprowadzają rozbieżność i stanowią zagrożenie budżetowe. Kluczem do sukcesu jest więc dobór fachowców oceniających projekt.

<sup>78</sup> Wniosek na podstawie wywiadów pogłębionych z bankowcami oraz zapytań wysłanych do rzeczników prasowych instytucji.

# Rynek dla kredytów i pożyczek w sektorze produkcji audiowizualnej

Oszacowanie potencjalnego rynku kredytów i pożyczek dla producentów filmów zostało przeprowadzone dla kredytowania drugiej transzy dotacji z PISF oraz zachęt. Uwaga — obliczenia uwzględniają jedynie potencjalne zainteresowanie tego typu usługami. Ostateczne przyznanie kredytu zależy od oceny zdolności kredytowej i decyzji banku.

## Kredyty pod dotacje i zachęty

Do oszacowania potencjału rynkowego wyliczono średnią roczną sumę dotacji PISF dla filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych<sup>79</sup>. Uwzględniając, że pierwsza transza w wysokości 70% wypłacana jest po podpisaniu umowy, a druga — 30% po złożeniu raportu z całości wydatków uznać można, że 30% całości

budżetu będzie potencjalnie mogło podlegać finansowaniu poprzez kredyt pomostowy. Do oszacowania rynku kredytów pod zachęty [cash rebate] wyliczono średnią roczną kwotę przyznawaną w ten sposób twórcom na podstawie danych od początku istnienia tego mechanizmu wsparcia [od 2019 roku].

Należy pamiętać, że wskazane obliczenie — tj. średnioroczne zapotrzebowanie w wysokości 107,2 mln złotych, jest minimalną kwotą wskazującą na potencjalne zainteresowanie finansowaniem pomostowym dla dotacji i zachęt. Nie uwzględnia ono innych potrzeb producentów w zakresie finansowania, w związku z tym potencjalny popyt na kredyt w sektorze produkcji audiowizualnej może być wyższy.

Tabela 4. Łączne kwoty dotacji przyznawanych przez PISF w poszczególnych latach dla filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych przyznawanych oraz średnia kwota dotacji z ostatnich 5 lat<sup>80</sup>

Rok	2018	2019	2020	2021	2022	Suma	Średnia
Suma dofinansowania w danym roku	57 411 390	63 273 940	64 061 869	67 032 468	105 509 901	357 289 568	<b>71 457 913,60</b>

Tabela 5. Łączne kwoty zachęt (cash rebate) przyznawanych przez PISF w poszczególnych latach oraz średnia kwota zachęt z ostatnich 4 lat<sup>81</sup>

Rok	2019	2020	2021	2022	Suma	Średnia
Suma przyznanych zachęt w danym roku	51 215 766	85 271 108,17	93 700 000	112 744 273,75	342 931 147,92	<b>85 732 786,98</b>

Tabela 6. Estymacja potencjału rynkowego dla kredytów pod dotacje i zachęty PISF

Średnia dotacji PISF dla filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych przyznawanych na rok z ostatnich 5 lat	30% średniej sumy dotacji PISF dla filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych (druga transza wypłacana po realizacji filmu)	Średnia przyznanych przez PISF zachęt (cash rebate) na rok od początku istnienia (ostatnie 4 lata)	Oszacowanie wielkości rynku: 30% sumy dotacji PISF dla filmów fabularnych i animowanych [kolumna 2] plus średnia przyznanych przez PISF zachęt [kolumna 3]
<b>71 457 913,60 zł</b>	<b>21 437 374,10 zł</b>	<b>85 732 786, 98 zł</b>	<b>107 170 161, 08 zł</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PISF

<sup>79</sup> Obliczenia własne na podstawie danych PISF.

<sup>80</sup> Dane: PISF.

<sup>81</sup> Dane: PISF za 2019 r., 2020 r. i 2022 r. oraz UOKiK za 2021 r.

## UBEZPIECZENIA W PRODUKCJI AUDIOWIZUALNEJ

W sektorze produkcji audiowizualnej mamy także wyspecjalizowane ubezpieczenia. W branży filmowej standardem powinno być wykupienie polisy Wszystkich Ryzyk Produkcji Filmowej, której podstawą jest ubezpieczenie nośnika tzn. jeśli cokolwiek stanie się z nagraniem materiałem (np. ktoś go niechcący wykasuje) ubezpieczyciel pokryje straty. Do tej polisy dokładane są kolejne elementy związane z planem filmowym:

- niepojawienie się kluczowych osób na planie — w polisie muszą takie osoby zostać wymienione z imienia i z nazwiska; zazwyczaj są to główni aktorzy, reżyser i operator,
- koszty dodatkowe, które mogą wynikać m.in. z odwołania dnia zdjęciowego z powodu takich szkód jak np. niedostępność lokalizacji — do tego zalicza się np. powódź czy sztorm,
- oraz wszelkie inne ubezpieczenia: sprzętu filmowego, dekoracji i rekwizytów, pojazdów na planie grających rolę w filmach, za mienie powierzone, odpowiedzialność cywilną producenta, odpowiedzialność cywilną wobec lokalizacji.

Takie ubezpieczenie, obok solidnie skonstruowanego budżetu oraz kompozycji źródeł finansowania jest jednym z gwarantów ukończenia filmu.

W wielu krajach standardem przy udzielaniu finansowania jest okazanie przez producenta polisy obejmującej konkretne zdarzenia (w zależności od wymogów danej instytucji).

Dodatkowo, normą na rynku międzynarodowym stała się polisa zabezpieczająca przed roszczeniami wszystkich osób, których prawa nie zostały zabezpieczone: tzw. polisa E&O (Errors & Omission) obejmująca np. prawa do wizerunku, prawa do muzyki, prawa do scenariusza itp. Wcześniej przeprowadzany jest *clearance* — prawniczy audyt w zakresie zabezpieczenia praw — na wypadek, gdyby nie wszystkie prawa zostały zabezpieczone, każdy dystrybutor zagraniczny wymaga od producenta przedstawienia takiego ubezpieczenia. Zatem każdy, kto myśli o dystrybucji zagranicznej swojego dzieła, musi taką polisę wykupić — jest ona więc papierkiem lakmusowym eksportu polskich produkcji filmowych.

“ Kiedyś robiłyśmy tych polis trzy rocznie, teraz trzy miesięcznie

— mówi nam przedstawicielka firmy od wielu lat ubezpieczającej produkcję filmową<sup>82</sup>

<sup>82</sup> Informacje w ramce pochodzą z wywiadu pogłębionego z ubezpieczycielem wyspecjalizowanym w usługach dla polskiego rynku produkcji audiowizualnej.

# Postulaty branży produkcji filmowej

Oprócz kredytów pomostowych pod dotacje i zachęty, producenci filmowi zgłaszają wiele innych potrzeb. To m.in. finansowanie pomostowe „dziury VAT”, której przykład został opisany we wcześniejszym fragmencie raportu. Na tego typu usługi, wprost nazwane finansowaniem VAT w produkcji filmowej, mogą liczyć m.in. producenci na Węgrzech.

Oszacowania branży wskazują, że w przypadkach dużych produkcji różnice w opodatkowaniu VAT przychodów i rozchodów mogą okresowo powodować potrzebę pokrycia nawet 2 mln zł. Do obliczenia rocznego zapotrzebowania na finansowanie pomostowe „dziury VAT” producentów, którzy posiłkują się dotacjami i zachętami PISF został przyjęty budżet filmu w wysokości 10 milionów zł, w którym 50% przychodów stanowi finansowanie publiczne<sup>83</sup>, nieuwzględniające VAT. Założone zostało, że w produkcji 70% kosztów stanowią koszty z VAT. Wynika to z tego, że znaczna część podwykonawców prowadzi działalność gospodarczą i rozlicza się na podstawie faktury VAT.

Finansowanie pomostowe filmów korzystających z zachęt i dotacji PISF to jedynie część potencjalnego rynku usług finansowych przeznaczonych dla branży produkcji audiowizualnej. Oprócz wspomnianych przedsięwzięć, realizowane są projekty dla serwisów streamingowych i telewizji, które także potrzebują finansowania. Każde z przedsięwzięć negocjowane jest indywidualnie, a umowy objęte tajemnicą handlową, stąd wszelkie szacunki tego rynku mogłyby okazać się niemiernodajne.



<sup>83</sup> Oszacowanie na podstawie wiedzy eksperckiej Kamila Przełęckiego.

<sup>84</sup> Oszacowanie na podstawie wiedzy eksperckiej Kamila Przełęckiego, przy założeniu dużej produkcji, przy której pracują doświadczeni specjaliści, którzy najczęściej są spółkami lub prowadzą jednoosobową działalność gospodarczą.

<sup>85</sup> Przyjęte dla estymacji.



# Podsumowanie

Kraje, które wspierają przemysł filmowy cieszą się nie tylko prestiżem związanym z „czerwonym dywanem”: nagrodami, festiwalami, rozpoznawalnością twórców czy miejsc, ale też z zyskami pochodzącymi z organizacji międzynarodowych produkcji oraz dobrej jakości i ciekawymi miejscami do pracy. Do tego dochodzi pobudzenie lokalnej kultury ze względu na obecność filmowców oraz możliwości związane ze współtworzeniem filmów. Przedsiębiorcy z każdej branży potrzebują wsparcia, aby móc utrzymać w ryzach *cashflow*, a w przypadku sektora produkcji filmowej to szczególnie ważne ze względu na wyjątkowo kluczowy okres zdjęciowy, w którym na przestrzeni kilku tygodni potrzebne są miliony złotych.

**Na istotnych dla branży rynkach w Europie filmowcy mogą liczyć na wsparcie nie tylko ze strony banków, ale przede wszystkim od wyspecjalizowanych podmiotów, które rozumieją specyfikę branży.**

Bardzo często takie instytucje wspierane są kapitałowo przez banki, jednak — ze względu na indywidualny charakter analizy przedsięwzięć z branży filmowej — stanowią osobną jednostkę.

Polska jako duży kraj w Europie, cieszący się stabilnym systemem zachęt oraz silnym sektorem produkcji filmowej nie powinna zostawiać kwestii finansowania pomostowego zagranicznym podmiotom lub nieoficjalnym pożyczkom od znajomych, rodziny i przyjaciół. To szkodzi wizerunkowi branży i skłania zagranicznych inwestorów do organizowania zdjęć w innych krajach naszego regionu, np. na Węgrzech.

W Polsce istnieje niezagospodarowany rynek pożyczek pomostowych dla branży filmowej, na którym mogłyby skorzystać banki oraz ogromny potencjał dla wyspecjalizowanej instytucji. Banki nie udzielają finansowania producentom m.in. z uwagi na brak doświadczenia we współpracy z branżą, co tworzy pewnego rodzaju błędne koło. W naszym kraju jest miejsce dla podmiotu (np. funduszu, banku inwestycyjnego, czy pożyczkodawcy), który komercyjnie i wszechstronnie zajmowałby się wsparciem finansowym przeznaczonym dla producentów filmowych. Taki podmiot powinien skupiać się na ocenie ekonomicznej produkcji audiowizualnej, aby efektywnie oferować finansowanie pomostowe.

Banki i inne spółki giełdowe mogłyby być zaangażowane finansowo w taką instytucję, co wiązałoby się z wypełnianiem przez nie celów ESG. Pojawienie się takiego podmiotu w Polsce wzmocniłoby jej prestiż, renomę i wizerunek jako kraju, w którym sektor produkcji filmowej jest stabilny i profesjonalny, a bankom i innym spółkom giełdowym stworzyłoby możliwość uzyskiwania dochodów z włączenia się kapitałowego we wspieranie kultury audiowizualnej.





# Metodyka badania

Celem opracowywania raportu jest zbadanie kondycji polskiego rynku produkcji audiowizualnej oraz głównych wyzwań związanych z finansowaniem sektora produkcji audiowizualnej w Polsce. Badanie zostało zrealizowane w okresie lipiec-październik 2023 roku. W ramach prac wykorzystaliśmy różnorodne metody i źródła danych, których założenia opisane są poniżej.

## Analiza jakościowa i ilościowa

Analiza jakościowa oparta była na badaniu desk research (badanie gabinetowe) w zakresie głównych trendów i liczb określających pozycję Polski na globalnym i europejskim rynku produkcji audiowizualnej w zakresie m.in. przychodów branży, zatrudnienia, wielkości produkcji filmowej czy liczby widzów w kinach. Wykorzystano opracowania i bazy danych Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (m.in. opracowanie *Marche du Film — Focus 2023* oraz *Yearbook 2022/2023. Key trends*), dane Eurostat (*Structural Business Statistics* — dane Głównego Urzędu Statystycznego (m.in. opracowania *Kultura i dziedzictwo narodowe w 2022 roku*, *Przemysły kultury i kreatywne w 2021 roku* czy *Kinematografia w 2022 roku*) oraz dane Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (m.in. publikowane dane dotyczące dofinansowanych przez PISF projektów, a także prowadzone badania nt. rynku filmowego). Do członków zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych rozesłano także zapytanie o dane w zakresie m.in. wielkości produkcji, budżetów produkcji czy generowanych przychodów. Dla zobrazowania prognoz rozwoju rynku wykorzystano m.in. badanie *PwC Global Entertainment, Media & Telecommunications Outlook 2023-2027* przedstawiające prognozy rozwoju rynku kinowego w perspektywie kolejnych 5 lat. Pomocniczo, dla określenia wpływu branży audiowizualnej na polską gospodarkę wykorzystano także model Input-Output oparty na tablicach przepływów międzygałęziowych udostępnianych przez Główny Urząd Statystyczny.

## Badanie CAWI (*Computer-Assisted Web Interview*) — ankieta internetowa

Na przełomie sierpnia i września 2023 roku wśród podmiotów zrzeszonych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych zrealizowano badanie CAWI — ankietę internetową. Celem ankiety było poznanie doświadczeń producentów filmów i seriali w Polsce w związku z realizacją produkcji treści audiowizualnych, w tym głównych trendów obserwowanych na rynku, przeszkód dla rozwoju branży oraz wyzwań związanych z finansowaniem produkcji. Ankieta składała się z 22 pytań. W ankiecie zebrano 59 odpowiedzi.

## Wywiady pogłębione z producentami filmowymi oraz instytucjami finansowymi

W toku realizacji prac przeprowadzono w sumie 17 wywiadów pogłębionych (IDI — *In-Depth Interviews*) — 12 wywiadów z przedstawicielami sektora produkcji audiowizualnej oraz 5 wywiadów pogłębionych z przedstawicielami instytucji finansowych. Przesłano także zapytania do rzeczników prasowych banków. Wywiady te miały na celu pogłębienie wniosków zebranych na podstawie analizy desk research oraz w badaniu CAWI i pozwoliły na poznanie perspektyw dwóch stron — producentów audiowizualnych oraz sektora finansowego.

## Analiza benchmarkingowa (porównawcza)

Analiza benchmarkingowa (porównawcza) miała na celu porównanie systemu wsparcia publicznego oraz finansowania dłużnego funkcjonujących w różnych krajach europejskich z systemem polskim. Przeprowadzono porównanie z 5 krajami (Irlandią, Włochami i Francją dla finansowania publicznego oraz Węgrami, Niemcami i Francją dla finansowania dłużnego). Analiza benchmarkingowa była jednym ze źródeł dla rekomendacji przedstawionych w raporcie.

# Autorzy raportu

## Opracowanie merytoryczne raportu

---

Zespół doradztwa dla sektora publicznego  
i analiz ekonomicznych PwC Polska:

**Dr Dionizy Smoleń**, partner

**Dr Paweł Oleszczuk**, wicedyrektor

**Julia Otwinowska**, starsza konsultantka

**Maria Szurowska**, ekspertka

## Koordinacja prac

---

**Maciej Dydo**, dyrektor KIPA

## Nadzór merytoryczny

---

**Irena Strzałkowska**, prezeska KIPA

**Piotr Belka**, członek zarządu KIPA

**Kamil Przetęcki**

**Alicja Grawon-Jaksik**



Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z programu Rozwój Sektorów Kreatywnych

Ministerstwo Kultury  
i Dziedzictwa Narodowego



Partnerzy:



Raport objęty patronatem Zarządu Związku Banków Polskich



Niniejszy raport został przygotowany wyłącznie w celach ogólnoinformacyjnych i nie stanowi profesjonalnej porady. Nie powinni Państwo opierać swoich działań lub decyzji na treści informacji zawartych w tym raporcie bez uprzedniego uzyskania profesjonalnej porady. Ponadto, w zakresie przewidzianym przez prawo polskie, PwC Advisory spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., jej partnerzy, pracownicy, ani przedstawiciele nie podejmują wobec Państwa ani innych osób żadnych zobowiązań oraz nie przyjmują na siebie żadnej odpowiedzialności — ani umownej, ani z żadnego innego tytułu — za jakiegokolwiek straty, szkody ani wydatki, które mogą być pośrednim lub bezpośrednim skutkiem działań lub decyzji podjętych na podstawie informacji zawartych w niniejszym raporcie.

© Wszystkie prawa zastrzeżone. W tym dokumencie nazwa "PwC" odnosi się do PwC Advisory spółki z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. — firmy wchodzącej w skład sieci PricewaterhouseCoopers International Limited, z których każda stanowi odrębny i niezależny podmiot prawny.