



Education and Culture



Správa o činnosti v roku 2011 Kancelária MEDIA Desk Slovensko

Úvod

Kancelária MEDIA Desk Slovenská republika vznikla na základe Memoranda o porozumení medzi Slovenskou republikou a Európskou úniou v roku 2003, riadi ju Európska komisia–Výkonná agentúra pre vzdelávanie a kultúru EACEA (riaditeľ Constantin Daskalakis) a riaditeľstvo MEDIA, súčasť GR Vzdelávanie a kultúra (riaditeľka Aviva Silver).

Sídlom kancelárie a tiež právnym subjektom, zastrešujúcim jej činnosť, je od 1. januára 2006 (podľa dohody medzi Európskou komisiou, Ministerstvom kultúry SR a Slovenským filmovým ústavom, a na základe príkazu ministra kultúry a delimitačného protokolu), **Slovenský filmový ústav**. Na základe všeobecných podmienok Európskej komisie pre fungovanie kancelárií MEDIA Desk vypracúva riaditeľ kancelárie akčný plán a rozpočet na každý kalendárny rok, oboje schvaľuje Európska komisia a následne zapracúva do zmluvy o poskytnutí grantu na činnosť kancelárie.

V roku 2011 pokračovala kancelária MEDIA Desk, na základe schváleného akčného plánu a rozpočtu, v plnení úloh, definovaných v rozhodnutí Európskej komisie o poskytnutí grantu: poskytovala informácie o programe MEDIA všetkým záujemcom bez rozdielu, poskytovala konzultácie uchádzačom o podporu z programu a tiež vyvíjala aktivity, smerujúce k hlbšiemu začleneniu slovenských profesionálov v audiovizii do európskeho priestoru.

Slovenské subjekty v audiovizii získali za rok 2011 z programu MEDIA podporu v celkovej výške 474 408.- EUR, v rámci nepriamej podpory z **Europa Cinemas získalo 19 slovenských kín**, ktoré sú aktuálnymi členmi siete, podporu **vo výške 162 000.- EUR**.

Celková podpora bola spolu 636 408.- EUR, čo je druhá najvyššia suma podpory, odkedy je Slovenská republika členským štátom MEDIA. Celková úspešnosť uchádzačov o podporu ostáva naďalej pomerne vysoká, **podiel úspešných žiadateľov je 68,75 %**. Tabuľka s prehľadom podporených subjektov je prílohou k Správe.

Informačné aktivity

Kancelária permanentne distribuovala informácie o programe MEDIA, nových výzvach, formulároch, výsledkoch najrôznejších schém, tréningových programoch a ďalšie doplňujúce informácie o európskom audiovizuálnom trhu prostredníctvom rôznych komunikačných kanálov: **emailom** (celkový počet rozposlaných emailov je približne 12 0000) a **cez internet** (celkový počet aktualizácií **webovej stránky** www.mediadeskslovakia.eu je za rok 2011 270, počet aktualizácií stránky kancelárie na **Facebooku** bol 330. Počet návštev webovej stránky bol za rok 2011 13 110 (pre porovnanie v roku 2010 to bolo 12 169 návštev), rovnako **distribúciou tlačených materiálov**, či už vydaných kanceláriou MEDIA Desk, alebo inými subjektmi (najmä európskymi tréningovými programami).

MEDIA info



Education and Culture



V mesačníku **film.sk** sme pokračovali v uverejňovaní informačných článkov o aktualitách v programe (11 článkov). Publikovali sme tiež 1 číslo tlačeneho **informačného bulletinu MEDIA Info** (náklad 300 kusov), bulletin sme rozposlali všetkým subjektom v slovenskej audiovizii, riaditeľstvu programu MEDIA Brusel a všetkým kanceláriám MEDIA Desk, navyše sme bulletin distribuovali na najdôležitejších domácich festivaloch a filmových udalostiach.

Ťažisko informačných materiálov sa výrazne posunulo k **elektronickým informačným kanálom** – kancelária pokračovala vo vydávaní a distribúcii **elektronického newslettera**, za rok 2011 publikovala kancelária celkom 38 čísiel.

Kancelária pokračovala v aktualizovaní svojej **databázy slovenských subjektov v audiovizii**, má ich v súčasnosti k dispozícii viac než 600, pri aktualizácii vychádzame aj z nových údajov na iných webových stránkach (www.aic.sk, www.avf.sk) .

Kancelária poskytovala **technické poradenstvo** pre slovenské i medzinárodné subjekty v audiovizii, a to formou stretnutí na najrôznejších fórach (či už priamo v kancelárii, na osobných stretnutiach, na seminároch, workshopoch a počas veľkých európskych audiovizuálnych trhov, v stánku MEDIA v Berlíne, v Cannes a na festivale IDFA v Amsterdame. Počet konzultácií pre slovenské subjekty za rok 2011 dosiahol číslo 130.

Riaditeľ kancelárie mal počas roku 2011 niekoľko pracovných stretnutí s predstaviteľmi Ministerstva kultúry Slovenskej republiky (štátna tajomníčka Natália Cehláriková, generálni riaditelia sekcií MK Nataša Slavíková, Stanislav Vallo), pôsobil ako poradca Ministerstva pre program MEDIA, mal konzultácie s orgánmi Audiovizuálneho fondu (Martin Šmatlák, členovia Rady AVF) a pôsobil ako poradca pre Audiovizuálny fond v oblasti vypracovania nových zásad hodnotenia projektov. Kancelária rovnako úzko spolupracuje s ďalšími inštitúciami – Úrad vlády Slovenskej republiky (kancelária EuroInfo), Informačná kancelária Európskeho parlamentu v Slovenskej republike, alebo so Stálym zastúpením Európskej komisie v Slovenskej republike (minifestival Európskeho filmu 7x7). Riaditeľ kancelárie mal takisto pomerne intenzívne konzultácie so slovenským Kultúrnym kontaktným bodom.

Publikácie

Kancelária vydala už tradične komplexný súhrn informácií o stave slovenskej audiovizie pod názvom **Správa o stave slovenskej audiovizie 2010** v náklade 600 kusov v slovenčine (verzia pre web) a v angličtine (Správa je prioritne určená pre zahraničné spoločnosti, organizácie a inštitúcie). V **18 kapitolách** (Úvod, Legislatíva, Filmové školstvo, Produkcia, Slovenský audiovizuálny fond, Literárny fond, MEDIA, Eurimages, Kinodistribúcia, Videodistribúcia, Kiná, Filmové kluby, Festivaly a prehliadky, Ocenenia slovenských filmov a filmárov na Slovensku, Ocenenia slovenských filmov a filmárov v zahraničí, Slovenský filmový ústav, Televízia a Kontakty) prináša Správa detailné informácie o všetkých aspektoch slovenského audiovizuálneho priemyslu. Správa mala svoju medzinárodnú premiéru na Marché du film v Cannes a bola to ako vždy premiéra úspešná. Správa je medzinárodne renomovaným materiálom, z ktorého čerpajú i medzinárodné inštitúcie ako Media Salles alebo European Audiovisual Observatory .



Education and Culture



Semináre, workshopy, podujatia

Kancelária organizovala (spolu so susediacimi kancelárkami MEDIA Desk Rakúsko, Česká republika a Maďarsko a s ďalšími inštitúciami a organizáciami) nasledujúce **workshopy, semináre a podujatia**:

- **MEDIA Development** (14. marec 2011, VŠMU), kolegyňa z EACEA Development z Bruselu, Eva Ntafitsopoulou, informovala detailne o možnostiach získania podpory z MEDIA Development (Podpora vývoja projektov).
- **Digitálny vek kín** (15. apríl, Praha) – spoluorganizátor, hlavným organizátorom bola MEDIA Desk Česká republika
- Kancelária MEDIA Desk Slovensko bola spoluorganizátorom (s Úradom vlády SR, spoločnosťou Continental Film a so Stálym zastúpením Európskej komisie v SR) **minifestivalu európskeho filmu 7x7**, festival sa konal v termíne 13. 4. – 1. 6., v jeho rámci bolo uvedených 7 európskych filmov, podporených z programu MEDIA v 7 slovenských mestách (Bratislava, Nitra, Trenčín, Žilina, Poprad, Prešov a Košice). Celková návštevnosť na všetkých premietaniach bola 2 670 divákov.
- 9. a 10. septembra sa v Piešťanoch uskutočnil seminár a workshop **Koprodukovanie dokumentárnych filmov v Európe**, organizátorom bola naša kancelária, spoluorganizátorom European Documentary Network, medzinárodná asociácia producentov dokumentárnych filmov so sídlom v Kodani. Zástupcovia renomovaných spoločností (EDN – Ove Rishøj Jensen, ARTE – Peter Gottschalk a Stefan Kloos – Kloos and Co Medien) informovali v prvej časti workshopu mladých producentov dokumentárnych filmov o možnostiach európskych koprodukcí a o koprodukovaní s renomovanými TV vysielateľmi, na druhý deň poskytli konzultácie pre vybrané projekty. S prípadovou štúdiou Osadné vystúpil aj slovenský producent Marko Škop.
- 4. novembra usporiadala kancelária MEDIA Desk seminár **Ako predat' svoj scenár**, lektorom bol renomovaný odborník Julian Friedmann. Seminár sa tešil veľkému záujmu účastníkov zo 4 krajín.

Propagácia

Kancelária **umiestnila inzeráty do publikácií určených pre medzinárodné trhy**: Slovak Films 09-11 a Nové slovenské filmy 11-12 (Upcoming Slovak Films 11-12) a inzerovala program MEDIA tiež v rámci Minifestivalu európskeho filmu 7x7 a v katalógu MFF Bratislava.

Dodatok : Analýzy a štatistiky

Na základe žiadosti Rady Slovenského filmového ústavu (uznesenie Rady SFÚ č. 12/2011) dopĺňame Správu o činnosti kancelárie MEDIA Desk o najrôznejšie štatistiky a analýzy:

V prílohe je detailná tabuľka podporených projektov so všetkými dostupnými informáciami, doplnená o percentuálny podiel spolufinancovania a o percentuálny podiel získanej a žiadanej podpory.



Education and Culture



Celková štatistika:

Celkový počet žiadateľov bol 48, počet úspešných žiadateľov bol 33, čo je 68,75 %. Celkový počet predložených žiadostí subjektov zo Slovenskej republiky bol 84, počet úspešných projektov bol 48, čo predstavuje 57,14 %. Celková suma žiadanej podpory slovenskými subjektmi, (MEDIA a Europa Cinemas), úspešnými, aj neúspešnými, bola 1 901 744.- EUR, suma podpory bola 636 408.- EUR, čo predstavuje 33,46 % zo žiadanej sumy.

Zo všetkých podaných žiadostí boli iba 4 žiadosti hodnotené ako neprípustné, všetky štyri boli podané distribútorom so sídlom v Českej republike, čo bolo aj dôvodom vyradenia. České subjekty sú v pôsobnosti kancelárie MEDIA Desk Česká republika.

Čo sa týka porovnania výsledkov celkovej podpory slovenských subjektov so žiadateľmi z krajín V4, k dátumu uzávierky odovzdania Správy požadované údaje (suma celkovej podpory z programu MEDIA za rok 2011, suma podpory pre jednotlivé krajiny) nie sú k dispozícii. Navyše slovenská audiovizia nie je porovnateľná svojím rozsahom, obratom a dosahovanými výsledkami ani s českou, poľskou, alebo s maďarskou. Iba niekoľko údajov (údaje uvádzané European Audiovisual Observatory): v roku 2010 bolo vyprodukovaných na Slovensku 6 filmov (národné, majoritné a dokumentárne), ale v Českej republike 35, v Maďarsku 27 a v Poľsku 44. Čo sa týka návštevnosti kín, na Slovensku bolo predaných 3,9 mil. lístkov, v Česku 13,5 mil., v Maďarsku 11. mil., v Poľsku 37,5 mil. lístkov (napríklad v Litve 2,6 mil., v Bulharsku 4 mil.), gross box office bol na Slovensku 18 mil. EUR, v Česku 60,2 mil. EUR, v Maďarsku 46,7 mil. EUR, v Poľsku 178,4 mil. EUR (v Bulharsku 16,9 mil. EUR). Z uvedeného vyplýva, že kapacita slovenskej audiovizie je v porovnaní s ostatnými krajinami V4 niekoľkonásobne nižšia, ak už porovnávame, tak s relevantnými krajinami. Najprehľadnejším ukazovateľom bude podľa nášho názoru porovnanie podielu slovenskej audiovizie na celkových číslach európskeho audiovizuálneho priemyslu (sumár krajín, ktoré sú členskými štátmi MEDIA). Koeficient podielu slovenskej audiovizie na európskej (krajiny programu MEDIA) je maximálne 0,0017 (0,17 %), pričom slovenské subjekty získali v roku 2011 podiel na podpore z programu MEDIA 0,45 percenta. Inými slovami, slovenské subjekty získali z programu MEDIA v roku 2011 2,6 x viac finančných prostriedkov, než je reálna kapacita slovenskej audiovizie.

Čo sa týka štatistiky poradenstva, tak kancelária MEDIA Desk poskytla poradenstvo, alebo konzultácie 33 žiadateľom z celkového počtu 48, pričom z 33 úspešných žiadateľov 28 využilo možnosť konzultácií kancelárie MEDIA Desk (85 % úspešných žiadateľov). Samozrejme v rámci programu MEDIA neexistuje žiadna povinnosť pre žiadateľov konzultovať svoje projekty v kanceláriách MEDIA Desk, ale z uvedenej štatistiky jednoznačne vyplýva, že konzultácie značne zvyšujú šance žiadateľov. Kancelária MEDIA Desk poskytuje svoje poradenstvo každému subjektu bez rozdielu rovnako kvalitne a častokrát poskytuje aj poradenstvo nad rámec svojich povinností.

Zhodnotenie slabých a silných stránok žiadostí: vo všeobecnosti je možné povedať, že úspešné sú spoločnosti, ktoré venujú dostatočnú pozornosť, čas a energiu nielen všetkým požiadavkám, ktoré má program MEDIA na projekty samotné a na príslušné náležitosti formulárov, ale aj na charakter samotných spoločností. Ide o všetky aspekty, vyplývajúce z európskeho rozmeru programu MEDIA, predovšetkým týkajúce sa integrácie spoločnosti do európskeho audiovizuálneho priemyslu. Schopnosť spoločnosti nájsť si medzinárodných partnerov je rovnako dôležitá ako konzistentnosť rozpočtu projektu, inovatívnosť a originalita témy, schopnosť porozumieť mechanizmom medzinárodných audiovizuálnych trhov a z toho

MEDIA info



Education and Culture



vyplývajúca stratégia financovania, distribúcie a marketingu projektu.

Naopak, väčšinou neuspjú spoločnosti, ktoré uvedeným aspektom buď nerozumejú, alebo ich nie sú ochotné akceptovať, spoločnosti, pre ktoré je program MEDIA iba príležitosťou na získanie dodatočných finančných zdrojov, ktoré vyplňajú formuláre na poslednú chvíľu a nevenujú dostatok času ani príprave umeleckej stránky projektu, ani ostatným prvkom projektu.