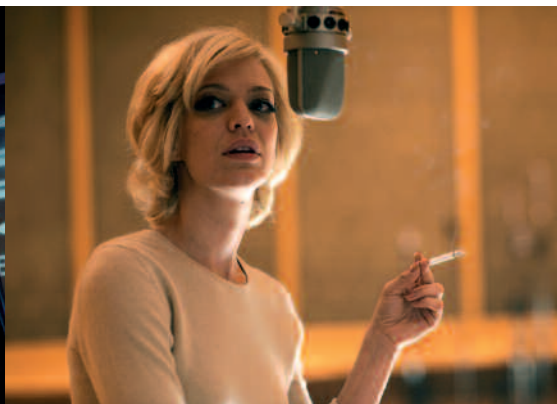


2010 • FEBRUÁR



MEDIA
A Program of the European Union



MEDIA DESK

MAGYARORSZÁG • HUNGARY

HÍRLEVELE

KEDVES OLVASÓK!

A MEDIA Desk Magyarország Iroda 2010. januári hírlevele áttekintést nyújt az elmúlt év néhány fontos MEDIA eseményéről, és felhívja a figyelmet a következő időszak pályázataira, rendezvényeire.

Egyre több olyan filmet mutatnak be Európa legjelentősebb fesztiváljain, melyek a MEDIA Program támogatását élvezték. Ezek a fesztiválok számos MEDIA rendezvénynek is otthont adnak.

Összeállításunkban megnézhetik, hány MEDIA által támogatott film volt pl. Berlinben, Cannes-ban vagy volt-e ilyen az Oscarra jelölt filmek között.

Itthoni eseményekről, Magyarországon rendezett MEDIA képzésről is hírt adunk, és a tavalyi év eredményei mellett bemutatjuk néhány nyertes pályázó véleményét a MEDIA támogatásokról.

Gratulálok azoknak a pályázóknak, akiknek 2009-ben sikerült MEDIA támogatást nyerniük.

Remélem, 2010-ben még több ilyen magyar cég lesz.

Üdvözlettel:



Kiss Enikő
Irodavezető



tartalom

- 2 Berlinale 2009 – MEDIA által támogatott filmek
- 6 Berlinale 2009 – Shooting Stars
- 7 Cannes 2009 – MEDIA által támogatott filmek
- 9 Cannes 2009 – Viviane Reding nyilatkozata
- 10 Cannes 2009 – Producers on the Move
- 11 Cannes 2009 – Magyar elnököt választott az EFP
- 12 Velence 2009 – MEDIA által támogatott filmek
- 14 22. Európai Filmakadémia díjazottai 2009
- 16 Oscar-díj 2009 – Uniós finanszírozású filmek
- 17 Oscar-díj 2009 – Az EU-támogatással készült Gettómiliomos váratlan sikere
- 18 Strategic Film Marketing szeminárium – Filmeladás profi módon
- 20 Budapest Cinematography Masterclass
- 21 2010-ben Sopron lesz a CARTOON FORUM házigazdája
- 22 Az európai filmművészet kilép a nemzetközi porondra
- 24 MEDIA által támogatott magyar projektek 2009
- 24 Jelentős európai marketek, fesztiválok 2010-ben
- 24 Aktuális MEDIA pályázati határidők



Berlinale 2009

A MEDIA ÁLTAL TÁMOGATOTT FILMEK

VERSENYBEN



Lille Soldat (Little Soldier)
r.: Annette K. Olesen (DK)

Gyártás-előkészítés, Csomagtervek 25 000 €
ízi Audiovisual 14 076 €

Fausta éneke

**Teta Asustada** (Fausta éneke)

r.: Claudia Llosa (ES)

Gyártás-előkészítés,

Egyedi projektek 30 000 €

•

Mammoth

r.: Lukas Moodysson (SU, DE, DK)

i2i Audiovisual 50 000 €

•

Ricky

r.: François Ozon, (FR, IT)

Automatikus forgalmazás 31 200 €

•

Sturm (Storm)

r.: Hans-Christian Schmid (DE, DK)

Forgalmazói ügynökségek 75 000 €

Ricky



Mammoth



Sturm





Berlinale 2009

A MEDIA ÁLTAL TÁMOGATOTT FILMEK

PANORAMA



Der Knochenmann (Csontdaráló)
r.: Wolfgang Murnberger, (AT)
Gyártás-előkészítés, Csomagtervek 45 000 €



Das Vaterspiel (Kill Daddy Good Night)
r.: Michael Glawogger, (DE, AT, FR)
Gyártás-előkészítés, Csomagtervek 50 000 €
i2i Audiovisual 50 000 €



Ein Traum in Erdbeerfolie
(Divat diktatúrában)
r.: Marco Wilms (DE)
TV sugárzás 75 000 €

FORUM



Cea mai fericita fata din lume
(A legboldogabb lány a világon)
r.: Radu Jude, (RO, NL)
Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek 20 000 €



Un chat un chat
(Pardon my French)
r.: Sophie Fillières, (FR)
Gyártás-előkészítés, Csomagtervek 30 000 €

GENERATION



Unmade Beds
r.: Alexix Dos Santos (UK)
i2i Audiovisual 50 000 €



The Countess (A grófnő)
r.: Julie Delpy, (DE, FR)
Automatikus forgalmazás 74 881 €



Meine Herz Sieht Die Welt schwarz – Eine Liebe in Kabul
r.: Helga Reidemeister (DE)
Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek 15 000 €



Mamma Mu & Krakan
(Mú Mama és a varjú)
r.: Igor Veyshagin, (SU, DE, HU)
Automatikus forgalmazás 79 478 €



Brendan and the Secret of Kells
r.: Tomm Moore, Nora Twomey, (IRL, FR, BE)
Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek 20.000 €
i2i Audiovisual 50 000 €

BERLINALE SPECIAL

Hilde

r.: Kai Wessel, (DE)
Gyártás-előkészítés, Csomagtervek 50 000 €



John Rabe

r.: Florian Gallenberger, (DE, FR)
Gyártás-előkészítés,
Csomagtervek 50 000 €



Berlinale 2009

shootingstars 2009

A SHOOTING STARS a 2009-es Berlińi Filmfesztivál egyik kiemelkedő eseménye volt, melynek során kiválasztották Európa tíz legígéretesebb fiatal színészét. Az eseménysorozat részeként sor került a castingvezetők találkozójára, sajtókonferenciára, és egy díjátadó partyra február 9-én, ahol Ziyi Zhang hívta színpadra a nyerteseket. A tíz tehetséget egy szakmabeli zsűri hosszú jelöltlista alapján választotta ki és díjazta a Shooting Star Awarddal.

Belga rendező és a zsűri tagja, Marion Hänsel szerint „ezek a színészek képviselik a jövő moziját, és a 2009-es zsűri reméli, hogy a Berlinale-élmény javukra válik annak érdekében is, hogy az új európai filmes generáció kreatív energiáját közvetítsék.”

A SHOOTING sztárok Berliń egyedülálló helyszínén, a Goyában ünnepeltek producerek, rendezők, és más fesztiválvendégek társaságában.

A SHOOTING STARS az EU MEDIA Programjának támogatását élvezi.

Fotók és további információ: www.shooting-stars.eu

A 2009-es SHOOTING sztárok a díjátadás után a Berlinale-Palast színpadán a zsűrivel és Ziyi Zhanggal (1. sor – balról jobbra: Samuli Vauramo (Finnország), Cyron Melville (Dánia), David Kross (Németország) / (1. sor – balról jobbra: Bernd Naumann (Kulturális Miniszter), Verónica Echegui (Spanyolország), Celine Bolomey (Svájc), Sarah Bolger (Írország), Alba Caterina Rohrwacher (Olaszország), Tóth Orsi (Magyarország), Hafsa Herzi (Franciaország), Carey Mulligan (Nagy-Britannia), Ziyi Zhang, Labina Mitevska (zsűri) (2. sor – balról jobbra: Antonio Saura (zsűri), Peter Cowie (zsűri), Marion Hänsel (zsűri), Patrícia Vasconcelos (zsűri).



Magyarország:

Tóth Orsi

A zsűri véleménye: „A Deltában Tóth Orsi olyan mély intenzitást sugároz, mely lenyűgözte a zsűrit. Egyedülálló színésznői tehetséggel rendelkezik mindegyik szerepében és különös erővel ruházza fel mindegyik karakterét.”



Cannes 2009



MEDIA ÁLTAL TÁMOGATOTT FILMEK

VERSENYSZEKCIÓ

**Los abrazos rotos** (Megtört ölelések)

r.: Pedro Almodóvar (ESP)
Automatikus forgalmazás 1 105 708 €

• **Fish Tank** (Akvárium)

r.: Andrea Arnold
i2i Audiovisual 44 706 €

• **Un prophète** (A próféta)

r.: Jacques Audiard (FR)
Automatikus forgalmazás 290 422 €

• **Vincere** (Vincere), r.: Marco Bellocchio (IT)

Gyártás-előkészítés, egyedi projektek 50.000 €
Forgalmazói ügynökségek 107 623 €

**Das weisse Band** (Fehér szalag)

r.: Michael Haneke (AT)
Forgalmazói ügynökségek 38 220 €
Automatikus forgalmazás 263 862 €

• **Looking for Eric** (Barátom Eric)

r.: Ken Loach (UK)
Automatikus forgalmazás 526 931 €

• **Soudain le vide** (Enter the Void)

r.: Gaspar Noé (FR)
i2i Audiovisual 50.000 €
Automatikus forgalmazás 10 340 €



Le temps qu'il reste



Barátom Eric



Visage

Le temps qu'il reste

(The Time that Remains)
r.: Elia Suleiman (FR)
i2i Audiovisual 50 000 €

• **Visage** (Face)

r.: Ming-liang Tsai (FR)
Gyártás-előkészítés, csomagtervek 60 000 €

• **Antichrist** (Antikrisztus)

r.: Lars Von Trier (DA)
i2i Audiovisual 50 000 €
Gyártás-előkészítés, csomagtervek 47 000 €

Cannes 2009



MEDIA ÁLTAL TÁMOGATOTT FILMEK



La famille Wolberg

UN CERTAIN REGARD

Le père de mes enfants

(Father of my Children)

r.: Mia Hansen-Love (FR)

i2i Audiovisual 44 880 €

Gyártás-előkészítés, csomagtervek 40 000 €

QUINZAINE DES RÉALISATEURS

La famille Wolberg (The Wolberg Family)

r.: Axelle Ropert (FR)

Gyártás-előkészítés, csomagtervek 30 000 €

De Helaasheid der Dingen

(The Misfortunates)

r.: Felix Van Groeningen (BE)

Gyártás-előkészítés, csomagtervek 35 000 €



De Helaasheid der Dingen

LA SEMAINE DE LA CRITIQUE

Altiplano (Altiplano)

r.: Peter Brosens & Jessica Woodworth (BE)

i2i Audiovisual 50 000 €

Gyártás-előkészítés, egyedi projektek 30 000 €

SÉANCES DE MINUIT

A town called Panic

r.: Stéphane Aubier, Vincent Patar (BE)

Gyártás-előkészítés, csomagtervek 20 000 €

Automatikus forgalmazás 18 000 €

Ne te retourne pas (Don't Look Back)

r.: Marina de Van (FR)

i2i Audiovisual 50.000 €

Automatikus forgalmazás 5675 €



Altiplano



A town called Panic



Jaffa

SÉANCES SPÉCIALES

Jaffa (Jaffa)

r.: Keren Yedaya (FR)

Gyártás-előkészítés, csomagtervek 27 000 €

Cannes 2009



VIVIANE REDING CANNES-I NYILATKOZATA

Viviane Reding EU-biztos gratulált az európai filmek cannes-i eredményeihez és fokozott terjesztésükre szólított fel

Viviane Reding, az Európai Bizottság médiafelelőse Cannes-ban örömét fejezte ki az európai mozi sikerei felett. Egyúttal felkérte a szakmát és a hatóságokat, hogy tegyenek lépéseket az európai filmek intenzívebb jelenléteért a nemzetközi piacon. Az Európai Parlament és a tagállamok által nemrégiben elfogadott MEDIA Mundus program célja, hogy

megerősítse a kontinens filmjeinek szerepét világszerte.

Nem szabad többé megelégednünk azzal, hogy Japánban, Mexikóban vagy Sydney-ben egy francia vagy európai filmhét keretében mutatják be filmjeinket! Az Oscar-győzelem is nagyon szép, de nem elegendő! – jelentette ki Viviane Reding európai biztos a ma reggel közzétett videófelvételen. Célunkul kéne kitűznünk a széleskörű kereskedelmi forgalmazást. Szeretném, ha például az Európai Unió és Dél-Korea közötti üz-

leti megállapodás keretében 5 éven belüli 15%-os piaci részesedést vívnánk ki Koreában a mai 5% helyett. Ugyanígy meggyőződésem, hogy filmjeink jelentős pozíciót tudnak elfoglalni a kínai piac 45%-át kitevő külföldi filmek között.

17, a MEDIA Program 3 millió eurós támogatásából részesedő filmet vetítettek a 62. Cannes-i Nemzetközi Filmfesztiválon, amelyből 10 a versenyszekcióban indul. Ám az európai mozinak még nem sikerült meghódítania a többi földrész nagyközönségét.

Javaslom, kezdődjön meg mielőbb az érdekek összehangolása az európai szakma és hatóságok között azzal a céllal, hogy nemzetközi piacrészesedést vívhassunk ki magunknak, és aztán intézkedéseink oda irányulhassanak – fejezte ki óhaját Viviane Reding. A MEDIA Mundus program 2013-ig teszteli egy jövőbeni tervünk megvalósításának mechanizmusait, mely később nagyobb dimenziót nyer majd.

Május 15-én az Európai Bizottság Cannes-ban információs napot szervezett a szakmabeliek számára „Le Rendez-vous européen” címmel, ahol a MEDIA International program új tervei kerültek bemutatásra a már résztvevő projektvezetők első tapasztalatainak ismertetésével egyetemben.



Cannes 2009



A European Film Promotion (EFP) Cannes-i programjában 23 ígéretes producer vett részt Európa minden országából. Ez a tizedik alkalom, hogy az EFP nemzetközi hálózatába válogatott producereket támogat az EU MEDIA kedvezményezésű programján keresztül.

Az EFP a kiválasztott fiatal európai producereknek a Cannes-i Nemzetközi Filmfesztivál keretében rendezett platformmal és promóciós kampánnyal biztosít nemzetközi figyelmet nekik és filmjeiknek. A fesztivállal lehetőségük nyílt az aktuális projektek megvitatására és a jövőbeni együttműködés alapjainak lefektetésére.

Az EFP az alábbi producereket válogatta be 2009-es programjába:

Balról jobbra: Sipos Gábor Laokoon Filmcsoport (Magyarország), Emmanuel Agneray Bizibi (Franciaország), Daniel Mitulescu Strada Film (Románia), Yngve Sæther Motlys AS (Norvégia), Katrin Kissa Homeless Bob Production (Észtország), Giorgia Priolo Film Kairòs (Olaszország), Jérôme Bleitrach Bizibi, partner Emmanuel Agneray, Monika Kristl Dawson Production (Csehország), Janine Jackowski Komplizen Film GmbH (Németország), Rodrigo Areias Bando à Parte (Portugália), Eva Rohrman Forum Ljubljana (Szlovénia), Alexander Glehr



Novotny & Novotny Filmproduktion (Ausztria), Christian Potalivo M&M Productions (Dánia), Matti Halonen FS Film Oy (Finnország), Carmen Cobos Cobos Films b.v. (Hollandia), Andrzej Jakimowski Zjednoczii Artystów i Rzemie Iników, ZaiR, (Lengyelország), Erik Hemmendorff Plattform Produktion AB (Svédország), Koldo Zuazua Alicia Produce, S.L. (Spanyolország), Ankica Juri Tili Kinorama (Horvátország), Andrew Freedman Venom Film (Írország), Ilian Djevelekov Miramar Film (Bulgária), Gudrún Edda Thorhannesdottir Spellbound Productions (Izland), Adrian Sturges Picture Farm (Egyesült Királyság) és Péter Kerekes (Szlovákia).

A 23 PRODUCERS ON THE MOVE-válogatott már bizonyított kiemelkedő produkciókkal a hazai szakmában és a nemzetközi fesztiválokon egyaránt. A program végső célja, hogy továbbblendítse nemzetközi karrierjüket. Az eddigi tíz év alatt összesen 196 producer került bemutatásra a kezdeményezés keretében.

A Cinando.com, az egyik vezető szakmai adatbázis az EFP-vel közreműködésben megalakította a PRODUCERS ON THE MOVE platformot. Ez egyfelől folyamatosan információval látja el a résztvevőket, valamint kapcsolattartásra és a koprodukciós partnerkapcsolatok építésére is szolgál.

Cannes 2009



MAGYAR ELNÖKÖT VÁLASZTOTT AZ EFP

Vezér Évát, a Magyar Filmunió ügyvezető igazgatóját választotta elnökévé a 31 nemzeti film promóciós szervezetet tömörítő European Film Promotion (EFP).

2009. május 19-én, a Cannes-i Filmfesztiválon tartotta tisztújító közgyűlését a film promóciós szervezeteket tömörítő European Film Promotion. A szakmai szervezet tagjai egyhangúlag választották elnökké Vezér Évát, a Magyar Filmunió ügyvezető igazgatóját.

Az 1997-ben létrehozott páneurópai szervezethez a Magyar Filmunió 2001-ben csatlakozott, elsőként a közép-európai régióból. Jelenleg 31 ország az EFP tagja, melynek elsődleges célja az európai film színvonalas nemzetközi promóciója és az ehhez kapcsolódó marketing tevékenység.

Az EFP szervezi többek között a berlini filmfesztiválon a fiatal színészeket bemutató „Shooting Stars” programot, Cannes-ban a producerekre koncentráló „Producers on the Move” rendezvényt, a „Variety Critics’ Choice” változás bemutatását a Karlovy Vary-i filmfesztivá-



lon, valamint jelentős programokat neves európai rendezők részvételével Pusanban és Torontóban. A szervezet „Film Sales Support” kezdeményezésével különös hangsúlyt fektet a forgalmazók támogatására azzal a céllal, hogy minél több európai film juthasson el a közönséghez a nagyvilágban.

Vezér Éva megválasztását követően úgy nyilatkozott, hogy „bár nagy felelősséggel jár egy ekkora nemzetközi szervezet elnöki posztja, örömmel vállalja a megbízatást, - bízik abban, hogy – a tagszervezetek szakmai tudása és tapasztalata garancia arra, hogy további eredmények szülessenek az európai filmművészet népszerűsítésében.” Az új elnök úgy értékelte, hogy „ez a megbízatás egyben a magyar filmszakma külföldi promóciós tevékenységének jelentős nemzetközi elismerése is”. Vezér Éva bízik benne, hogy „az elnökségnek köszönhetően a magyar film nemzetközi pozíciója is erősödhet.”

A hamburgi székhelyű EFP az Európai Unió MEDIA programjának társfinanszírozásával és a 31 tagszervezet hozzájárulásával működik.



Karlovy Vary IFF 2009 MEDIA által támogatott filmek

DOKUMENTUM FILM VERSENYSZEKCIÓ

Osadné r.: Marko Škop (SLO)

Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek



EAST OF THE WEST VERSENYSZEKCIÓ

El paso r.: Zdeněk Tyc (CZ)

Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek



A hetedik kör r.: Árpád Sopsits (HU)

Gyártás-előkészítés, Egyedi projektek



Velence 2009



Baaria r.: Giuseppe Tomatore (IT)
Automatikus forgalmazás 143 914 €



Mr. Nobody r.: Javo van Dormael (FR)
Automatikus forgalmazás 130 675 € • i2i Audiovisual 50 000 €



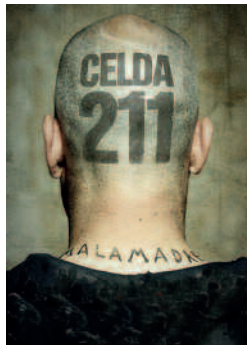
Valhalla Rising

r.: Nicolas Winding Refn (DK)
Automatikus forgalmazás 110,978 €
i2i Audiovisual 50 000 €



Celda 211 (Cell 211)

r.: Daniel Monzón (ESP)
Gyártás-előkészítés,
csomagtervek 90 000 €



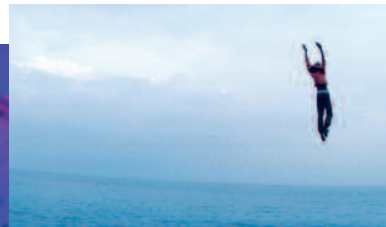
GIORNALE DEL AUTORE

HORIZONTE



Pepperminta

r.: Pipilotta Rist (CH)
Gyártás-előkészítés,
csomagtervek 25 000 €



Entre Deux Mondes (Between Two Worlds)

r.: Vimukthi Jayasundara (FR)
Gyártás-előkészítés,
csomagtervek 20 000 €

MEDIA ÁLTAL TÁMOGATOTT FILMEK

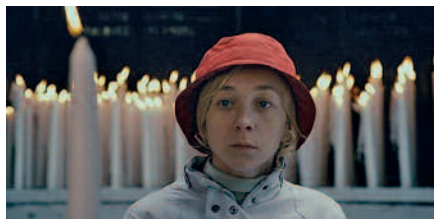


White Material r.: Claire Denis (FR)
Automatikus forgalmazás 27 718 €

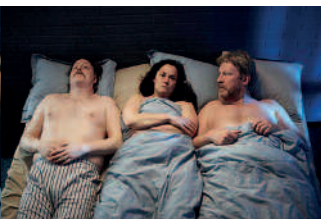


Soul Kitchen r.: Fatih Akin (DE)
Automatikus forgalmazás 155 000 €

SETTIMANA DELLA CRITICA



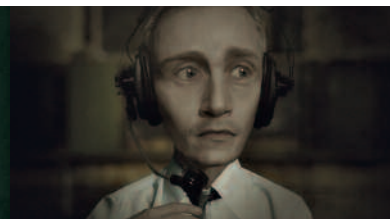
Lourdes
r.: Jessica Hausner (AT)
i2i Audiovisual 33 831 €



White Material
r.: Claire Denis (FR)
Automatikus forgalmazás
27 718 €



Videocracy
(Videókrácia)
r.: Erik Gandini (IT)
Gyártás-előkészítés, egyedi projektek



Metropia
r.: Tarik Saleh (SU, DK, NO)
Gyártás-előkészítés,
egyedi projektek
i2i Audiovisual



22. EURÓPAI FILMAKADÉMIA DÍJAZOTTAI 2009

EURÓPAI FILM 2009

Das Weisse Band (Michael Haneke)

EURÓPAI RENDEZŐ 2009

Michael Haneke (*Das Weisse Band*)

EURÓPAI SZÍNÉSZ 2009

Tahar Rahim (*Un Prophète*)

EURÓPAI SZÍNÉSZNŐ 2009

Kate Winslet (*The Reader*)

EURÓPAI FORGATÓKÖNYVÍRÓ 2009

Michael Haneke (*Das Weisse Band*)

CARLO DI PALMA EURÓPAI OPERATŐRI DÍJ 2009

Anthony Dod Mantle (*Antichrist* & *Slumdog Millionaire*)

EURÓPAI FILMAKADÉMIA DÍJA (PRIX D'EXCELLENCE)

2009 – hangmémöki munka

Brigitte Taillandier, Francis Wargnier,
Jean-Paul Hurier & Marc Doisin (*Un Prophète*)

EURÓPAI ZENESZERZŐ 2009

Alberto Iglesias (*Los Abrazos Rotos*)

EURÓPAI FILMAKADÉMIA ANIMÁCIÓS NAGYJÁTÉKFILM 2009

Mia Et Le Migou (Jacques-Rémy Girerd, Nora Twomey)

EURÓPAI FILMAKADÉMIA RÖVIDFILM 2009

Poste Restante (Marcel Lozinski)

EURÓPAI FILMAKADÉMIA ÉLETMŰDÍJ

Ken Loach

EURÓPAI VILÁG MOZI DÍJ

Isabelle Huppert

EURÓPAI FILMAKADÉMIA DOKUMENTUMFILM 2009 – ARTE-DÍJ

The Sound Of Insects – Record of a Mummy (Peter Liechti)

EURÓPAI KOPRODUKCIÓ DÍJ – EURIMAGES-DÍJ

Diana Elbaum, Jani Thiltges

KRITIKUSOK DÍJA – FIPRESCI-DÍJ

Andrzej Wajda (*Tatarak*)

KÖZÖNSÉGDÍJ

Slumdog Millionaire (Danny Boyle)

EURÓPAI FELFEDEZÉS 2009

Katalin Varga (Peter Strickland)



Ken Loach



Das Weisse Band



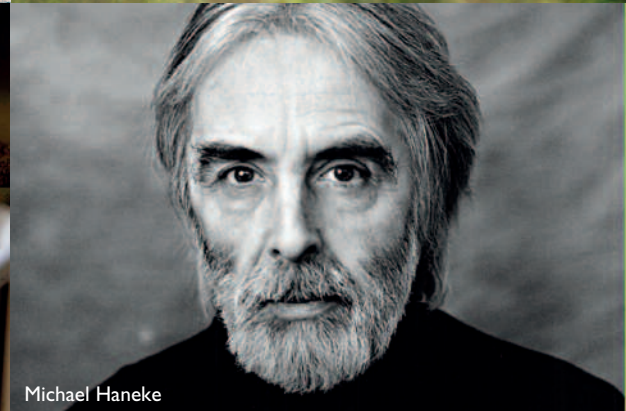
Katalin Varga



Isabelle Huppert



Kate Winslet



Michael Haneke



Mia Et Le Migou



Andrzej Wajda



Tahar Rahim

HÉT UNIÓS FINANSZÍROZÁSÚ FILMET JELÖLTEK A 2009-ES OSCAR-DÍJRA



Az Amerikai Filmakadémia 2009. február 22-én tartott díjkiosztó gáláján hét olyan film volt versenyben, amely az Európai Unió filmgyártásának támogatására létrehozott MEDIA Program finanszírozásával készült. A MEDIA Program által támogatott egyik ilyen jelölt, a „Gettómilliomos” című film, a rangos Legjobb film és Legjobb rendező kategóriákban versenyzett. Az Oscar-díj Legjobb idegennyelvű film kategóriájában a MEDIA Programot három jelölt képviselte, köztük a 2008-as Cannes-i Filmfesztivál Aranypálma díjának nyertese, az „Entre les Murs” (Franciaország). Tavaly két MEDIA által szponzorált film kapott Oscar-díjat, az utóbbi három évben pedig összesen nyolc, MEDIA finanszírozásban részesült film nyert Oscar-díjat.

„Az európai filmgyártás sokféleségét és gazdagságát jól tükrözik az idei év Oscar-díj jelöltjei”, mondta Viviane Reding, az EU média ügyekért felelős biztosa. „Számomra ez az Európai Unió azon erőfeszítéseinek sikerét bizonyítja, amely arra irányul, hogy az Európában gyártott, illetve koprodukcióban készült filmek, valamint az új digitális technológiák támogatása révén versenyképesebbé tegye az európai mozit.”

Az Amerikai Filmakadémia díjára idén hét olyan filmet neveztek be, amely az EU MEDIA

programjának támogatásával készült. Ezek a filmek a következők: „A Baader Meinhof csoport” (Németország, Uli Edel), „Az osztály” (Franciaország, Laurent Cantet), a „Libanoni keringő” (Izrael / Franciaország / Németország, Ari Folman), a „Hajrá boldogság!” (Egyesült Királyság / Mike Leigh), „A hercegnő” (Egyesült Királyság / Franciaország / Olaszország, Saul Dibb), a „Gettómilliomos” (Egyesült Királyság / USA, Danny Boyle) és az „Ember a magasban” (Egyesült Királyság / USA, James Marsh).

A MEDIA Program jelentős pénzügyi támogatást nyújtott e filmek elkészítéséhez, amelyek az Oscar díjkiosztó gáláján szereplő jelöltek legesélyesebbjei között voltak. Az EU MEDIA Programja e filmek elkészítéséhez összesen 3 028 000 euróval járult hozzá, és a filmeknek a mozhálózatokon keresztül történő terjesztése valószínűleg még ennél is nagyobb összegű támogatást fog kapni.

Tavaly a Legjobb idegennyelvű film kategóriájának nyertese a MEDIA által szponzorált, osztrák-német koprodukcióban készült „Pénzhamisítók” című film volt. 2007-ben a MEDIA Program keretében támogatásban részesített „Mások élete” című német film kapta meg a Legjobb idegen nyelvű filmért járó díjat, 2006-ban pedig a szintén MEDIA támogatással készült „A pingvinek vándorlása” című francia film nyert a Legjobb dokumentumfilm kategóriában.

Az EU MEDIA programja központi szerepet játszik az európai audiovizuális ágazat gyártási és terjesztési, valamint képzési tevékenységeinek támogatásában, illetve a projektjeinek promóciójában. Európában évente tízből kilenc, hazáján kívül is terjesztett film részesül MEDIA támogatásban.

<http://ec.europa.eu/media>

<http://www.oscar.com/>



OSCAR-DÍJ: AZ EU-TÁMOGATÁSSAL KÉSZÜLT GETTÓMILLIOMOS VÁRATLAN SIKERE

8 Oscar-díjat – köztük a két legnagyobb elismerést: a Legjobb Film és Legjobb Rendezői díjat – kapott a Gettómilliomos a 81. Akadémia Díjkiosztón Hollywoodban. A brit film az EU MEDIA programjának hozzájárulásával készült. „Gratulálok a Gettómilliomos készítőinek az elért eredményekért, amely épp olyan lenyűgöző sikertörténet, mint a film sztorija. A győzelem, akár az Oscar-díjak, akár a közönség szeretete világszerte, azt mutatja, hogy az EU MEDIA programja megtérül”, mondta Viviane

Reding EU Média Biztos. „A MEDIA Program biztosítja az EU-filmek lehetőségét a megmérettetésre, mind a nemzetközi közönség, mind a díjak tekintetében. A Gettómilliomos sikere azt mutatja, hogy a MEDIA támogatási pénz jó helyre megy, az európai mozi segítően kulturális sokszínűségének terjesztésében a világon.” A Gettómilliomos 830 000 euró támogatást kapott a MEDIA programtól a 2008–2009-es forgalmazásra. Az összköltségvetés kb. 11 millió euró volt.



STRATEGIC FILM MARKETING SZEMINÁRIUM

Filmeladás profi módon [BESZÁMOLÓ]

Pár rosszul tervezett plakát, esetleg egy Pesti Est-címlap, netán egy jobbra neten látható, kérdéses sikerrel összevágott trailer. Itthon többnyire ebben merül ki egy film promóciója. Az elsősorban hivatkozott ok: pénzhiány. Holott ha valamin, ezen már tényleg nem érdemes spórolni egy film elkészítésekor.

John Durie, kanadai születésű londoni filmmarketingguru karrierje során több mint 600 produkció marketingtervén dolgozott szerte a világon, a legnagyobb rendezők mozijait igyekezett minél szélesebb tömegekhez eljuttatni. A tavalyi év végén az immár hagyománnyá vált pozsonyi Media-s fejtágtóra érkezett a szlovák, cseh, osztrák és magyar Media Desk meghívására, hogy a térség szakembereit, filmkészítőit is bevezesse a profi filmmarketing és disztribúció rejtelmeibe.

A kétnapos intenzív előadássorozat a mozi forgalmazás szinte minden lényeges pontját

érintette, a projektfejlesztéstől a pitchen és posztertervezésen keresztül, a tesztvetítéseken és nemzetközi értékesítésen át egészen „a hatékony trailer-készítésig. Durie nem keltett világossá tette, hogy szakmájából kifolyólag művészi kvalitásaitól, a szerzők törekvéseitől teljesen függetlenül minden filmet terméknek tekint. Ennek megfelelően a marketingstratégia megalkotásának első lépcsője annak eldöntése, hogy magát a filmet akarjuk eladni, vagy azt, amit a szándékaink szerint a néző elképzel a filmről.

Nemzetközi viszonylatban öt-hétszázra tehető a filmpromócióban dolgozó „játékosok” száma, és egy nagyobb filmpiacon, mint Cannes vagy az AFM, 1 200 bemutatót tartanak egy évben. Európában átlagosan 2,7 eladott mozijegy jut egy főre évente, ami igen alacsony szám. Kemény, sokszorosan telített piacról beszélünk tehát, ami nem kedvez az eladónak – tehát a filmkészítőnek. Így egy filmterv közönsége az első fázisban még távolról sem a néző, hanem a szakma; nemzetközi sales-ügynökök, forgalmazók, moztulajdonosok, fesztiválok, pénzügyi befektetők, támogatók, nemzeti filmalapok stb. őket kell meggyőzni, hogy a filmterv

megvalósításra érdemes. Ez pedig keményebb dió, mint az „egyszeri néző”, hiszen ezeket az embereket nem a körítés érdekli, hanem a kökemény valóság, a projekt eladhatósága.

Már a fejlesztés egészen korai fázisában el kell kezdeni dolgozni a majdani marketingen, és annak egyes elemein; számos tényező alapján meg kell határozni a célközönséget, és kifejtetni: mi alapján várjuk el tőlük, hogy moziban nézzék meg a filmet. Ha az ezeket racionalizáló „hook”-okat is definiálni tudjuk, még mindig tisztában kell lennünk vele, hogy ez sem garantálja a jegyeladási sikert – ahogy semmi más sem.

Egy projekt életciklusának állomásai: a fejlesztés, a pénzügyi előkészítés, gyártás-előkészítés és gyártás, a szakmai majd a közönségbemutató. A film pozicionálása is két különféle közönséget céloz meg, elsőként szakmai, majd a „nagyközönséget”. Előbbi meggyőzésének egyik eszköze a pitch, melynek technikáin hosszasan időzött Durie, külön kitérve a szóbeli prezentációt kísérő írásos anyagok összeállításának rejtelmeire.

Ezt követően az itthon igen komoly hiányságokkal küszködő terület, a hatékony filmplakáttervezés sajátosságairól szólt. Egy olajozottan működő rendszerben számos kritérium létezik, amelyek, ismerve a hazai sajátosságokat, egy magyar film marketingtervezése során fel sem merülnek. Ezt a szekciót az előadó egy esettanulmánnyal zárta. Egy alacsony költségvetésű, 800 ezer euróból, 2002-ben készült hol-

land thriller, bizonyos Van God Los arculat- és plakáttervezésének lépcsőit taglalta. A film SWOT elemzése nyomán háromféle logline-t határoztak meg, majd egyet kiválasztva rá építették a teljes marketingüzenetet. Az esettanulmány azért is érdekes volt, mivel Durie a miénkhez igen hasonló környezetet vázolt fel: kis piac, a hazai filmekből erősen kiábrándult közönség, alacsony presztízsű hazai zsánerfilmek. A Van God Losnak mégis sikerült, elsősorban profi kampányának köszönhetően sokszázzezres nézőközönséget toborozni, és a film maga mögé utasított számos hollywoodi szuperprodukción is abban az évben, elhozva a holland zsánerfilmek újabb reneszánszát.

A filmmarketingguru szerint egy produkció elkészülte és a bemutató között legalább pár hónapos periódust kell hagyni egy megfelelő kampány kifejtésére. Míg a marketing már a forgatókönyv szintjén, a fejlesztés közben kezdetét veszi, a lényegi része kb. két hónappal a forgatás előtt indul be. A teljes folyamat 12-14 hónapot ölel fel. A forgatás vége és a bemutató közötti időszak egyik lényeges állomása a „toborzott közönség előtti vetítés” (recruited audience screening), azaz a tesztvetítés. Ez a moziba járó közönség reakcióját, és a film „játszhatóságát” (playability) méri, azaz hogy a célközönség mennyire pozitívan reagál az elkészült filmre. Valójában minden közönségorientált film rengeteget profitálhat belőle, hiszen a kereskedelmi potenciált határozza meg. A

tesztvetítés körülményeinek, a mintaközönség összeállításának igen lényeges tényezői vannak, melyeket Durie évtizedes tapasztalataira hivatkozva hosszan fejtegetett. Ezt a szekciót is egy esettanulmány zárta, a Föld című dokumentumfilm tesztvetítéseit, és annak következményeit taglalva.

A következő nagy előadás a mozis forgalmazás sajátosságait tárgyalta, annak típusait és az ezekhez köthető marketinglépéseket. Ismét felhívta a figyelmet, hogy egy nyugat-európai nagyvárosban hetente 12-15 filmbemutató versenyzik a nézők figyelméért, ezért a tūponos pozicionálás elengedhetetlen, ha valaki labdába akar rúgni a telített piacon. A túlkínálat jellemzi a nemzetközi sales ügynökségek piacát is. Az ő segítségük nélkül azonban valódi nemzetközi sikert elérni szinte lehetetlen. A meggyőzésükhöz pedig majdhogynem elengedhetetlen a nemzetközileg értékelhető „talent package”, azaz külföldön is ismert húzónevek a stáb és/vagy a szereposztás kulcspozícióiban. Ez bizony pedig itthon igen nehéz feladat egy átlagos költségvetésű film esetében, tehát az ördögi kör majdhogynem be is zárult. Ettől függetlenül a jelenlévők meghallgathatták az ügynökökhöz való bejutás, a velük való kapcsolattartás taktikáit, nehézségeit.

A kétnapos kurzus a hatékony trailerkészítés műhelyitkai zárták. A különféle teaserek és trailerek céljai, fajtái, szerkezeti felépítésük kerültek terítékre, alacsony és nagyobb költség-

vetésű filmekre szétválasztva. Az itt megismert tudatosság sajnos a jelek szerint sokszor hiányzik a hazai bemutató kisfilmek készítőiből.

Több példát is elemzett Durie ebben a záró előadásban, így a Scorsese-féle Tégla, a kult-horror Barlang és a tavalyi, elsőpró sikerű dokumentumfilm, a Man on Wire trailereit.

Kimerítő és mérhetetlenül tanulságos előadássorozatot hallgathattunk meg egy tagadhatatlanul felkészült, a maga területén igazi nagyágyúnak számító szakembertől arról, hogy miként csinálják ezt profin és nagyban. Ha valami felróható mégis negatívumként, az egyfelől az, hogy a Durie által felvázolt teendők igazán nagy piacokon, kialakult infrastruktúrával bíró rendszerekben működnek, több tanácsa a kelet-európai közegben nagyrészt megvalósíthatatlan számottevő adaptáció nélkül. Másfelől pedig kizárólag a moziforgalmazásra koncentrált, melynek jelentősége azért rohamosan csökken, miközben más csatornák (on demand, online stb.) fokozatosan egyre nagyobb teret nyernek. Ugyanakkor persze a profi marketing mindig elkerülhetetlen marad, ezért is üdvös, hogy minden korábbinál több magyar vett részt a szemináriumon.

Mint mindig, ezúttal is köszönet illeti a honi MEDIA Desket a szervezésért, és a hazai különítmény részvételének támogatásáért.

KRIGLER GÁBOR
www.magyar.film.hu



A Színház- és Filmművészeti Egyetem kezdeményezésére 2009-ben tizedik alkalommal rendeztük meg a Budapesti Operatőri Mesteriskolát, négy európai társintézménnyel együttműködésben, a Cinema-Film Kft. lebonyolításában.

A Mesteriskola 16 ösztöndíjas helyére több, mint százan pályáztak, 23 ország 39 CILECT-tag filmiskolájának végzős operatőr hallgatói. A jelentkezéseket az SzFE operatőr-tanárai bírálták el. További 24 önköltséges résztvevő jelentkezését fogadtuk el, közülük nyolcat a Kodak delegált.

A húsz országból érkezett fiatal operatőrök két hétig forgattak a Korda Stúdióban Zsigmond Vilmos és Ragályi Elemér irányításával. A diákok munkáját Béla Balázs segítette. A két díszletben (BK Filmstúdió) párhuzamosan leforgatott anyagokat (35 mm-es Kodak nyesanyag, PANAVISION kamerák, a Sparks lámpái és kameramozgató eszközei) délutánonként vetítettük és elemeztük.

A rendezvényen előadást tartottak a partnerintézmények professzorai: Nik Powell, a londoni National Film and Television School igazgatója, Joost Hunningher, a Westminster Film School, Peter Badel, a berlini HFF Potsdam-Babelsberg és Timo Heinanen, a helsinki filmiskola professzora.

A programon magyar filmek is szerepeltek, a vetítéseket követő szakmai beszélgetéseken részt vett Fillenz Ádám, a Friss levegő, Máthé Tibor, az Ópium, Kardos Sándor, a Résvilág és az Átváltozás, Gulyás Buda, a Kaméleon, és Herbai Máté, a Nyomozó c. filmek operatőre.

A Budapesti Operatőri Mesteriskolát meglátogatta Anthony Dod Mantle, a Gettómiliomos c. film Oscar-díjas operatőre. Vendégünk volt Nigel Walters, az Imago (az operatőrök európai szövetsége) elnöke, a British Society of Cinematographers alelnöke, Henry Verhasselt, a CILECT (a filmiskolák világszervezete) főtárgya, Zuzana Gindl-Tatárová, a Pozsonyi Filmiskola külügyekért felelős rektor-helyettese, Benjamin B, media maker, Jeff Allen, a Panavision európai igazgatója, Hugh Whittaker marketing manager és Holger Schwaerzel, a Kodak európai termékigazgatója.

A Mesteriskola magyar résztvevője Vass Gergely volt. Az SzFE hallgatói „making-of” filmet forgattak az intenzív tréning eseményről.

A rendezvény támogatásában korábbi szponzoraink mellett (Kodak, PANAVISION, CILECT) egyre nagyobb súllyal vállalt részt a Magyar Mozgóképi Közalapítvány, az NKA, és a MEDIA Desk.

További részletek a honlapon: <http://www.bpmasterclass.hu>

XANTUS JÁNOS IGAZGATÓ



Zsigmond Vilmos



Ragályi Elemér mesteriskolások között



Mesteriskolások

2010-ben Sopron lesz a CARTOON FORUM házigazdája



2009. szeptember 22. és 25. között a norvégiai Stavangerben rendezték a 20. Cartoon Forumot, az európai animáció legjelentősebb televíziós animációs konferenciáját. Dr. Fodor Tamás, Sopron polgármestere és Marc Vandeweyer, a Cartoon főtitkára közösen jelentették be, hogy 2010 szeptemberében a konferencia házigazdája Sopron lesz.

2009. szeptember 22. és 25. között a norvégiai Stavangerben rendezték a 20. Cartoon Forumot, az európai animáció legjelentősebb televíziós animációs konferenciáját.

Dr. Fodor Tamás, Sopron polgármestere és Marc Vandeweyer, a Cartoon főtitkára közösen jelentették be, hogy 2010 szeptemberében a konferencia házigazdája Sopron lesz.

Az Európai Unióhoz 2004 óta csatlakozott országok közül így hazánk az első, amely vendégül látja az eseményt. Szimbolikus jelentősége van annak, hogy a Cartoon számtalan észak-, nyugat-, és dél-európai város után abba a közép-kelet európai városba viszi e nagy jelentőségű kulturális rendezvényét, ahol 20 évvel ezelőtt a vasfüggöny lebontása elkezdődött.

A Cartoon az Európai Unió MEDIA programja által támogatott, nemzetközi non-profit szervezet, amely 1988-ban alakult. Célja az európai animációs ipar fejlesztése, erősítése, az európai animációs filmek promóciója.

Alapítása óta a szervezet 20 Cartoon Forumot és 11 Cartoon Movie-t rendezett, melyek hatására 2 milliárd eurót meghaladó befektetés történt európai televíziós animá-

ciós sorozatokba és mozifilmekbe. A két nagy rendezvény mellett a Cartoon 60 szemináriumot (Cartoon Master) szervezett, amelyeken több ezer szakmabeli vett részt, képezte magát tovább, építette nemzetközi kapcsolatait. Legújabb kezdeményezésük a Cartoon Connection, amely Európa és a többi földrész animációs szakemberei közötti kapcsolatokat kiépítését igyekszik támogatni.

A Cartoon legnagyobb rendezvénye a minden év szeptemberében, mindig más helyszínén megrendezésre kerülő Cartoon Forum, amely kiváló lehetőséget kínál a résztvevőknek a fejlesztés alatt lévő televíziós animációs projektjeik bemutatására, a főbb piaci trendek megismerésére, a piac különböző szereplőinek találkozására. Az elmúlt években a technológia fejlődésének köszönhetően a televíziós projektek egyre inkább igyekeznek kihasználni az internet, a mobil kommunikáció és a különböző játéklatformok nyújtotta sinergiákat és lehetőségeket. A szeptember harmadik hetében, 4 napon át tartó konferencián az Európai Unió és a társult országok TV társaságai, forgalma-

zói, videó/DVD kiadói, internet és mobilszolgáltatói, játékegyesítők, filmfinanszírozói vesznek részt. A 700-750 résztvevő 60 produkció prezentációját tekintheti meg, adhat róluk visszajelzéseket, kezdheti meg a koprodukción, finanszírozási vagy forgalmazási tárgyalásokat.

A Cartoon minden évben a Cartoon Forum helyszínén és azzal egy időben adja át a Cartoon D'Or díjat, amit az animációs szakma európai Oscar díjának tartanak. Az 5 jelöltet a kiemelt európai fesztiválok sikeres szereplő alkotások közül választják ki. Ezen kiemelt fesztiválok egyike a két-évente megrendezésre kerülő Kecskeméti Animációs Filmfesztivál (KAFF).

A Cartoon különös figyelmet fordít arra, hogy a rendezvényt kevésbé ismert régiókba, kis és közepes méretű városokba (átlag: 80 000 lakos) vigye. A résztvevők a turisztikai és kulturális programok során megismerkedhetnek a vendéglátó város, régió és ország természeti szépségeivel, kultúrájával, és gasztronómiájával.

A rendezvényről 50 televíziós stáb és újságíró tudósít.

A Cartoon Forum korábbi helyszínei:

1990	Lanzarote
1991	Saint-Malo
1992	Florence
1993	Inverness
1994	Azores
1995	Turku
1996	Galway
1997	Arles
1998	Syros
1999	Córdoba
2000	Gotland
2001	Garmisch-Partenkirchen
2002	Eryri
2003	Varese
2004	Galicia
2005	Kolding
2006	Pau
2007	Girona
2008	Lugwigsburg
2009	Stavanger

2010 Sopron

AZ EURÓPAI FILMMŰVÉSZET KILÉP A NEMZETKÖZI PORONDRA

Az EU 5 millió eurónyi támogatást nyújt mintegy 40, a filmiparon belüli nemzetközi együttműködést célzó projekt számára

Az Európai Bizottság bejelentette, hogy 2009-ben 5 millió eurónyi összegben nyújt támogatást az európai filmipar és a harmadik országbeli filmesek közötti kulturális és kereskedelmi kapcsolatok megerősítésére. Az uniós támogatás révén az európai és az Európa határain kívül dolgozó filmkészítők, rajzfilmkészítők és más audiovizuális területen tevékenykedő szakemberek lehetőséget kapnak arra, hogy kölcsönös együttműködésen keresztül fejlesszék szakmai tudásukat és fellendítsék a filmipart. A támogatásból 40 projekt részesül majd, köztük képzési projektek, kölcsönös promóciós és filmforgalmazási kezdeményezések és filmbemutatók, továbbá olyan tevékenységek, melyek célja az európai és a külföldi közönség figyelmének felhívása a külföldi filmekre. A támogatás a filmszakmán belüli nemzetközi együttműködés elősegítésére létrejött MEDIA International elnevezésű uniós kezdeményezés részét képezi. A 2008-as évvel összehasonlítva, 2009-ben több mint kétszeresére nőtt a támogatás összege és a támogatásra kiválasztott projektek száma (az EU a múlt évben 2 millió euróból 18 projektet támogatott). A növekedés annak köszönhető, hogy 2008 decemberében az Európai Parlament megszavazta a filmszakmán belüli nemzetközi együttműködés támogatására szánt költségvetés megemelését.

„Európa izgalmas, kulturálisan sokszínű és innovatív filmipart tudhat magáénak, mely nagy lelkesedéssel oszthatja meg tudását a világ más részein élő, az audiovizuális területen tevékenykedő szakemberekkel, továbbá e szakemberek eltérő kulturális hátterébe és tapasztalatába történő betekintés révén szívesen tanulna is tőlük” mondta Viviane Reding, az EU média-

ügyekért felelős biztosa. „A projektfinanszírozásra szánt 5 millió eurónyi támogatás bejelentése azt bizonyítja, hogy az EU egyre inkább elkötelezi magát az európai audiovizuális ipar nemzetközi szinten való fellendítése mellett. Különösen nagy örömmel fogadtam az Európai Parlament határozatait, melyek rávilágítottak, hogy milyen fontos a kontinens és a partneror-

szágok filmiparának számára a határokon átívelő együttműködés és a kulturális sokszínűség.”

Annak támogatására, hogy az európai filmipar még inkább megmutatkozhasson nemzetközi szinten, az Európai Bizottság ismertette azt a 40 projektet, mely a 90 pályázó közül támogatásban fog részesülni a három éves időtartamot (2008-2010) felölelő uniós támogatási program, a MEDIA International keretén belül. Az Európai Parlament 2008 decemberében 2009-re 5 millió eurónyi megemelt költségvetést szavazott meg e célra. A bejelentés az EU azon felfokozott erőfeszítéseinek első lépése, melyek célja a kínálat szélesítése a fogyasztók számára azáltal, hogy az európai és nemzetközi piacra a filmek egyre színesebb palettáját hozza be, továbbá hogy az európai és a világ többi táján élő audiovizuális szakemberek számára új üzleti lehetőségeket teremtsen.

Összesen 23 képzési projekt támogatására kerül sor, melyek célja az európai és a világ más tájairól érkező szakemberek összefogása annak érdekében, hogy elmélyítsék tudásukat a külföldi audiovizuális piacokat jellemző működési feltételek, jogi keretek és finanszírozási lehetőségek terén. Így például a Babylon International projekt keretében nyugat-afrikai orszá-



gokkal együttműködésben fognak szakmai műhelyeket szervezni.

Továbbá tíz olyan projekt részesül támogatásban, melyek az audiovizuális alkotások nemzetközi piacokra való bejutását és forgalmazásuk megkönnyítését hivatottak segíteni. A Lab Toronto produkciós iroda a Torontói Nemzetközi Filmfesztivállal kialakított szoros kapcsolatait felhasználva kíván olyan feltörekvő európai és kanadai producerek számára új lehetőségeket teremteni, akik nemzetközi koprodukcióban kívánnak megvalósítani jelentős projekteket.

Az EU továbbá 4 olyan projektet is támogat, mely európai és harmadik országbeli filmek

Előzmények: A MEDIA International előkészítő intézkedést az uniós intézmények 2007-ben fogadták el azzal a céllal, hogy megnyissa az utat az új MEDIA MUNDUS program számára. A filmszakmabeli együttműködés elősegítését megcélzó új program 2011–2013 között 15 millió eurónyi támogatást nyújt majd az európai audiovizuális szakmában kínálkozó globális együttműködési lehetőségek iránti megnövekedett érdeklődés kihasználására.

A jelenlegi MEDIA 2007 Program Európán belül a 2007–2013 közötti időszakban 755 millió eurós támogatást nyújt Európa audiovizuális ipara számára szakemberek képzéséhez, filmgyártáshoz, valamint az alkotások európai terjesztéséhez és reklámozásához. Az elmúlt években számos Európában gyártott és a MEDIA Program által támogatott film nyert neves díjakat, így is bizonyítva, hogy érdemes támogatni a filmpárt. Így például a Cannes-i filmfesztiválon Arany Pálma díjat nyert *Az osztály c.* francia film, a zsűri nagydíját hozta el a *Gomorra c.* olasz film, továbbá Oscar-díjat nyert az osztrák-német koprodukcióban készült *Pénzhamisítók*, a francia *Piaf* és legutoljára a brit *Gettómilliomos*.

A MEDIA International program által ez idáig támogatott projektek listája:

http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/international/projects/index_en.htm

További információk a MEDIA MUNDUS programról:

http://ec.europa.eu/information_society/media/mundus/index_en.htm

egymás piacain történő forgalmazásával foglalkozik. Ezek közül is kiemelkedik a Ventana Sur projekt, mely az argentin Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales és a Cannes-i Nemzetközi Filmvásár közötti együttműködésnek köszönhetően latin-amerikai filmprodukciók számára kínál új piacot Buenos Aires-ben.

Az EU továbbá a 342 európai és 183 harmadik országbeli filmszínházból álló és az európai, mediterrán térségbeli, ázsiai és latin-ameri-

kai filmek bemutatását célzó Europa Cinemas hálózatot is támogatja.

Végül a MEDIA International két olyan projektet is felkarol, melyek a külföldi filmek potenciális nézőközönségének körét kívánja növelni. Egyikük, az Operation Kino projekt hordozható digitális projektor felhasználásával kíván eljuttatni európai és nemzetközi filmeket olyan térségekbe, ahol kevéssé van lehetőség moziba járásra.

TV SUGÁRZÁS

Flóra Film Kft. • 300 Tons of Gold	46 000
Studio Baestarts Kft. • Huhu	89 000
	EUR 135 000

SZELEKTÍV MOZI FORGALMAZÁS

Anjou-Lafayette Bt.	4 000
Atlantis Entertainment CZ SRO	14 000
Best Hollywood Kft.	20 000
Budapest Film Kft.	23 000
Cirko Film – Másképp Alapítvány	39 000
Corner Film Kft.	6 000
Forum Hungary Kft.	9 000
Magyar Filmklubok és Filmbarátok Szöv.	4 000
Szuez Film kft.	25 000
	EUR 164 500

GYÁRTÁS-ELŐKÉSZÍTÉS / EGYEDI PROJEKTEK

BGB Film Kft. • The Hole of Sejdian	17 100
Librecine Bt. • El Destello	25 000
Extreme Film • Zoe	60 000
	EUR 102 100

GYÁRTÁS-ELŐKÉSZÍTÉS / CSOMAGTERVEK

Inforg Studio	110 718
	EUR 212 818

i2i AUDIOVISUAL

Print KMH Kft. • Adrienn Pál	50 000
Hunnia Filmstúdió Kft. • The Hope	33 567
	EUR 83 567

SZAKMAI ALAPKÉPZÉS

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem	
Animation sans Frontières, the Animation Production Workshop 2010–2011	186 000
Formation des Formateurs	70 000
Színház- és Filmművészeti Egyetem	
Il était une fois... under € 1m European Film School Forum II	60 000
Asociata Aristoteles Workshop	129 626
	EUR 445 626

MEDIA összes támogatás:	EUR 1 041 511
A támogatások összege nem végleges.	

Vélemények a MEDIA Programról

„Több olyan filmes képzésen is részt vettem, mely nagyon sokat lendített azon célom elérésében, hogy projektemmel bekapcsolódjak az európai dokumentumfilm-marketbe, ami nem egyszerű egy új EU tagország filmesének, főleg hogy nincs tradíciója a nemzetközi koprodukciónak készülő dokumentumfilmeknek Magyarországon. A MEDIA képzések között megemlíthetem a prágai EDF szervezésében az EX ORIENTE és a lengyel DRAGON FÓRUMOT, melyek a közép- és kelet-európai dokumentumfilmeket segítik. (...) A Discovery Masterclass előadásain pedig a külföldi TV csatornák dokumentum-műsorainak felelős szerkesztőivel találkozhattam. A 2009-es pozsonyi Film és Marketing Stratégia előadás nagyon sok támpontot adott a 2010 őszén bemutatandó új filmem marketing stratégiájához. Mindezen továbbképzések projektfejlesztési workshopok eredményeként második egészestés dokumentumfilmem már 7 külföldi Tv csatorna részvételével a MEDIA Development és TV Broadcasting pályázaton elnyert támogatással jön létre.”

TARR ERIKA, HUNNIA FILMSTÚDIÓ

„A Daazo.com – The European Short Film Centre projekttel pályáztunk a MEDIA program Video on Demand pályázatára (...) annak ellenére, hogy sokan óva intettek a bennünket: komolyabb múlt és tőke nélküli vállalkozás esélytelenül indul a MEDIA-nál. Mi mégis megpróbáltuk, és nekünk lett igazunk, hiszen elnyertük az igényelt összeget, ami nagy segítséget jelentett cégünk beindításához, úgy anyagilag, mint megbecsültségben. Az a tapasztalatunk ugyanis, hogy a MEDIA támogatás védjegy, belépő az európai filmes piacra.”

DEÁK DÁNIEL, DAAZO.COM

„A MEDIA i2i kamattámogatást nagyon hasznosnak tartjuk, mert a gyártó terheit csökkenti, nem beszélve a biztosításra és esetleges befejezési garanciára igénybe vehető összegekről. (...) Ez a támogatás az adott film cashflow-ját is segítheti, mivel a támogatási összeg 70 %-át már a szerződéskötéskor folyósítják. (...) A pályázati és elszámolási eljárás áttekinthető és logikus, figyelembe veszi a szakma jellemzőit. A MEDIA előkészítési támogatás is komoly segítséget jelent a producerek számára, különösen mióta nem visszatérítendő. A költségesebb előkészítést igénylő, nemzetközi koprodukciónak esetében nagy súlyt helyez a filmek nemzetközi forgalmazási potenciáljára, mely egy magyar vagy magyar nyelven készülő kisebbségi külföldi koprodukciós művészfilmmel hátrányt jelenthet.”

KOCSIS TIBOR, FLORA FILM INTERNATIONAL

„Két pályázatunk, a Training for the Trainers és az ASF megtisztelő partnerségi viszonyt, és egyfajta rangot is jelent, amire büszkék vagyunk. (...) A nagy presztízzsel rendelkező európai oktatási intézmények megismerhették szakmai munkánkat. Tapasztalataink alapján a következő előnyöket sorolhatom fel:

- szakmai fejlődés, tapasztalatszerzés
- nemzetközi ismertség megszerzése szakmai körökben, részvétel európai szakmai fórumokon
- közös projektek fejlesztésének lehetősége (tartalom- és curriculum fejlesztés egyaránt)
- hallgatók pályakezdésének elősegítése, karrierkezdés megkönnyítése
- PR és publicitás, és mindenekelőtt networking.”

FÜLÖP JÓZSEF, MOME

JELENTŐS EURÓPAI MARKETEK, FESZTIVÁLOK 2010-BEN

■ ROTTERDAM INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

január 27–február 7.

www.filmfestivalrotterdam.com

■ CINEMART

Rotterdam International Film Festival

január 31–február 3.

<http://www.filmfestivalrotterdam.com/professionals/cinemine/>

■ BERLIN INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

február 11–21.

www.berlinale.de

■ EUROPEAN FILM MARKET • MEDIA stand

Berlin International Film Festival

február 11–21.

<http://www.efm-berlinale.de/>

■ TALENT CAMPUS

Berlin International Film Festival

február 13–18.

<http://www.berlinale-talentcampus.de/>

■ CARTOON MOVIE

Lyon, Franciaország

március 3–5.

www.cartoon-media.eu

■ MIPDOC • MEDIA stand

Cannes, Franciaország

április 10–11.

www.mitworld.com

■ MIPTV • MEDIA stand

Cannes, Franciaország

április 12–16.

www.mitworld.com

■ CANNES INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Az akkreditáció megkezdődött

május 12–23.

<http://www.festival-cannes.fr>

■ MARCHÉ DU FILM • MEDIA stand

május 12–23.

Cannes International Film Festival

<https://www.marchedufilm.com/>

■ KARLOVY VARY INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

július 2–10.

www.kviff.com

■ SARAJEVO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

július 23–31.

<http://www.sff.ba/content.php/en/cinelinek>

■ CINELINK

július 23–31.

Sarajevo International Film Festival

www.sff.ba

■ CARTOON FORUM

Sopron, Magyarország

szeptember 14–17.

www.cartoon-media.eu

■ MIPCOM • MEDIA stand

Cannes, Franciaország

október 4–8.

www.mitworld.com

AKTUÁLIS MEDIA PÁLYÁZATI HATÁRIDŐK

17/2009 i2i Audiovisual

1. határidő: **2010. február 5.**

2. határidő: **2010. július 7.**

18/2009 TV sugárzás

1. határidő: 2009. november 27.

2. határidő: **2010. március 5.**

3. határidő: **2010. június 28.**

19/2009 Szelektív mozi forgalmazás

1. határidő: 2009. december 1.

2. határidő: **2010. április 1.**

3. határidő: **2010. július 1.**

20/2009 Gyártás-előkészítés / Egyedi projektek

1. határidő: 2009. november 27.

2. határidő: **2010. április 12.**

20/2009 Gyártás-előkészítés / Csomagtervek

1. határidő: 2009. november 27.

2. határidő: **2010. április 12.**

21/2009 Gyártás-előkészítés / Interaktív alkotások

1. határidő: 2009. november 27.

2. határidő: **2010. április 12.**

23/2009 Fesztiválok

1. határidő: 2009. november 27.

2. határidő: **2010. április 30.**

24/2009 Piaci hozzáférés

1. határidő: 2009. december 7.

2. határidő: **2010. június 30.**