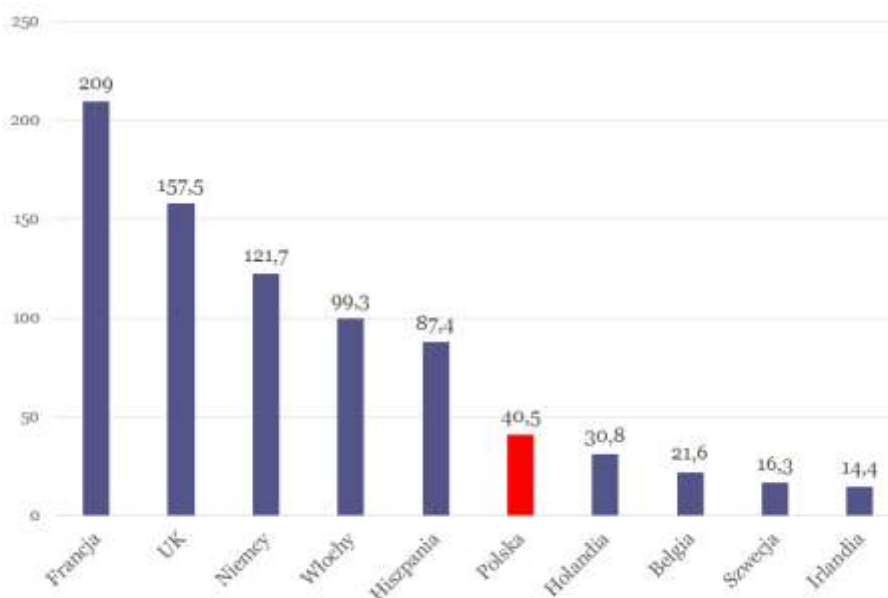


Rynek dystrybucji zmienia się

Podczas trwania Tarnowskiej Nagrody Filmowej odbyła się debata „Specyfika filmowego rynku dystrybucyjnego w Polsce”, której gośćmi byli przedstawiciele branży – Artur Liebhart (Against Gravity) i Sławomir Salamon (Forum Film Poland).

- Widownia powstaje z tego, co się dzieje dookoła nas, z tego jakie są nurty w kulturze – zwraca uwagę Artur Liebhart.

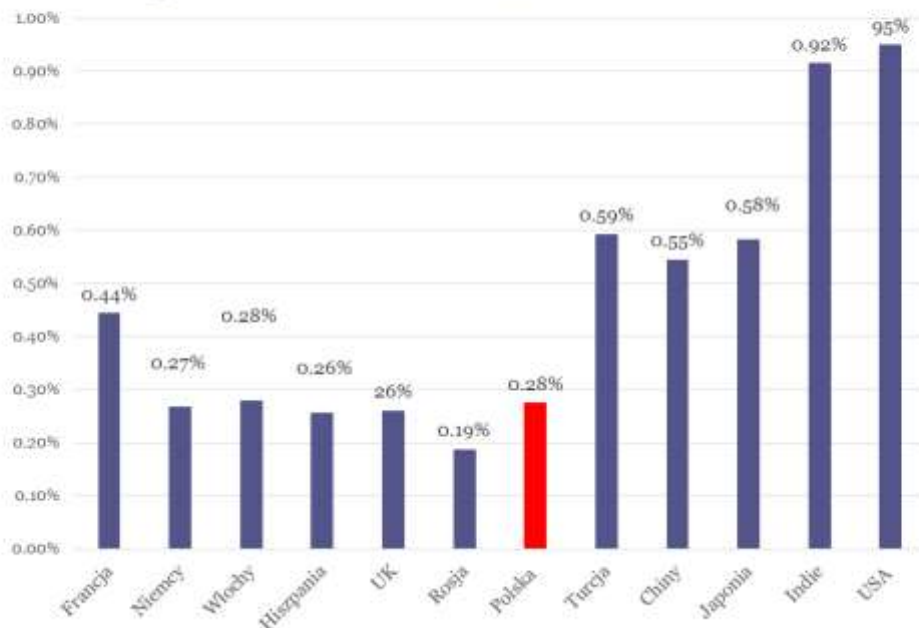
Top 10 admissions in EU 2014 (*mln)



Według statystyk publikowanych przez European Audiovisual Observatory do kin przyszło w 2014 ok. 6,6 mld ludzi na całym świecie. Jak podkreślają wszyscy analitycy branży, kina muszą mierzyć się z ogromnym zagrożeniem, jakim jest powszechna dostępność filmów na różnego typu serwisach VOD. Należy jednak podkreślić że odbiór filmu w kinie jest atrakcyjny i nadal przyciąga ludzi. „Magia wyjścia z domu i wspólnego uczestnictwa w odbiorze filmu na dużym ekranie cały czas działa” – mówi Sławomir Salamon. - Jesteśmy szóstym rynkiem w Europie (pozostałe, według kolejności: Francja, Wielka Brytania, Niemcy, Włochy i Hiszpania). Być może globalny rynek kinowy rośnie, jednak statystyczny mieszkaniec Stanów Zjednoczonych chodzi do kina 5,5 raza rocznie i wskaźnik ten niestety maleje.

Jaki procent europejskich widzów ogląda na dużym ekranie lokalne produkcje? Te liczby wahają się pomiędzy 20 a 30 procent. W 2014 roku 27 procent polskich widzów wybrało filmy polskie. W Niemczech w tym samym okresie rodzimą produkcję obejrzało ok. 26 procent, a w Hiszpanii ok. 25 procent. Natomiast we Francji aż 44 procent. – „Jeśli Polacy pokochają polskie filmy tak jak Francuzi francuskie, procent może wzrosnąć do 40” – dodaje Salamon.

Produkcje lokalne 2014



Polska jest dosyć dużym rynkiem. Do kin chodzi średnio 40 mln widzów rocznie, a w rekordowym 2015 roku liczba widzów przekroczyła 45 mln. Widać zatem tendencję wzrostową. Docelowo dystrybutorzy pragną osiągnąć pułap 60 mln widzów. Dla porównania w Stanach Zjednoczonych do kin chodzi rocznie 1,2 mld widzów, a jest to ogromny rynek. Produkcje rodzime zajmują tam aż 95 procent (5 procent pozostaje dla kina zagranicznego, w tym polskiego). Jak doskonale wiemy, bardzo trudno jest się przebić tam produkcjom z innych krajów. Nie lepiej jest w Europie. Pomimo, że lokalne produkcje w krajach rodzimych są chętnie oglądane, to bardzo rzadko odnoszą sukcesy na innych rynkach kontynentu. W UE istnieje kilka programów operacyjnych wspomagających dystrybucję produkcji europejskich na innych rynkach lokalnych, jednak nie jest to zjawisko częste.

W 2015 roku do polskich kin wprowadzono aż 343 tytuły, w tym 42 polskie. Tylko 7 filmów przekroczyło pułap 1 mln widzów, a 12 – pułap 500 tys. widzów. Na filmy polskie wybrało się 8,3 mln widzów: – „Będzie dobrze jeżeli ta liczba przekroczy 10 mln (jak w 2011 roku)” – dodaje Salamon. - Przyjmuje się w branży dystrybucyjnej, że jeżeli film osiągnie 100 tys. widzów, to jest to wynik zadowalający i koszty wprowadzenia filmu do kin się zwróciły. Tymczasem w roku 2015 aż 246 tytułów nie dobiło do pułapu 100 tys. Co oznacza, że dystrybutorzy tych filmów pokryli poniesione straty z dochodów z innych pól eksploatacji (DVD, TV, PPV) lub pokryli brakujące sumy z wpływów wygenerowanych przez inne tytuły.

Milion widzów

2006 – 8 tytułów 1. Opowieści z Narnii 2. Tylko mnie kochaj 3. Ja wam pokażę 4. Jan Paweł II 5. Epoka lodowcowa 2 6. Kod da Vinci 7. Piraci z Karaibów: skrzynia umarlika 8. Karol – Papież, który pozostał człowiekiem	2007 – 7 tytułów 1. Dlaczego nie 2. Testosteron 3. Piraci z Karaibów: Na krańcu świata 4. Shrek Trzeci 5. HP i Zakon Feniksa 6. Katyń 7. Ratatuj	2008 – 5 tytułów 1. Lejdis 2. Nie kłam, kochanie 3. Kung Fu Panda 4. Mamma Mia! 5. Świadectwo	2009 – 8 tytułów 1. Madagaskar 2 2. Popieluszko 3. Kochaj i tańcz 4. Anioły i demony 5. Epoka lodowcowa 3D 6. HP i Księżę Półkrwi 7. 2012 8. Avatar	2010 – 5 tytułów 1. Alicja w Kr. Cz. 2. Shrek Forever 3D 3. Incepcja 4. Śluby panieńskie 5. HP i Insignia śmierci cz1
2011 – 7 tytułów 1. Och, Karol 2 2. Piraci z Karaibów 4 3. Kac Vegas w Bangkoku 4. Auta 2 3D 5. HP i Insignia śmierci cz2 6. Bitwa Warszawska 3D 7. Listy do M	2012 – 7 tytułów 1. Madagaskar 3 2. Skyfall 3. Epoka lodowcowa 3 4. Jesteś bogiem 5. Hobbit 1 6. W ciemności 7. Zmierzch 4	2013 – 3 tytuły 1. Hobbit 2 2. Drogówka 3. Kraina lodu	2014 – 5 tytułów 1. Bogowie 2. Hobbit 3 3. Miasto 44 4. Jack Strong 5. Jak wytresować smoka 2	2015 – 7 tytułów 1. Listy do M 2 2. Gwiezdne wojny: Przebudzenie mocy 3. Spectre 4. 50 twarzy Greya 5. Pingwiny z Madagaskaru 6. Minionki 7. Hotel Transylwania 2

2006 – 2015

Do kin weszło:	2 942 filmów
W tym polskich produkcji:	370
Filmów, które osiągnęły wynik ponad 1mln:	62
W tym polskich tytułów:	23

Należy jednak pamiętać, że cały czas przychody z kin zależą w dużym stopniu od produkcji wielkich studiów amerykańskich, czyli tzw. „majors”. W skład tej „wielkiej szóstki” wchodzi wytwórnie Universal, Paramount, Fox, Warner Brothers, Sony i Disney. W roku 2014 przychody z filmów dystrybuowanych przez majors stanowiły 42 procent a w 2015 już 57 procent ogółu wpływów w polskich kinach.

Bardzo ciekawa jest historia Disneya z ostatnich kilku lat. Strategia intensywnego kupowania mniejszych wytwórni, takich jak Marvel, Pixar i Lucasfilm, zapewniła gigantowi prawo do wykorzystywania postaci i fabuł, będących najbardziej kasowymi i spektakularnymi wydarzeniami w dziejach kina. Wystarczy, że każdy z tych oddziałów Disneya wyprodukuje jeden film rocznie. „Na ten jeden film pracują ogromne zespoły specjalistów” – mówi Salamon. W ten sposób można skoncentrować się na małej liczbie tytułów, ale za to istnieje duże prawdopodobieństwo, że takie filmy osiągną globalny sukces. Disney w ten sposób stał się największym globalnym koncernem medialnym.

Każda branża ma swoją sezonowość. Filmy polskie też podlegają tej sezonowości. Dzieląc rok na cztery kwartały, można przyjąć, że polskie filmy zarabiają w pierwszym i ostatnim kwartale roku. Tutaj polscy producenci unikają lata. Branża wierzy, że sukces polskich filmów zależy od uczniów i studentów, a ci latem są na wakacjach. Polscy producenci nie chcą również konkurować z blockbustami zza oceanu.

Cyfryzacja spowodowała, że wszystkie kina stały się kinami pierwszego rzutu. Kopia cyfrowa jest tańsza i bardziej dostępna. Kiedyś kopie były tak drogie, że najpierw dostawały je lepsze kina, a po jakimś czasie film trafiał do pozostałych. Kino musiało zatem czekać na swoją kolejkę. Stosowanie taktyki pierwszego rzutu to także obrona przed piractwem. Dlatego amerykańskie studia startują z blockbustami w tym samym czasie na całym świecie. Tym sposobem film „spiratowany” będzie

dostępny już tylko po premierze. A największe pieniądze zdobywa się w pierwszy weekend wyświetlania.

„Właściciele multipleksów patrzą w jedną stronę – w stronę studiów amerykańskich. I wszyscy się modlą, żeby Amerykanie nadal produkowali filmy do kina” – dodaje Salamon. Studia stawiają głównie na science-fiction, fantasy i filmy dla dzieci, brakuje natomiast tzw. filmów środka – z ciekawą fabułą i wybitnymi aktorami. Produkują je często spółki, działające w nurcie niezależnym. Ryzyko wprowadzenia tego typu filmów do kin jest ogromne i bardzo wpływy nie rekompensują kosztów produkcji.

Cyfryzacja zmieniła też możliwości różnych pól eksploatacji. W przeszłości filmy zarabiały na sobie w pierwszym okresie dystrybucji w kinach, a później generowały kolejne przychody z pól eksploatacji na DVD/Blu-ray, czy w telewizji. - W tej chwili wpływy z TV będą prawdopodobnie maleć. Telewizja premium musi toczyć walkę o widzów z Internetem i z usługami VOD. Jednak dla dystrybutorów malejące wpływy z DVD i różnych telewizji nie są rekompensowane z wpływów z Internetu i usług VOD. Można powiedzieć, że filmy bardzo szybko się starzeją i ich wartość szybko spada.

Rynek medialny analizuje również zachowania młodych odbiorców w wieku do 30 lat. Obraz jaki się wyłania pokazuje, że konsumpcja mediów w pokoleniu tabletów nie napawa menedżerów optymizmem. Konsumenci nie oglądają telewizji linearnej tak jak starsze pokolenia. Jeśli oglądają programy lub seriale telewizyjne, to właściwie tylko w Internecie i w dowolnie wybranym czasie. Również filmy pełnometrażowe są w dużym stopniu oglądane w Internecie. Jednak większość usług w sieci jest darmowa lub dostępna za niewielką opłatą w abonamencie, a wpływy z tego tytułu są zbyt niskie, żeby pokryć rosnące koszty. Dlatego kino amerykańskie stawia na sprawdzone widowiska i spektakularne filmy fantasy i SF tak aby duży ekran był atrakcyjniejszy od ekranu komputerowego. Jednak wielkie widowiska są kosztowne. Wszyscy w branży medialnej głowią się, jak to sfinansować. Czekają nas duże zmiany, a sytuacja jest cały czas bardzo, bardzo dynamiczna.

Debata "Specyfika filmowego rynku dystrybucyjnego w Polsce" odbyła się 27 kwietnia 2016 roku w Tarnowskim Centrum Kultury.

30. Tarnowska Nagroda Filmowa odbywa się pod patronatem Stowarzyszenia Filmowców Polskich. Patronami medialnymi festiwalu są "Magazyn Filmowy" i serwis internetowy www.sfp.org.pl.

Źródła:

Albert Kiciński / Tarnowska Nagroda Filmowa, „Rynek dystrybucji zmienia się”
Wyszukane: 01.06.2015, w: <http://www.sfp.org.pl/wydarzenia,5,23109,1,1,-.html>

Sławomir Salamon, „Prezentacja na Tarnowskiej Nagrodzie Filmowej”,
27.04.2016 Tarnów