

AKTUÁLIS MEDIA PÁLYÁZATI HATÁRIDŐK

17/2009 IZI AUDIOVISUAL

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: **2010. február 5.**
2. határidő: **2010. július 7.**

Független gyártó vállalatok pályázhatnak, melyek fölött nem gyakorol többségi kontrollt televíziós műsorsugárzó.

A támogatás célja a független európai produkciós vállalatok segítése külső források megszerzésében bankoktól és pénzintézetektől az alábbi költségek társfinanszírozása révén:

- Modul 1. Biztosítási költségek/Modul 2. Befejezési garancia költségei/Modul 3. Pénzügyi költségek

18/2009 TV SUGÁRZÁS

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. november 27.
2. határidő: **2010. március 5.**
3. határidő: **2010. június 28.**

Független gyártó vállalatok pályázhatnak, melyek fölött nem gyakorol többségi kontrollt televíziós műsorsugárzó. A pályázat benyújtásakor a projekt költségvetési finanszírozásának minimum 50%-át kell garantálni harmadik féltől származó finanszírozási forrásokból.

A pályázatban részt kell, hogy vegyen legalább két műsorsugárzó cég, -koprodukció, vagy elővásárlás formájában- legalább két, különböző nyelvetterülethez tartozó MEDIA tagországból.

19/2009 SZELEKTÍV MOZI FORGALMAZÁS

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. december 1.
2. határidő: **2010. április 1.**
3. határidő: **2010. július 1.**

Európai mozi forgalmazó vállalatok pályázhatnak. Csak olyan csoportosulások támogathatók, melyekben legalább öt, különböző nemzeti területeken működő

forgalmazó vesz részt (lehetőleg különböző nyelvi területekről), melyek egy vagy több európai, nemzeti film forgalmazására pályáznak.

20/2009 GYÁRTÁS-ELŐKÉSZÍTÉS / EGYEDI PROJEKTEK

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. november 27.
2. határidő: **2010. április 12.**

Független gyártó vállalatok pályázhatnak, melyek esetében a cégbejegyzés legalább 12 hónapja történt. Nincsenek követelmények a vállalat forgalmára, vagy nyereségére vonatkozóan, ám a vállalatnak igazolnia kell pénzügyi képességeit.

20/2009 GYÁRTÁS-ELŐKÉSZÍTÉS / CSOMAGTERVEK

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. november 27.
2. határidő: **2010. április 12.**

Független gyártó vállalatok pályázhatnak, melyek esetében a cégbejegyzés legalább 3 éve történt. A csomagtervekhez nyújtott támogatás azoknak a vállalatoknak szól, melyek rendelkeznek már nemzetközi tapasztalatokkal, és megvan a pénzügyi kapacitásuk ahhoz, hogy egyidejűleg több projekt fejlesztését végezzék. A pályázó vállalatnak 3–6 projektet magába foglaló fejlesztési tervet kell benyújtania.

21/2009 GYÁRTÁS-ELŐKÉSZÍTÉS / INTERAKTÍV ALKOTÁSOK

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. november 27.
2. határidő: **2010. április 12.**

Független európai vállalatok pályázhatnak, amelyek fő tevékenysége az audiovizuális és/vagy interaktív alkotások gyártása.

Támogatás az alábbi kategóriákra kérhető:

- Interaktív alkotások számítógépre, mobiltelefonra, játékkonzolokra és kézi eszközökre.
- Új formátumú koncepciók fejlesztése a digitális televízióhoz, internethez, mobil kézi eszközökhöz, ahol az interaktivitás és a narratív elemek fontos szerepet kapnak.

A projekteket minden esetben kereskedelmi céllal kell megvalósítani.

23/2009 FESZTIVÁLOK

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. november 27.
2. határidő: **2010. április 30.**

Független európai vállalatok, akik részt vállalnak európai filmfesztiválok szervezésében. Kizárólag olyan fesztiválok jogosultak a támogatásra, amelyek a teljes fesztiválprogram legalább 70%-ban európai, valamint legalább tíz, a MEDIA Programban résztvevő országból származó filmeket vetítenek.

24/2009 PIACI HOZZÁFÉRÉS

A pályázatok beadási határideje:

1. határidő: 2009. december 7.
2. határidő: **2010. június 30.**

Az audiovizuális szektorhoz tartozó közintézmények és magánvállalatok pályázhatnak. A pályázat keretében az alábbi tevékenységek támogathatók:

- 1. Piaci hozzáférés szakemberek számára
- 2. Európai alkotások promóciója a gyártási fázistól kezdve
- 3. Adatbázisok és számítógépes alkalmazások létrehozása az európai filmes és multimédiás hálózatok szakmai szereplői számára
- 4. Közös európai promóciós tevékenységek



MEDIA DESK

MAGYARORSZÁG • HUNGARY

MEDIA 2007

2006. november 15-én az Európai Parlament és a Tanács elfogadta az európai audiovizuális ipart támogató új programot, a MEDIA 2007-et. A hét évig (2007 és 2013 között) tartó program költségvetése 755 millió euró.

A MEDIA 2007 elődeihez hasonlóan, a filmgyártást megelőző és az azt követő tevékenységeket (forgalmazás és promóció) támogatja.

A MEDIA II-vel (1996–2000) és a MEDIA Plus/MEDIA Traininggel (2001–2006) ellentétben a MEDIA 2007 egyetlen program keretében ítél meg Európai Unió támogatásokat.

AZ ÚJ IRÁNY

A digitális forradalom és az Európai Unió bővítésének az európai audiovizuális piacra gyakorolt hatása miatt szükségessé vált az új program prioritásainak és felépítésének alapos újragondolása. A MEDIA 2007 programot előkészítő konzultációk során világossá vált, hogy számos területen változtatásra lesz szükség. Elsőként lépéseket kellett tenni a piac és a technológia fejlődésének követésére, a digitalizálás következményeinek felmérésére. A MEDIA 2007 Programnak segítséget kellett nyújtania az új EU tagországokban élő audiovizuális szakemberek problémáikhoz, célzott és innovatív lépésekkel kellett segítenie a digitalizálás területét, valamint a kis- és középvállalkozások hitelhez jutását.

A MEDIA 2007 célkitűzéseit ezen követelmények alapján határozták meg:

CÉLKITŰZÉSEK:

- Az európai kulturális sokszínűség, filmes és audiovizuális örökségének megőrzése és fejlesztése, garantálni az európai állampolgároknak az ehhez való hozzáférést és a kultúrák közötti párbeszéd elősegítése.
- Az európai audiovizuális alkotások Európai Unión belüli és azon kívüli fejlesztésének elősegítése.
- Nyitott és kompetitív piac keretein belül az európai audiovizuális szektor versenyképességének megerősítése

VÉLEMÉNYEK A MEDIA PROGRAMRÓL

„Az utóbbi öt évben komoly erőfeszítéseket tettem, hogy dokumentumfilm-projektjeimmel bekapcsolódjak az európai dokumentumfilm-marketbe. Ez nem olyan egyszerű egy új EU tagország filmesének, kiváltképp akkor, ha nincs tradíciója a nemzetközi koprodukciónak Magyarországon. Előző egészsztes dokumentumfilmemmel, az Új Eldoráddal 16 ország fesztiválját látogattam meg, így megismerhettem a világ és főleg az európai dokumentumfilmek színvonalát, irányait, témáit. Ezek után fel tudtam mérni, mit kell tennem ahhoz, hogy ezt a színvonalat el tudjam érni magyar dokumentumfilmesként. Több olyan filmes képzésen is részt vettem, mely nagyon sokat lendített a kijelölt célok elérésében. Ezek között megemlíthetem a prágai EDF szervezésében az EX ORIENTE és a lengyel DRAGON FORUMOT. Mindkettő a MEDIA Program támogatásával segíti a közép- és kelet-európai dokumentumfilmeket. Emellett bekapcsolódtam az EDN munkájába is. Az Európai Dokumentumfilm Szövetség több rendezvényén is részt vettem: pl. pitching fórumokon Thessalonikitól, Lipcsén

át Sheffieldig. Itt sikerült megismerkednem a döntéshozókkal, producerekkel. A már megszűnt Discovery Masterclass előadásain pedig a külföldi TV csatornák dokumentum-műsorainak struktúrájával, felelős szerkesztőivel találkozhattam. Ezeket a workshopokat is a MEDIA támogatta. A legutóbbi rendezvény, amin részt vettem 2009 telén Pozsonyban, a Film és Marketing Stratégia címet viselte. Nagyon sok tanácsot és támpontot kaptam a 2010 őszen bemutatandó új filmem marketing stratégiájához. Összefoglalásként elmondhatom, hogy mindezen továbbképzések, projektfejlesztési workshopok eredményeként második egészsztes dokumentumfilmem, a *300 tonna arany* már 7 külföldi Tv csatorna részvételével a MEDIA Development és TV Broadcasting pályázaton elnyert támogatással jön létre...”

KOCSIS TIBOR, FLÓRA FILM

„A Daazo Kft. a »Daazo.com – The European Short Film Centre« projekttel pályázott a MEDIA Program Video on Demand pályázatra. A cég 2008 tavaszán alakult, ám 2007-től kezdve dolgoztunk a projekten, amelynek célja a rövidfilmek on-

line prezentálása, illetve egy kisfilmes közösségi portál létrehozása. A nyári kiírásra máris pályáztunk, 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 megbecsülésben. Az a tapasztalatunk ugyanis, hogy a MEDIA támogatás védjegy, belépő az európai filmes piacra. A támogatás gyakorlatilag utófinanszírozás-jellegű: az elköltött pénz fejében fizetik ki, szoros elszámolás után. Ez egyrészt motivációt jelent, hiszen nem támaszkodhatunk kizárólag a pályázatra, piaci alapokra kell helyeznünk projektünket, másrészt egy szerényebb tőkével rendelkező cég számára nehézséget jelenthet az önrész előteremtése. A jövőben szeretnék a támogatásban részesült projektek közötti kommunikációt fejleszteni, ám egyelőre csak remélni tudjuk, hogy az ötleteink meghallgatásra találnak Brüsszelben, hiszen egy hatékonyan működő európai VOD-piac kialakulásához szükség lenne a felek minél hatékonyabb együttműködésére, amely-

nek közös nevezője éppen a »MEDIA támogatás« védjegy lehet.”

DEÁK DÁNIEL, DAAZO.COM

„A Hunnia Filmstúdió elsősorban két támogatási fajtát vett igénybe, az i2i kamattámogatást, és a Gyártás-előkészítési Egyedi Projektek támogatást. 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. Az eljárásban egy kényelmetlen tényező van: a rendkívül hosszú döntési szakasz. A pályázati kiírás évente kétszer jelenik meg, és a pályázat beadásától számítva hónapok múlva születik döntés. Így gyakran előfordul, hogy a film már rég elkészül, mire a döntés megszületik, azaz a produkciók nem lehetnek biztosak abban, hogy ez a tervezett forrás rendelkezésre áll. Ebből adódhat még egy technikai probléma is, nevezetesen a MEDIA lo-

gó megjelenítése a filmek főcímében. A MEDIA előkészítési támogatások közül elsősorban a »Single Project« támogatásokban van tapasztalatunk, mert a »Slate Funding« séma bonyolultabb, és kevésbé alkalmazható számunkra. Ez a támogatásfajta is komoly segítséget jelent a producerek számára, költségsébb előkészítést igénylő, nemzetközi koprodukciónak esetében mindenképp, különösen mióta nem visszatérítendő. (...) A pályázati eljárás ebben az esetben is logikus. Az elszámolás tekintetében még nincs tapasztalatunk. Adminisztratív szempontból itt is segítséget jelentene a hivatalos döntési értesítő. A döntést megelőző szelekciós kritériumrendszer viszont nem mindig kedvez az ún. művészfilmeknek, és nagy súlyt helyez a filmek nemzetközi forgalmazási potenciáljára, mely egy magyar vagy magyar nyelven készülő kisebbségi külföldi koprodukciós művészfilmnél hátrányt jelenthet.”

TARR ERIKA, HUNNIA FILMSTÚDIÓ

„Két pályázatban, a Training for the Trainers és az ASF-ben (Animation Sans Frontier) vagyunk érintettek. Az utóbbi, konstrukciójából adódóan is, folyamatos munkavégzést és

tevékenységet jelent számunkra, míg az előbbi inkább egy nagyon megtisztelő partnerségi viszonyt, és egyfajta rangot is, amire büszkék vagyunk. Viszont a Training for the Trainers-nek köszönhetjük magát az ASF-et, hiszen mi ennek a szakmai fórumnak hála, a nagy presztízzsel rendelkező európai oktatási intézmények megismerhették azt a szakmai munkát, amit mi itt Budapesten végzünk, és felkértek minket az együttműködésre.

Pontokba szedve a következő közvetlen előnyöket sorolhatom fel:

- nemzetközi ismertség megszerzése szakmai körökben
 - szakmai fejlődés, tapasztalatszerzés elősegítése
 - közös projektek fejlesztésének lehetősége (tartalom- és curriculum fejlesztés egyaránt)
 - hallgatók pályakezdésének elősegítése, karrierkezdés megkönnyítése
 - szakmai (oktatási, tartalomfejlesztési) know-how átvételének lehetősége
 - megjelenés a legjelentősebb európai szakmai fórumokon
 - PR és publicitás
- A MEDIA képzési pályázat közvetett előnye pedig mindenképp a networking.”

FÜLÖP JÓZSEF, MOME