



BADANIE
POLSKIEGO
RYNKU
ANIMACJI
I VFX

WERSJA SKRÓCONA
RAPORTU KOŃCOWEGO
2015 ROK



BADANIE **POLSKIEGO** **RYNKU** **ANIMACJI** **I VFX**

WERSJA SKRÓCONA
RAPORTU KOŃCOWEGO
2015 ROK

Wykonawca:

ECORYS Polska Sp. z o.o.

ul. Solec 38 lok. 105;

00-394 Warszawa

tel: +48 22 339 36 40

faks: +48 22 339 36 49

email: ecorys@ecorys.pl

Zamawiający:

Film Commission Poland

ul. Krakowskie Przedmieście 7;

00-068 Warszawa

tel.: (+48) 22 556 54 40

fax: (+48) 22 845 39 08

email: office@filmcommissionpoland.pl

Partner Projektu:

Stowarzyszenie Producentów Polskiej Animacji (SPPA)



SPIS TREŚCI

1. Zarys sytuacji w branży animacji ///5

2. Animacja w Polsce wczoraj i dziś ///7

3. Cele i metodologia badania ///11

4. Wyniki i wnioski z badania ///15

- 4.1. Potencjał i wielkość sektora ///16
- 4.2. Talenty i edukacja ///19
- 4.3. Sytuacja finansowa studiów animacji i VFX ///20
- 4.4. Preferencje producentów ///23
- 4.5. Współpraca międzynarodowa ///24
- 4.6. Szkolnictwo w obszarze animacji ///26
- 4.7. Źródła finansowania animacji i VFX ///28

5. Rekomendacje ///35

- 5.1. Potencjał branży ///36
- 5.2. Preferencje producentów ///36
- 5.3. Rozwój widowni ///37
- 5.4. Współpraca w branży ///37
- 5.5. Finansowanie produkcji ///38
- 5.6. Zachęty finansowe dla inwestorów ///38

6. Studia przypadków ///39

- 6.1. Czechy ///40
- 6.2. Wielka Brytania ///43

7. Analiza SWOT sektora animacji i VFX ///47



1. ZARYS **SYTUACJI** **W BRANŻY** **ANIMACJI**

Na rozwój segmentu animacji i VFX w Europie i na świecie miał niewątpliwie wpływ postęp technologiczny, szczególnie obserwowany od połowy lat 90. Ciągłym zmianom ulegają oczekiwania widzów, których cechuje potrzeba bycia zaskakiwanym i łatwość integracji dużej ilości różnorodnych i silnych bodźców. Animacja jest więc istotna w kontekście wzrastającego zapotrzebowania na interaktywność.

Wraz z triumfem generowanych komputerowo animacji (ang. Computer Generated Images, CGI) w latach 90. zmieniło się postrzeganie sektora VFX i animacji, zarówno przez branżę filmową, jak i opinię publiczną. „(...) Obróbka cyfrowa i cyfrowa produkcja obrazu zrewolucjonizowały techniki pracy nad filmami animowanymi i techniki montażu oraz wywołały rewolucję w zakresie procesów produkcyjnych, narzędzi i profili zawodowych”¹. Klasyczne rozróżnienie na film animowany oraz film live-action nie znajduje już zastosowania w aktualnej produkcji kinowej, gdzie ponad połowę wszystkich filmowanych scen uzupełniają efekty specjalne generowane komputerowo². Niełatwy jest dziś także podział realizacji filmu na klasyczne etapy produkcji (praca na planie) i postprodukcji. Prace nad efektami specjalnymi, w ujęciu klasycznym zaliczanymi do postprodukcji, zyskały na znaczeniu, gdyż stanowią one integralną część procesu produkcji – także z perspektywy artystycznej. Rozpoczynają się – w zależności od potrzeb – na etapie kręcenia filmu bądź jeszcze wcześniej.

„Rozwój branży filmów animowanych generowanych komputerowo to natomiast prawdziwa historia sukcesu – niszowy i zorientowany na rodzimy sektor przeobraził się w jeden z najbardziej dochodowych gatunków filmowych”³.

Wciąż najbardziej dochodową wydaje się produkcja dobrych filmów animowanych na potrzeby emisji w kinach i TV. Film 3D skierowany do masowego odbiorcy (dzieci i ich rodziców) to tylko część sukcesu. Rozpoznawana przez dzieci postać z animacji staje się idealnym materiałem reklamowym.

„Sukces cyfrowych efektów specjalnych doprowadził w latach 90. do transformacji branży VFX i animacji, a także do powstania nowej definicji filmu animowanego. Następstwem coraz częstszego – od początku lat 90. – stosowania w filmach kinowych cyfrowych efektów specjalnych było powstanie w 1995 roku pierwszego filmu animowanego generowanego wyłącznie na komputerze (animacja CGI) (...) *Toy Story* (...) wyróżniono go Oscarem za pionierskie dokonania w dziedzinie animacji. W kolejnej dekadzie animacje CGI zaczęły wypierać filmy animowane w formie kreskówek. Źródłem sukcesu rynkowego należy upatrywać w szczególności w wynikach finansowych. Od czasu spektakularnego sukcesu animacji CGI filmy animowane stale powiększały swój udział w rynku. Obecnie każdego roku w grupie najbardziej dochodowych filmów znajduje się wiele filmów animowanych (...)”⁴.

Na liście 100 najbardziej dochodowych filmów fabularnych świata z 2015 roku nie ma ani jednej produkcji, która nie zawierałaby cyfrowych efektów specjalnych lub animacji generowanych cyfrowo; w pierwszej dziesiątce znajdują się dwa filmy animowane: *Frozen (Kraina Lodu)* Studia Buena Vista i *Minions (Minionki)* Studia Universal⁵.

1 /// Etap I Pitching. Magazyn Creative Europe Desk Polska nr 2/2015. S. 15.

2 /// Raport na temat branży VFX i filmów animowanych w Badenii-Wirtembergii Analiza status quo i prognoza w zakresie wsparcia branży. Goldmedia GmbH Strategy Consulting. STUTTGART/BERLIN maj 2011. s. 19.

3 /// Ibidem, s. 19.

4 /// Ibidem, s. 24.

5 /// Za <http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/> [pobrano: 09.2015 rok].

2.
ANIMACJA
W POLSCE
WCZORAJ
I DZIŚ

„W przedwojennej Polsce film animowany – adresowany do dziecięcej widowni – w ogóle nie istniał. Warunki, w których próbowano realizować pierwsze animacje po wojnie, były trudne. Prymitywne środki techniczne, brak przygotowania fachowego oraz tradycji w tym rodzaju aktywności filmowej spowodowały, że zaczynano niemal od zera. To był czas nauki, czas opanowywania warsztatu (...). Według ówczesnych poglądów film powinien przede wszystkim uczyć, a dopiero później – i ewentualnie – bawić. Odwrócenie tej zasady (stosowane z powodzeniem przez mistrza dziecięcej animacji – Walta Disneya) przyniesie dopiero przełom 1956 roku”⁶. „Film animowany szybko zaczął zmieniać swoje oblicze: proste, szablonowe historyjki coraz częściej zastępowano filmami o ambicjach artystycznych, w których miejsce dotychczasowej dydaktyki zajęła rozrywka czy też refleksja, podana często w nowej, atrakcyjnej plastycznie formie”⁷.

„Szybki rozwój telewizji w latach 60. spowodował jej zainteresowanie animacją, w szczególności animacją dla dzieci. Specyfika telewizji sprawiła, że najbardziej pożądanym towarem stały się animowane seriale. „Od 1961 roku, kiedy to w warszawskim Studiu Miniatur Filmowych powstał pierwszy serial dla dzieci (Jacek Śpioszek), seriale animowane będą dominować nad filmem animowanym, spychając go na margines”⁸. Na lata 60-70. przypadła produkcja serialu Przygody Misia Colargola. Miś Uszatek powstawał w latach 70. i 80. Również w latach 80. w polskiej animacji dla dzieci – podobnie jak na całym świecie – dominowały seriale.

Sukcesy polskiej szkoły animacji przypadające na lata 60. i 70. w znacznym stopniu wynikały z częstej obecności polskiej animacji na forum międzynarodowym; kres tej formacji nastąpił, gdy zaniechano kontaktów z głównym nurtem światowej kinoplastyki. „Relacje między polską szkołą a innymi kinematografiami miały też charakter oficjalny. W latach 60. i 70. Polska była aktywnym członkiem Międzynarodowego Stowarzyszenia Filmu Animowanego (ASIFA – Association Internationale do Film d’Animation). (...) Dzięki ASIFA sprowadzano do Polski filmy z całego świata i na odwrót – promowano rodzimą animację za granicą. (...) warto dodać, że pozycja krajów bloku wschodniego była w Stowarzyszeniu bardzo silna”⁹.

Na przestrzeni czasu od zakończenia drugiej wojny światowej do roku 1989 działało w Polsce pięć państwowych studiów filmów animowanych: w Bielsku-Białej, Krakowie, Łodzi, Warszawie i Poznaniu. Centralne finansowanie animacji z budżetu państwa spowodowało, że pomimo, iż warunki pracy w branży nie były łatwe (sprzęt dostępny w tym okresie w Polsce i innych krajach bloku wschodniego bardzo odstawał od tego, którym dysponowali animatorzy w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej), produkcja filmów animowanych nie tylko stała na wysokim poziomie, ale również miała duże rozmiary. Np. studio w Łodzi wyprodukowało 17 seriali lalkowych i rysunkowych, studio w Bielsku-Białej – 16 (wśród nich *Bolek i Lolek* i *Reksio*, które były nagrywane po 23 lata), studio w Krakowie od 1966 do 1996 roku wyprodukowało 270 filmów, a studio w Warszawie począwszy od 1958 roku – około 1500 filmów.

6 /// 65 lat polskiej animacji dla dzieci. Armata J. Polski Instytut Sztuki Filmowej, Muzeum Kinematografii w Łodzi, 2012, s. 28.

7 /// Ibidem, s. 30.

8 /// Ibidem, s. 32.

9 /// Sitkiewicz P., 2011, Polska szkoła animacji, Wyd. Słowo/ Obraz terytoria, Gdańsk, s. 85.

W 1989 roku polska kinematografia – w wyniku przekształceń ustrojowych państwa, tj. zmiany gospodarki z modelu centralnego planowania na model rynkowy, weszła w fazę kryzysu, dotyczyło to w szczególności filmu i serialu animowanego. Studiom państwowym zaczęło się wieść coraz gorzej (w tym czasie zlikwidowano Studio Filmów Animowanych z Krakowa). Studia prywatne – by utrzymać się na rynku – zajęły się głównie tzw. animacją użytkową. Nowe filmy właściwie przestały powstawać, nawet te dla najmłodszych widzów. Apogeum kryzysu w polskiej animacji nastąpiło nie tyle w okresie przemian ustrojowych, ile dekadę później. Po 1989 roku istniała potrzeba szybkiego rozmontowania systemu, czemu towarzyszyły – zdaniem Ewy Gębickiej – „naiwna wiara w samoczynnie działające mechanizmy rynkowe i marginalizowanie mecenatu państwowego, kojarzonego z dawnym centralnym administrowaniem kulturą”¹⁰. „Lekcja kapitalizmu okazała się dla filmowców bolesna. Szybko zrozumieli, że każdy ich projekt powinien mieć wartość marketingową. (...) Gospodarka wolnorynkowa okazała się zabójcza zwłaszcza dla kosztownych lub z gruntu niedochodowych dyscyplin artystycznych, w tym animacji, zmuszonej do konkurowania z zachodnimi korporacjami. (...) Ekrany kin i telewizorów zdominował repertuar komercyjny. Polska telewizja właściwie wyłącznie spoglądała przez „okno otwarte na Zachód”. W trakcie kilku lat w ramówce pojawiły się dziesiątki animowanych seriali z Ameryki i Japonii. (...) Wytwórnice, pozbawione państwowych pieniędzy, zaczęły z wolna popadać w tarapaty finansowe. Ambitne plany reform spaliły na panewce. Po kilku latach wegetacji decyzją Komitetu Kinematografii zlikwidowano państwowe studia w Łodzi, Bielsku Białej, Warszawie i Krakowie. Niektóre z nich przekształciły się w prywatne spółki, krakowskie Studio Filmów Animowanych nie podniosło się po upadku. Ponieważ produkcja filmów artystycznych była niedochodowa, a telewizja nie podpisywała nowych kontraktów, wytwórnice musiały zacząć zarabiać na swoje utrzymanie. Z konieczności zajęły się realizacją form komercyjnych: głównie reklam i czołówek dla telewizji, świadcząc przy tym usługi niezwiązane z realizacją nowych tytułów, takie jak reżyseria dubbingu czy organizowanie wycieczek po studiu. (...) W historii polskiej animacji był to jednak krok wstecz. (...) Kryzys ekonomiczny przełożył się na jakość realizowanych filmów oraz liczbę interesujących debiutów. Na początku lat 90. animacja autorska nie dawała perspektywy kariery, w odróżnieniu od reklamy, gdzie na kreatywnych ludzi czekały etaty i duże pieniądze”¹¹.

Nadzieje na wyjście z kryzysu stworzyła uchwalona 30 czerwca 2005 roku przez Sejm RP ustawa o kinematografii¹², na mocy której powstał Polski Instytut Sztuki Filmowej, dofinansowujący projekty – w tym te przeznaczone dla młodego widza – a także wejście Polski do Unii Europejskiej.

O początku XXI wieku mówi się, że rozpoczął renesans polskiej animacji, zdaniem niektórych „najbardziej dynamicznie rozwijającej się dziedziny twórczości filmowej w Polsce”¹³. Momentem przełomowym dla branży wydaje się nominacja *Katedry* (2002) w reż. Tomasza Bagińskiego do Oscara w kategorii: najlepszy krótkometrażowy film animowany.

Pierwszym międzynarodowym sukcesom zaczęła towarzyszyć świadomość błędów popełnionych w okresie przejściowym. Jak zauważyła Ewa Gębicka, „(...) na zachodzie Europy wiara w dziki kapitalizm dawno straciła wyznawców, gdyż ideałem było państwo opiekuńcze, które chroni swych obywateli przed zalewem komercjalizacji, wspiera sztukę wysoką, dba

10 /// Gębicka E., *Między państwowym mecenatem a rynkiem. Polska kinematografia po 1989 roku w kontekście transformacji ustrojowej*, Katowice, 2006 s. 39.

11 /// Sitkiewicz P., 2011, *Polska szkoła animacji*, Gdańsk, s. 251-252.

12 /// Dz.U. 2005 nr 132 poz. 1111.

13 /// Prodeus A., *Zamiast kiczu. 60-lecie polskiej animacji*, Kino, 2008, nr 5, s. 10.

o dziedzictwo kulturowe. A tymczasem w Polsce po roku 1989 zachłyśnięto się mechanizmem wolnego rynku. Trzeba było kilku lat, by dostrzec zagrożenia związane z ograniczeniem mecenatu państwowego”¹⁴. „Nagrodzony Oscarem *Piotruś i wilk* (2006) Suzy Templeton (z fantastyczną scenografią Marka Skrobeckiego), jedna z największych koprodukcji w dziejach polskiej animacji (Se-Ma-For z Łodzi, BreakThru Films z Wielkiej Brytanii), jest tego przykładem wręcz symbolicznym”¹⁵.

Jak przedstawia się potencjał sektora animacji i VFX w Polsce, w szczególności w odniesieniu do rynków międzynarodowych? Jakie są modele biznesowe firm działających w sektorze animacji i VFX? Jakie są źródła finansowania produkcji filmów animowanych, a jakie być powinny? Czy przykładem twórczość Tomasza Bagińskiego, Piotra Karwasa czy Grzegorza Jonkajtysa¹⁶, filmy będą dalej rodzić się i w dużej mierze powstawać w większych i mniejszych studiach utrzymujących się z reklamy, efektów specjalnych czy grafiki użytkowej? Czy i jakie zmiany dla dalszego rozwoju sektora animacji i VFX są konieczne?

Na te pytania i szereg innych próbujemy udzielić odpowiedzi w niniejszym raporcie z badania.

14 /// Gębicka E., *Między państwowym mecenatem a rynkiem*. op.cit.

15 /// *65 lat polskiej animacji dla dzieci*. op. cit. s. 40.

16 /// Na podstawie: Sitkiewicz P., 2011, *Polska szkoła animacji*, Gdańsk, s. 252-253.

3.
CELE
I METODOLOGIA
BADANIA

Głównym celem badania polskiego rynku animacji i VFX przeprowadzonego w 2015 roku była ocena potencjału ekonomicznego, technologicznego oraz perspektyw rozwoju – w kontekście konkurencyjności międzynarodowej – polskiego sektora animacji i VFX, także w odniesieniu do sektorów powiązanych.

Cele szczegółowe badania koncentrowały się na:

- 1) diagnozie obecnej sytuacji na polskim rynku animacji i VFX,
- 2) analizie pozycji konkurencyjnej oraz otoczenia konkurencyjnego w Europie,
- 3) analizie perspektyw rozwoju segmentu VFX oraz filmów animowanych w Polsce,
- 4) opracowaniu rekomendacji możliwych do zastosowania instrumentów wsparcia rozwoju podmiotów oferujących usługi z zakresu VFX i animacji.

Dzięki badaniu powstał materiał obrazujący potencjał oraz szeroko rozumiane korzyści wynikające z rozwoju sektora animacji, w kontekście branży kreatywnej, w Polsce. Dotyczy to zarówno poziomu mikro (firm działających w tej branży oraz sektorów powiązanych), jak i poziomu makro, czyli całego kraju i jego gospodarki. Tłem dla oceny sytuacji w sektorze animacji w Polsce była analiza wybranych europejskich rynków branżowych; w niniejszym opracowaniu przedstawiono rynki w Czechach i Wielkiej Brytanii.

Zakres badania został określony dość szeroko, obejmując zarówno kwestie związane z otoczeniem konkurencyjnym i rynkiem międzynarodowym, jak i związane bezpośrednio z potencjałem i barierami rozwojowymi, których doświadcza branża na rynku krajowym. Rozpoznanie czynników wzrostu i hamujących ekspansję branży posłużyło wypracowaniu rekomendacji dla strategii rozwoju branży.

Szeroki zakres i specyfika problematyki badawczej wymagały przyjęcia wielowymiarowego podejścia badawczego, uwzględniającego zarówno uzupełniające się metody i techniki badawcze jak i różne perspektywy oceny. Równie ważnym aspektem badania była jego etapowość, która pozwoliła w najbardziej efektywny sposób wykorzystać wybrane techniki i metody badawcze.

Metody i techniki badawcze

W celu dokonania konceptualizacji procesu badawczego metody i techniki badawcze, które zostały zastosowane w badaniu, uporządkowano ze względu na ich rodzaj i cele w badaniu (schemat 1).

Schemat nr 1 Metody i techniki badawcze zastosowane w badaniu



Źródło: opracowanie własne.

* Baza „Amadeus” – Baza Amadeus to specjalistyczny serwis w języku angielskim, wydawany przez belgijską firmę Bureau van Dijk Editions Electroniques S.A (BVd), który oferuje kompleksowe informacje na temat ponad 15 milionów firm (prywatnych i publicznych) z 45 krajów europejskich. Baza zawiera: 1. Informacje: - o firmach z Europy Zachodniej i Wschodniej, ze szczególnym naciskiem na przedsiębiorstwa prywatne, - o finansach przedsiębiorstwa, podane w jednym zestandaryzowanym formacie, dzięki czemu są one porównywalne, - o zarządach spółek, - o strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw, 2. wskaźniki finansowe, 3. kopie raportów i sprawozdań finansowych spółek giełdowych, 4. badania rynku, 5. oferty i informacje dotyczące fuzji i przejęć, 6. dane adresowe i mapy.

** Mixed Mode Survey Design - Badanie ilościowe z zastosowaniem technik mieszanych.

Metody badań dokumentów to badania dostępnych tekstów jako źródeł informacji o zagadnieniach objętych badaniem. Pozwoliły uzyskać dostęp do danych i informacji, które już zostały zgromadzone przez inne instytucje. Dzięki metodom badania dokumentów uzyskaliśmy między innymi dane na temat sytuacji animacji na rynkach międzynarodowych, wielkości i jakości tych rynków, tendencji rozwojowych w sektorze kreatywnym, rozwiązań i regulacji prawnych dotyczących branży animacji czy źródeł i wielkości finansowania produkcji.

Metodami ilościowymi prowadzone były badania mające na celu opisanie zjawisk i problemów dotyczących polskiej branży animacji oraz określenie ich skali, natomiast **metody jakościowe** pozwoliły na prowadzenie badań eksploracyjnych, mających na celu rozpoznanie, zdefiniowanie i zweryfikowanie problemów dotyczących branży animacji w Polsce.

Metody heurystyczne posłużyły identyfikacji i kojarzeniu ze sobą, w obrębie badanych zjawisk, nowych faktów pomocnych w dochodzeniu do poznania nowych prawd i formułowania istotnych odpowiedzi z punktu widzenia badanych problemów.

Perspektywy oceny – źródła informacji

W badaniu uwzględnione zostały (3) trzy perspektywy oceny: perspektywa ekspertów zagranicznych, perspektywa przedsiębiorców stowarzyszonych w Stowarzyszeniu Producentów Polskiej Animacji/SPPA i niestowarzyszonych, perspektywa ekspertów krajowych.

Dzięki zastosowaniu takiego podejścia badanie było prowadzone z zachowaniem zasady triangulacji metod i technik badawczych, danych oraz źródeł informacji. Zastosowanie triangulacji, w założeniach, miało zapewnić wyższą jakość prowadzonych badań i ograniczyć

ryzyko wystąpienia błędów wynikających z ograniczeń i wad poszczególnych metod i technik badawczych. Praktycznie oznaczało to, że dane w badaniu były zbierane za pomocą różnych metod i technik badawczych a uzyskane wyniki były porównywane i łączone. Triangulacja była również używana dla pogłębiania rozumienia wyników badań i do poszerzenia wiedzy o kontekście badanych zjawisk.

Z kolei dzięki uwzględnieniu w badaniu różnych perspektyw oceny możliwe było poznanie spojrzenia na ten sam problem wielu funkcjonujących w branży stron: przedsiębiorców stowarzyszonych (należących do SPPA), przedsiębiorców niestowarzyszonych, ekspertów krajowych reprezentujących instytucje publiczne wspierające sektor animacji, oraz uczelnie wyższe i ekspertów zagranicznych.

Dodatkowym wymiarem triangulacji w badaniu była **triangulacja etapów badawczych**. Badanie odbyło się w podziale na trzy etapy (fazy badania):

- 1) Etap strukturyzacji (eksploracji) problemu
- 2) Etap obserwacji (wyjaśniania) problemu
- 3) Etap oceny (weryfikacji) wniosków

Na skutek podzielenia badania na kolejne, następujące po sobie etapy możliwe było spożytkowanie konkluzji z wcześniejszych etapów do formułowania trafnych tez potrzebnych przy realizacji późniejszych etapów badawczych.

W badaniu uwzględnione zostały trzy perspektywy oceny: perspektywa ekspertów zagranicznych, perspektywa przedsiębiorców stowarzyszonych w Stowarzyszeniu Producentów Polskiej Animacji/SPPA i niestowarzyszonych, perspektywa ekspertów krajowych.

Dzięki zastosowaniu takiego podejścia badanie było prowadzone z zachowaniem zasady triangulacji metod i technik badawczych, danych oraz źródeł informacji. Zastosowanie triangulacji oznaczało to, że dane w badaniu były zbierane za pomocą różnych metod i technik badawczych a uzyskane wyniki były porównywane i łączone.

Z kolei dzięki uwzględnieniu w badaniu różnych perspektyw oceny możliwe było poznanie spojrzenia na ten sam problem wielu funkcjonujących w branży stron: przedsiębiorców stowarzyszonych (należących do SPPA), przedsiębiorców niestowarzyszonych, ekspertów krajowych reprezentujących instytucje publiczne wspierające sektor animacji oraz uczelni wyższych i ekspertów zagranicznych.

Dodatkowym wymiarem triangulacji w badaniu była triangulacja etapów badawczych. Badanie odbyło się w podziale na trzy etapy:

- 1) Etap strukturyzacji (eksploracji) problemu
- 2) Etap obserwacji (wyjaśniania) problemu
- 3) Etap oceny (weryfikacji) wniosków

Na skutek podzielenia badania na kolejne etapy możliwe było spożytkowanie konkluzji z wcześniejszych faz do formułowania trafnych tez potrzebnych przy realizacji dalszych działań badawczych.

4.
WYNIKI
I WNIOSKI
Z BADANIA

4.1. POTENCJAŁ I WIELKOŚĆ SEKTORA

Branża animacji w Polsce ma duży potencjał wzrostowy; plany studiów animacji i VFX na najbliższy czas pokazują, że są podstawy by sądzić, że sektor będzie się powiększał. Deklarowane zamierzenia powiększenia zatrudnienia oraz rozpoczęcia nowych produkcji lub pozyskania zleceń są uwiarygadniane przez dotychczasowe działania i decyzje badanych firm, czyli prowadzone rekrutacje i podejmowane produkcje. Wejście do dystrybucji aktualnie realizowanych dużych produkcji, daje szansę na to, że potencjał polskiej branży animacji stanie się bardziej widoczny dla ewentualnych inwestorów.

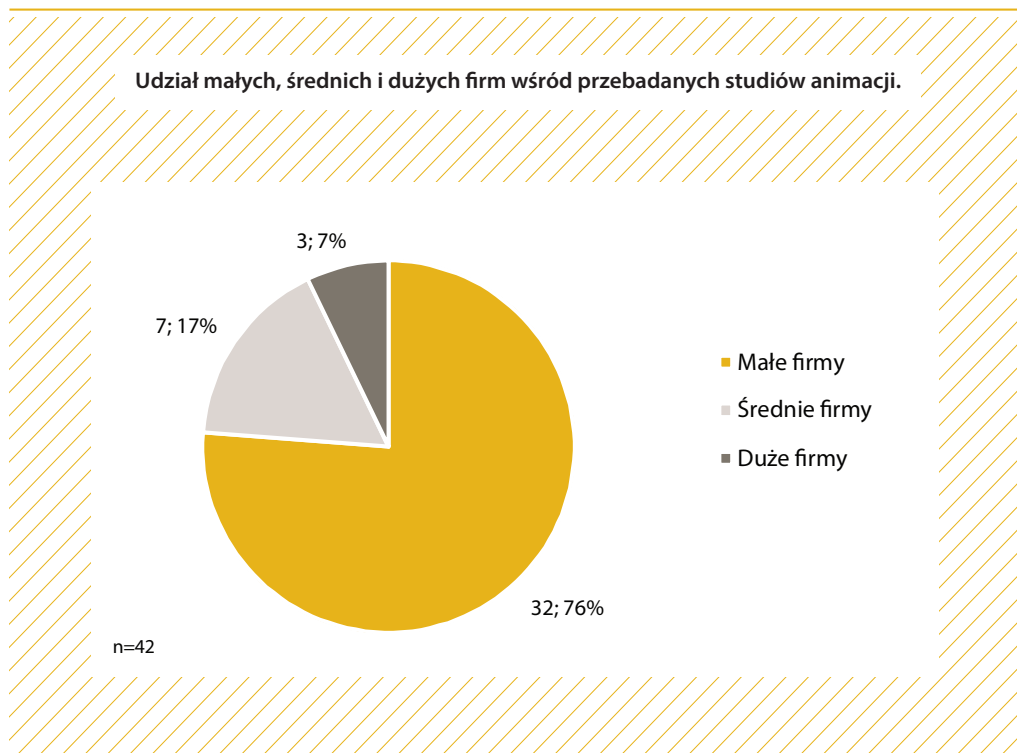
Szczególnie dla tych firm, dla których działalność reklamowa stanowi najważniejsze źródło dochodów, bardzo ważny jest dalszy rozwój, poszukiwanie nowych obszarów działania, sprawdzanie się w bardziej ambitnych projektach i w końcu – występowanie w roli producenta. Dla części studiów zajmujących się głównie postprodukcją lub innymi usługami sprawdzenie się w roli producenta filmu lub serialu animowanego jest kolejnym, ważnym etapem rozwoju firmy. Należy pamiętać o tym, że pomimo długiej i bogatej historii animacji w Polsce obecnie działające studia są w większości młodymi podmiotami, więc zrozumiałe jest, że wiele z nich nadal poszukuje swojej tożsamości i miejsca na rynku. W badaniu udział wzięły łącznie 42 studia animacji i VFX, z których większość (czyli łącznie 32 firmy, 76%) była małymi firmami, zatrudniającymi do dziewięciu pracowników na podstawie umowy o pracę. Średnich firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników etatowych było siedem, co stanowi 17% wszystkich studiów biorących udział w badaniu, a duże firmy (zatrudniające powyżej 50 osób na podstawie umów o pracę) były trzy, co stanowi 7% badanych firm (wykres nr 1).

Polские studia animacji i VFX są w większości młodymi podmiotami (wykres nr 2). Najwięcej z nich (40,48%) zostało założonych w latach 2006-2010, a niewiele mniej po roku 2010 (23,81%). Rekordowy pod względem zakładania nowych studiów był rok 2013, w którym powstało ich aż sześć. Studia najstarsze, założone przed 1991 rokiem stanowią również znaczący odsetek (11,9%), natomiast są wśród nich takie, które podlegały na przestrzeni wielu lat licznym przekształceniom zanim przyjęły obecną postać. Zauważalne jest, że pierwsze lata po transformacji ustrojowej nie sprzyjały zakładaniu tego rodzaju działalności gospodarczej; znaczący wzrost nastąpił dopiero w roku 2008.

Wszystkie – poza jednym – przebadane studia animacji to samodzielne, niezależne firmy.

Studia biorące udział w badaniu średnio zatrudniają 6,56 osoby na pełny etat oraz aż 26,27 osób na podstawie umów o dzieło, utrzymując tym samym co najmniej 1400 miejsc pracy w roku. W ponad połowie badanych studiów (52,4%) poszukuje się obecnie nowych pracowników. Wzrost zatrudnienia planowany przez studia w roku 2016 przewyższa skalą aktualnie realizowane rekrutacje – aż 54,5% badanych firm deklaruje, że w 2016 roku zwiększy zatrudnienie (wykres nr 3).

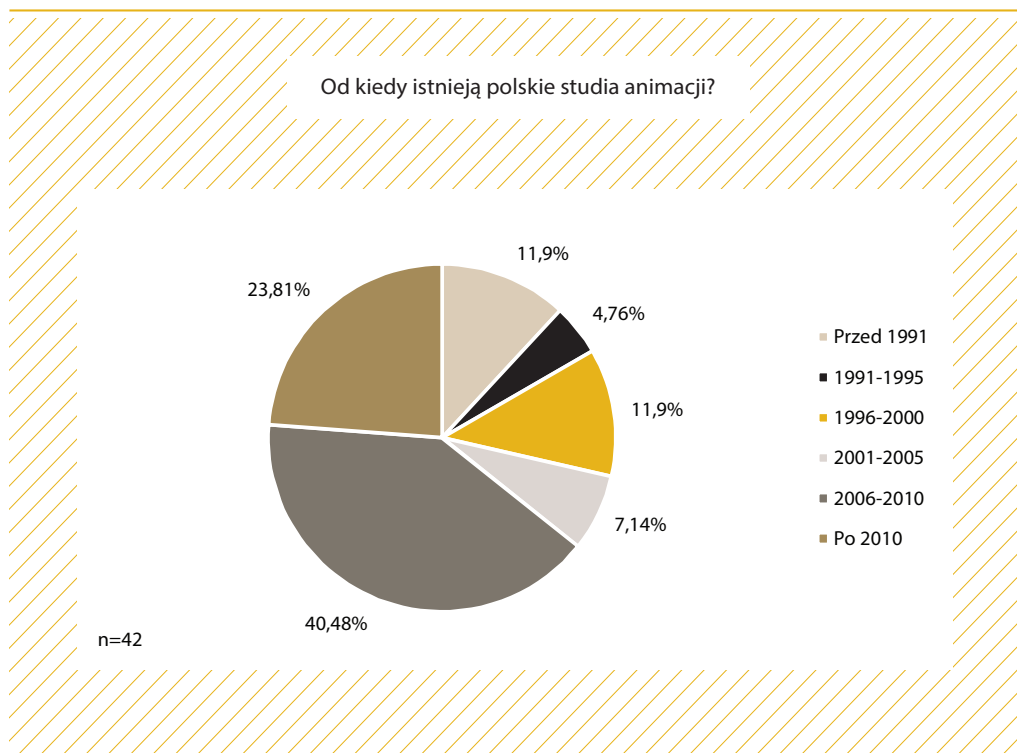
Wykres nr 1 Udział w badanej populacji studiów animacji i VFX małych, średnich i dużych firm



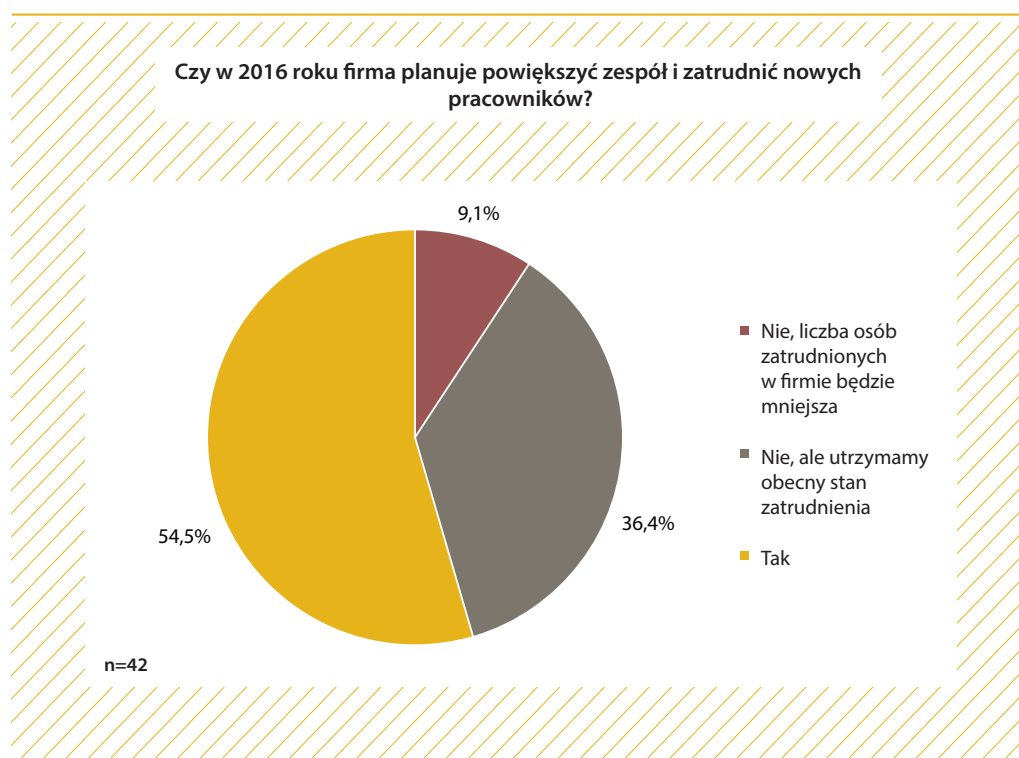
Źródło: opracowanie własne.

17

Wykres nr 2 Staż polskich studiów sektora animacji i VFX na rynku



Źródło: opracowanie własne.



Źródło: opracowanie własne.

Firmy, które planują zwiększenie zatrudnienia, podają zróżnicowane zapotrzebowanie na nowych pracowników, najmniejsza liczba wakatów to 3, a największa – 30, średnia wynosi 13,5. Wdrożenie w 2016 roku przez badane studia planów zatrudnieniowych będzie oznaczało zapewnienie około 1700 miejsc pracy w sektorze. W 2015 roku, w porównaniu do stanu sprzed roku, zatrudnienie w branży nie zmieniło się znacząco – na pełny etat pracowało niemalże tyle samo osób, co aktualnie, na umowy o dzieło – nieznacznie mniej. Świadczy to zarówno o stabilności kondycji firm, jak i niezmienniej sytuacji zatrudnieniowej w branży.

Jeżeli w przyszłości będzie się utrzymywać niewielka podaż polskich produkcji animowanych (w szczególności pełnometrażowych), to w długiej perspektywie nie należy oczekiwać powstawania nowych miejsc pracy, a wręcz problematyczne może okazać się utrzymanie już istniejących. Taka sytuacja może utrudniać dalszy rozwój rynku pracy w branży animacji i VFX w Polsce i doskonalenie specjalistycznych kompetencji; co gorsze, może okazać się, że długofalowo zintensyfikuje zjawisko odpływu najlepiej wykwalifikowanych pracowników za granicę.

Zdecydowana większość studiów biorących udział w badaniu (78,6%) ma w planach rozpoczęcie w ciągu najbliższego roku realizacji własnej produkcji (lub koprodukcji) filmowej. Świadczy to o dużej aktywności branży i gotowości podejmowania nowych wyzwań.

4.2. TALENTY I EDUKACJA

Przeprowadzone badanie pokazało, że przesłanką konkurencyjności polskich studiów animacji i VFX w stosunku do firm zagranicznych mogą okazać się wysokie kompetencje specjalistów działających w branży. Zarówno przedstawiciele środowiska w kraju jak i eksperci zagraniczni są zgodni co do tego, że znakomici specjaliści są mocną stroną naszej animacji i przyciągają do niej uwagę zarówno zagranicznych producentów jak i opiniotwórczych gremiów.

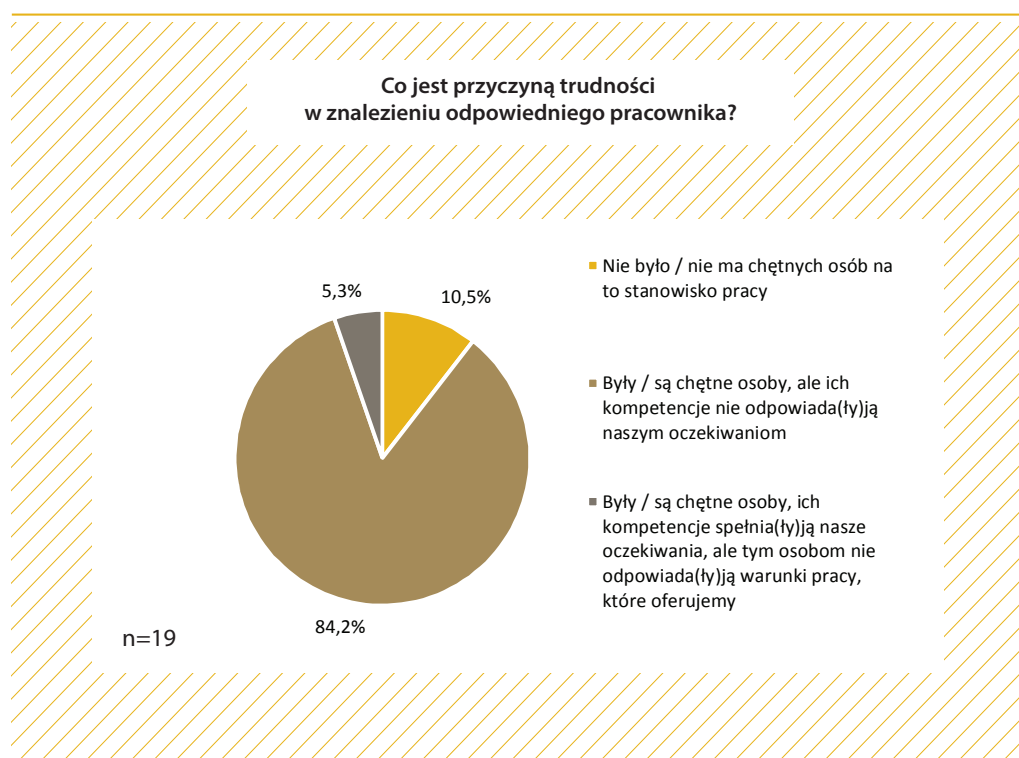
Oferta edukacyjna i proces kształcenia kadr na potrzeby branży na uczelniach wyższych i w szkołach ponadgimnazjalnych ulega zauważalnym zmianom, aby w coraz wyższym stopniu zaspakajać potrzeby sektora animacji i VFX. W ostatnich latach oferta edukacyjna dla uczniów i studentów, którzy chcą się kształcić w tym kierunku jest bardziej różnorodna i bogatsza. Obecnie kierunki kształcenia łączące animację z nowoczesnymi technologiami obróbki obrazu są jednymi z najchętniej wybieranych przez studentów uczelni artystycznych, dlatego też w ostatnim czasie na uczelniach wzrosła liczba miejsc dla studentów zainteresowanych tą ścieżką kształcenia.

Wysokie kompetencje specjalistów działających w branży przekładają się na sukcesy studiów związane z prezentacją własnych produkcji na festiwalach. Sukcesy festiwalowe stanowią ważny element reputacji polskiej animacji. 62% spośród wszystkich 42 firm biorących udział w badaniu w ciągu ostatnich 3 lat prezentowało swoje produkcje na festiwalach filmu animowanego w kraju i za granicą; aż 89% studiów wystawiających swoje produkcje w konkursach otrzymało przynajmniej jedno wyróżnienie lub nagrodę.

Pomimo iż kompetencje specjalistyczne w branży są dość wysoko oceniane, wiążą się z nimi również pewne problemy. Zauważalny jest niewystarczający stopień ich adekwatności do potrzeb pracodawców i branży; jest to zjawisko dość rozpowszechnione w branżach wysokospecjalistycznych (nie tylko w branży kreatywnej). 36,4% przedstawicieli studiów stwierdziło, że zdecydowanie ma (lub miało) problemy ze znalezieniem odpowiednich kandydatów do pracy, a 18,2% – że raczej ma z tym problem. Aż 84,2% przedsiębiorców uważa, że kandydaci zgłaszający się do pracy nie mają oczekiwanych kompetencji (wykres nr 4).

Problem adekwatności kompetencji w obszarze animacji i VFX do potrzeb i wymagań branży spowodowany jest w dużej mierze pojawiającymi się deficytami w zakresie kształcenia na potrzeby sektora kreatywnego. Pod adresem systemu edukacji w Polsce formułowane są zarzuty rozmiłowania się z potrzebami rynku. W opinii przedstawicieli studiów biorących udział w badaniu, polskie uczelnie wyższe kładą niewspółmiernie duży nacisk na ekspresję artystyczną i abstrakcyjne formy wyrazu zamiast wyposażać swoich studentów w umiejętności warsztatowe potrzebne w pracy animatora.

Barierę utrudniającą dalsze podnoszenie kompetencji specjalistów z branży stanowi dostęp do najnowszych technologii. Ze względów finansowych firmy w branży mają ograniczone możliwości korzystania z najnowocześniejszych narzędzi i oprogramowania np. do animacji 3D. Decyduje to o różnicach kompetencyjnych pomiędzy specjalistami z Polski i z krajów, w których rynki animacji i VFX są najbardziej rozwinięte.



Źródło: opracowanie własne.

Wysokie kompetencje pracowników, w połączeniu z niższymi (w porównaniu do specjalistów z rynków zagranicznych) oczekiwaniami finansowymi, są czynnikiem decydującym o odpływie kadry kreatywnej z rynku animacji i VFX w Polsce. Przedsiębiorcy z sektora animacji i VFX doświadczają procesu drenowania przez firmy zagraniczne kapitału ludzkiego polskiej branży animacji i VFX. Utrata wysoko wykwalifikowanych pracowników, w których rozwój zawodowy kilka lat inwestowano w firmach bywa dla polskich studiów animacji ciężkim doświadczeniem.

4.3. SYTUACJA FINANSOWA STUDIÓW ANIMACJI I VFX

Sytuacja finansowa studiów animacji i VFX stanowi kolejny argument przemawiający za tym, że branża ma potencjał wzrostowy. Co prawda poziom dochodów nie jest oceniany przez właścicieli firm jako satysfakcjonujący, jednak gdy weźmie się pod uwagę, że są to w większości młode i niewielkie firmy, które działają w wymagającej branży i mierzą się z silną konkurencją zagraniczną okaże się, że wzrost przychodów i zysków, który nastąpił w ostatnich latach wskazuje na powodzenie branży.

Przychody 35,7% badanych studiów nieznacznie zwiększyły się w stosunku do minionych lat, w przypadku prawie 1/4 studiów (23,8%) uległy znacznemu zwiększeniu (wykres nr 5).

Co ważne, obszary działalności, które najbardziej przyczyniły się do powstania przychodu studiów, to właśnie produkcja i koprodukcja filmów animowanych (generująca 22,38%

przychodu), produkcja i koprodukcja seriali animowanych (16,79% udziału w przychodach) i postprodukcja reklam telewizyjnych (19,7%) – wykres nr 6.

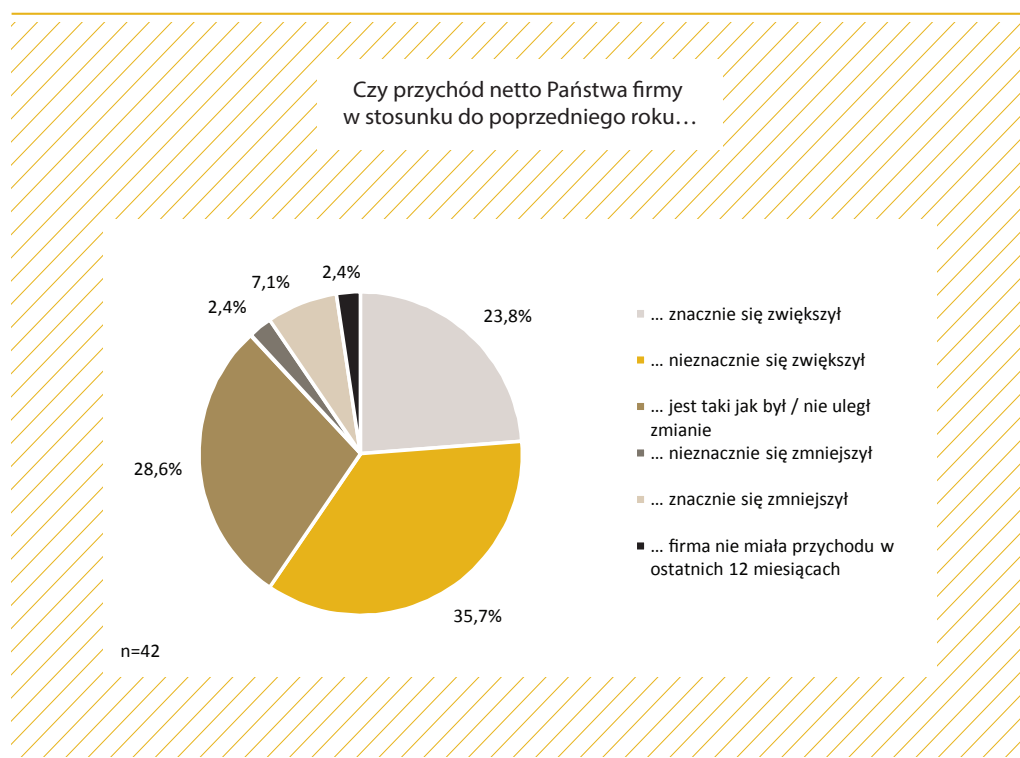
Małe firmy, których jest najwięcej wśród studiów animacji i VFX, mają zróżnicowane przychody. Najwięcej małych firm w sektorze generuje przychody: od 250 tys. do 1 mln. złotych (28,1%) oraz od 1 do 4 mln. złotych (21,9%) i do 70 tys. złotych (21,9%). Wśród średnich firm najwięcej (cztery) jest takich, które generują przychód średniej wysokości, czyli od miliona do pięciu milionów złotych.

Zyski wygenerowane przez małe studia animacji i VFX są zróżnicowane. Najwięcej respondentów wskazało, że dzięki różnym formom działalności wypracowały zysk do 10 tys. złotych, a drugim pod względem częstości wyborów (18,8%) był przedział zysków od 30 do 100 tys. złotych. Stosunkowo dużo (12,5%) jest studiów, które osiągnęły najwyższe zyski przewyższające 300 tys. złotych (wykres nr 7).

Średnie studia również przynoszą zróżnicowane zyski. Najwięcej (łącznie cztery w badaniu) jest takich, które wypracowały zyski przeciętne dla firm tej wielkości, czyli od 50 do 150 tys. i od 150 do 500 tys. złotych (po 28,6% firm). Nie było ani jednej średniej firmy, która osiągnęłaby zysk z najwyższego przedziału, czyli powyżej 1,5 mln.

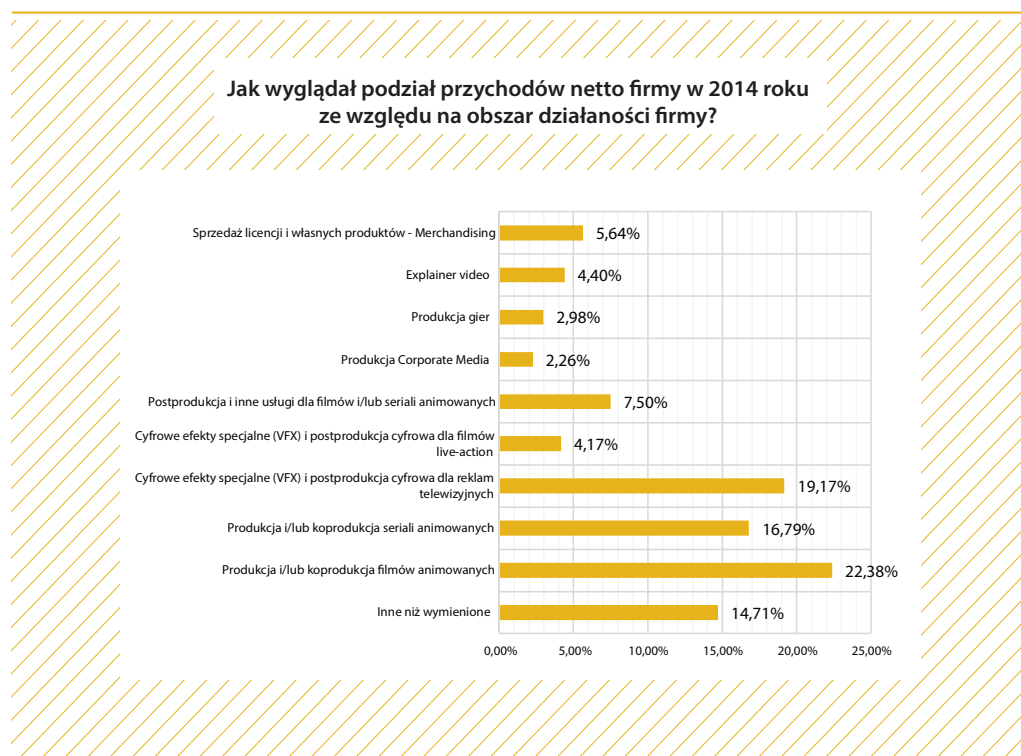
Niemalże 93% studiów dokonało w zeszłym roku jakichś inwestycji. Większość (77%) zainwestowała w infrastrukturę (np. sprzęt komputerowy i oprogramowanie).

Wykres nr 5 Przychody studiów sektora animacji i VFX działających na polskim rynku



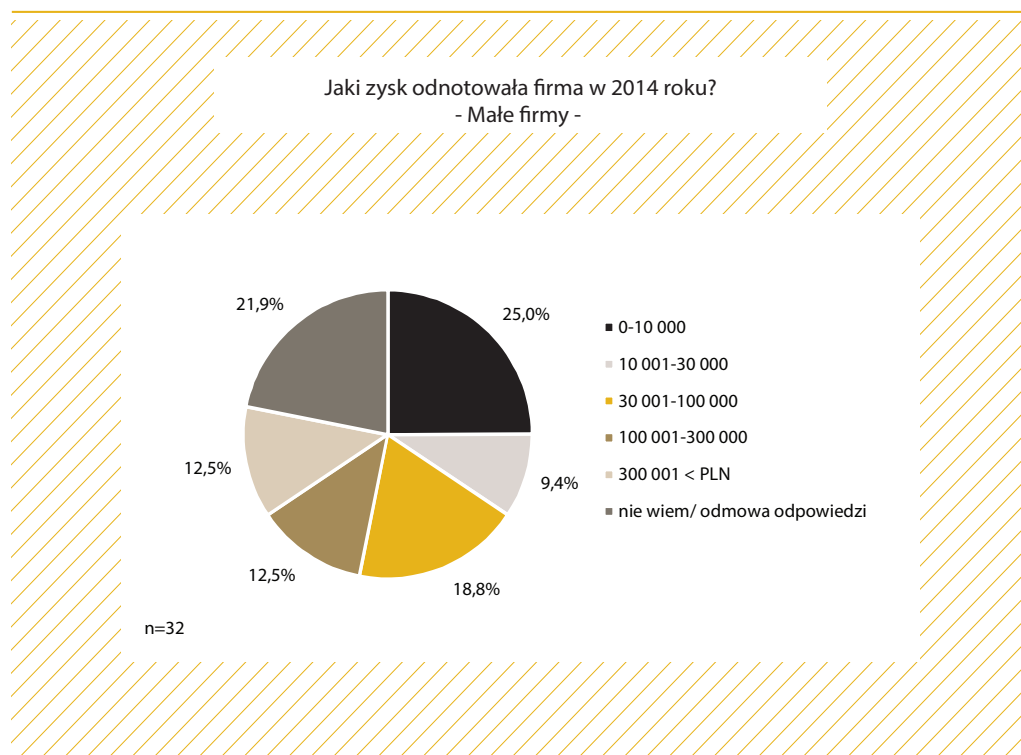
Źródło: opracowanie własne.

Wykres nr 6 Przychody netto studiów ze względu na obszar działalności

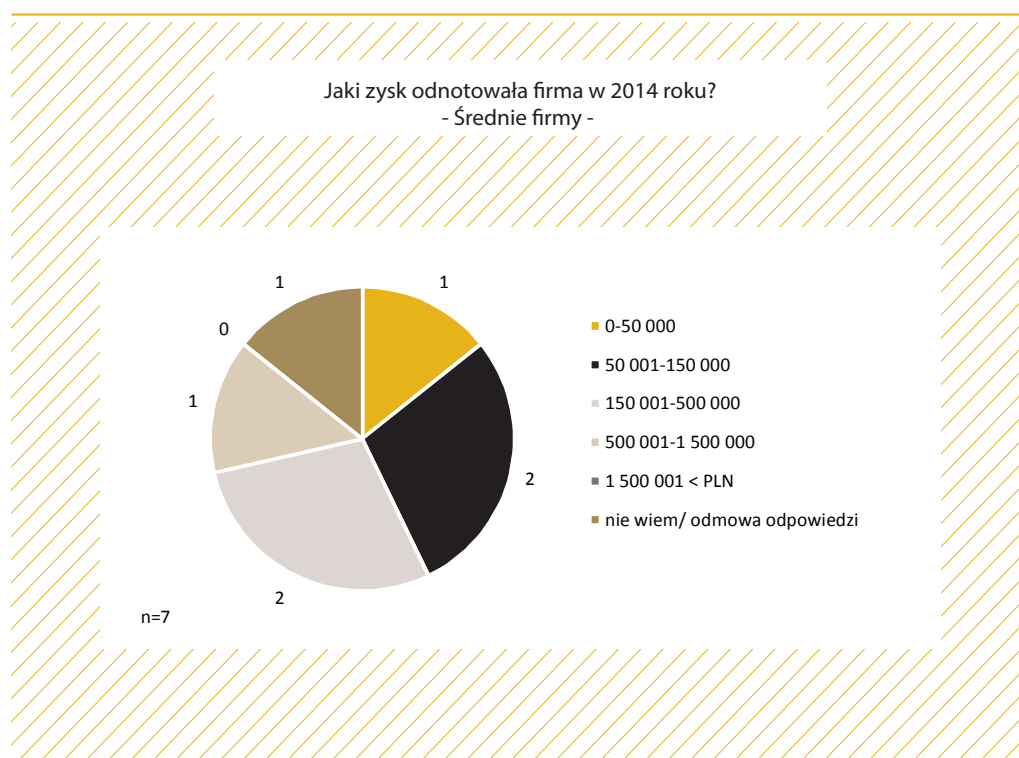


Źródło: opracowanie własne.

Wykres nr 7 Wielkość zysków, które generują małe studia sektora animacji i VFX



Źródło: opracowanie własne.



Źródło: opracowanie własne.

4.4 PREFERENCJE PRODUCENTÓW

W produkcji animowanej w Polsce zapatrywania twórcy dominują nad perspektywą i oczekiwaniami potencjalnego odbiorcy. Badanie potwierdziło, że polscy twórcy animacji w dużej mierze wykazują artystyczne preferencje, mają tendencje do tworzenia dzieł autorskich, festiwalowych, czyli skierowanych do wąskiego grona dojrzałej i wyrobionej widowni. Z jednej strony stanowi to ograniczenie dla branży, z drugiej jednak stwarza szanse zarówno na rozwój artystyczny jak i rynkowy. Orientacja na ambitną festiwalową produkcję powoduje, że polska animacja jest dostrzegana przez jury międzynarodowych festiwali, poprzez które można dotrzeć do ważnych graczy produkcji animowanej na świecie. Doświadczenia polskich studiów animacji pokazują, że bardzo udane, ambitne filmy, nawet jeżeli nie odnoszą sukcesu komercyjnego, swoim wysokim poziomem artystycznym zwracają uwagę dużych, zagranicznych studiów na ich autorów.

Zainteresowanie twórców dziećmi i widownią rodzinną jako odbiorcami animacji i gotowość do dostarczania im ekscytujących, rozrywkowych animacji są w dalszym ciągu niewielkie. Zauważalne jest jednak, że producenci są coraz bardziej świadomi tego, że dzieci są najbardziej obiecującą widownią, a filmy do nich kierowane mają największy potencjał rynkowy. Najczęściej wymienianą przez polskie studia kategorią odbiorcy są osoby dorosłe (59,5%). Dzieci jako ważni odbiorcy zostali wskazani przez 52,4% respondentów, natomiast widownia rodzinna (dzieci i rodzice lub opiekunowie) – zaledwie przez 35,7% badanych studiów.

Odżegnywanie się twórców animacji od rozrywkowych funkcji filmu animowanego dla dzieci i widowni rodzinnej utrudnia zdobycie masowej widowni. Zbyt zasadnicze rozgraniczanie funkcji rozrywkowej i edukacyjnej filmu i serialu animowanego i preferowanie funkcji edukacyjnych lub artystycznych powodują, że animacja nie jest postrzegana jako rozrywka dla każdego.

Pozytywnie na dynamikę rozwoju branży mogłoby wpłynąć częstsze stosowanie technik pomagających trafić w gust widza (np. pokazy testowe), co byłoby wyrazem większego brania pod uwagę oczekiwań, potrzeb i możliwości percepcyjnych potencjalnego odbiorcy. Badania konsumenckie i działania nakierowane na rozwój widowni (ang. audience development) powinny stać się istotnymi elementami strategii działania studiów animacji i instytucji wspierających ten sektor.

4.5. WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA

Przedstawiciele branży animacji i VFX z krajów europejskich postrzegają polską animację przez pryzmat wysokiego poziomu artystycznego naszych produkcji, potencjału kreatywnego i oryginalnych pomysłów. Uznaniu dla jakości polskich filmów animowanych towarzyszy gotowość do współpracy przy produkcji w większym zakresie niż ma to miejsce w tej chwili.

Eksperti zagraniczni są zdania, że udział Polski w koprodukcjach międzynarodowych jest niewystarczający biorąc pod uwagę potencjał naszych studiów animacji. Z chwilą podniesienia poziomu finansowania naszej animacji zlikwidowana zostanie główna bariera na drodze większej obecności Polski na europejskim rynku.

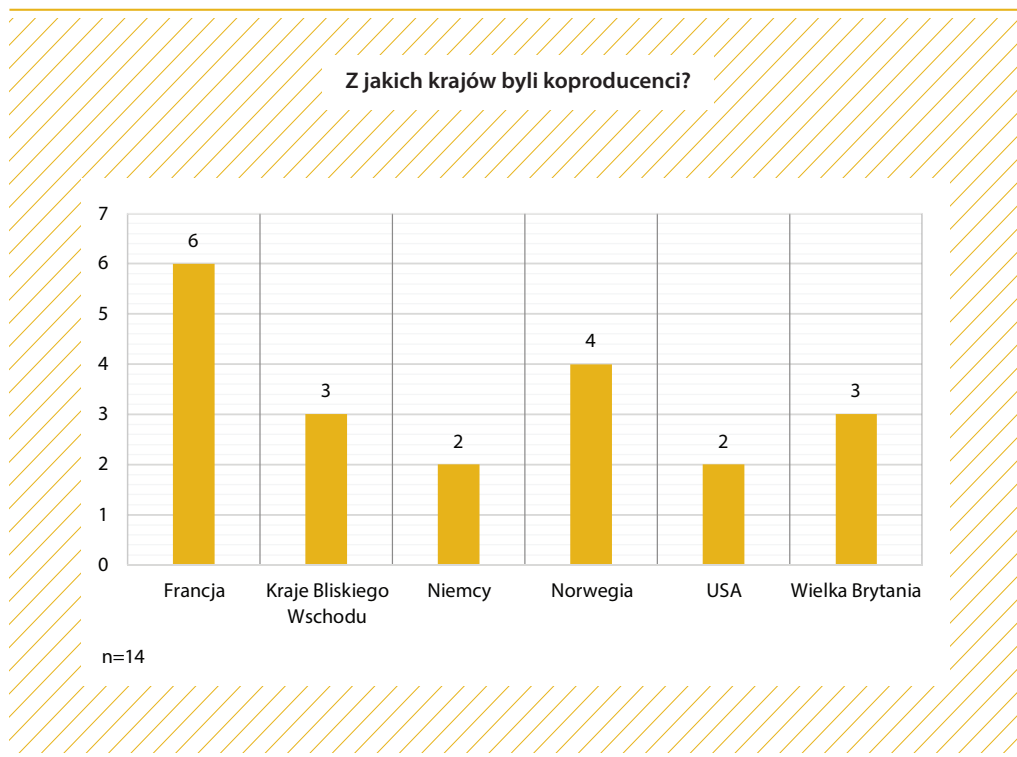
Nasze studia animacji i VFX współpracują ze sobą nawzajem i chętnie biorą udział w międzynarodowych festiwalach filmowych i innych wydarzeniach branżowych; z tego powodu można się spodziewać, że przy odpowiednim wykorzystaniu potencjału programów mających na celu zacieśnianie współpracy w branży Polska stanie się bardziej obecna na arenie międzynarodowej.

Tworzenie filmów i seriali animowanych w koprodukcji ze studiami zagranicznymi jest działaniem obecnym w polskiej branży animacji, ale nie powszechnym. Spośród badanych studiów, w ciągu ostatniego roku 33,3% uczestniczyło w koprodukcji międzynarodowej. Najbardziej zaangażowane w koprodukcje studio miało partnerów z pięciu krajów; średnia liczba krajów, z którymi koprodukuje respondenci, wynosi 2,15. Kraj, z którym badane studia najczęściej wchodziły w koprodukcję, to Francja, drugie miejsca zajęła Norwegia, trzecie – ex aequo Wielka Brytania i kraje Bliskiego Wschodu, a czwarte – Niemcy i USA. Wymienione kraje, poza Norwegią, znalazły się na liście 10 największych rynków animacji na świecie w latach 2010-2014¹⁷.

Na chwilę obecną dla polskich studiów animacji i VFX źródłem najbardziej intensywnej współpracy międzynarodowej jest nie koprodukcja, tylko zlecenia (świadczenie usług na zamówienie podmiotów z zagranicy). Przynajmniej jedno takie zlecenie w ciągu ostatnich 3 lat realizowało 40,5% badanych firm. Krajem, z którego spłynęło do Polski najwięcej

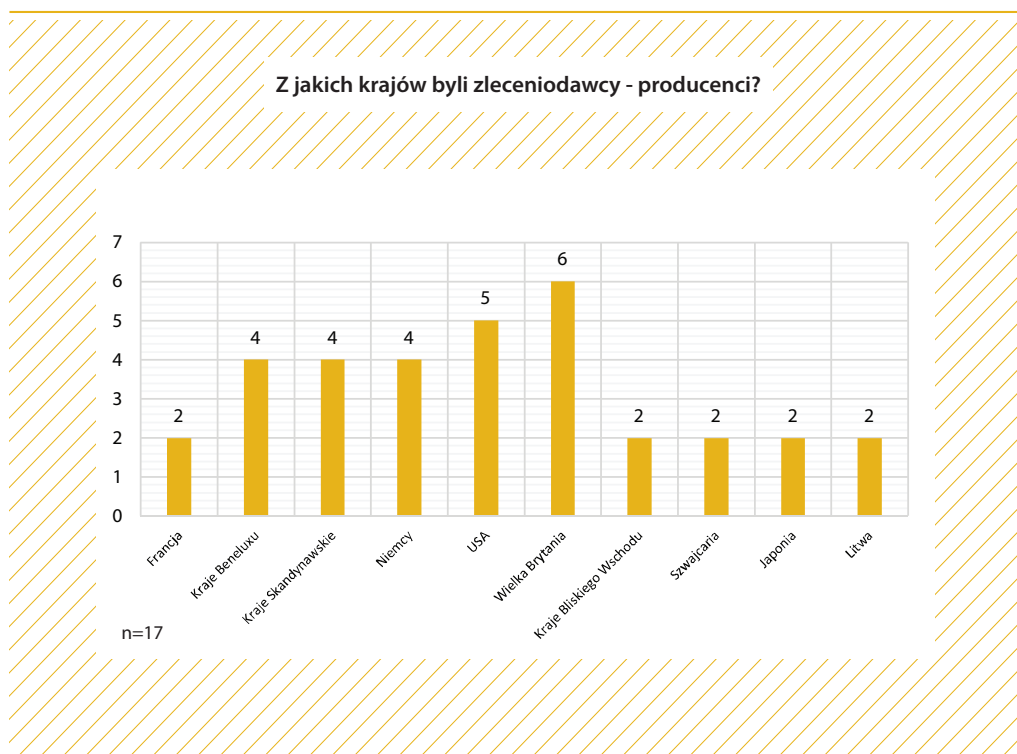
zamówień na serwis, jest Wielka Brytania. Co istotne, Francja jest dla Polski najczęściej występującym koproducentem, natomiast jako zamawiający usługi występuje 3 razy rzadziej. Odwrotna tendencja została rozpoznana w przypadku Wielkiej Brytanii, USA i Niemiec.

Wykres nr 9 Kraje, z którymi koprodukuje polskie studia sektora animacji i VFX



Źródło: opracowanie własne.

Wykres nr 10 Kraje, które zamawiają serwis w polskich studiach sektora animacji i VFX



Źródło: opracowanie własne.

Skłonność do współpracy wewnętrznej (wewnątrz branży w Polsce) jest silniejsza niż otwartość i gotowość współdziałania z partnerami z rynków zagranicznych. Rynek animacji w Polsce podzielony jest między wielu małej wielkości graczy; obok nich działa duża liczba niezależnych mikroprzedsiębiorców i freelancerów. Czasochłonne i kosztochłonne produkcje animowane stawiające sobie dodatkowe ambitne cele, np. wypromowanie marki, wymagają posiadania dużych zasobów, tj.: potencjału ludzkiego o szerokich kompetencjach i dobrej infrastruktury, które trudno jest zgromadzić w małych podmiotach. Z tego powodu kluczowa dla rozwoju branży jest umiejętność nawiązywania współpracy i wspólna realizacja przedsięwzięć.

4.6. SZKOLNICTWO W OBSZARZE ANIMACJI

Pod adresem szkolnictwa w Polsce – zarówno prywatnego, jak i publicznego – przedstawiciele branży formułują przede wszystkim zarzut rozmijania się z potrzebami rynku. Właściciele studiów filmowych mają wobec kandydatów do pracy bardzo konkretne wymagania – powinni oni posiadać umiejętności specjalistyczne składające się na warsztat pracy animatora, czyli umieć rysować i animować. W opinii przedstawicieli studiów biorących udział w badaniu, polskie uczelnie wyższe nie wychodzą naprzeciw tej potrzebie. Kładą niewspółmiernie duży nacisk na ekspresję artystyczną i abstrakcyjne formy wyrazu, ze szkodą dla sztuki naturalistycznej, której opanowanie jest niezbędne dla animatora. Natomiast dość powszechne jest oczekiwanie od kandydatów do pracy w studiach animacyjnych, że wykażą się wykształceniem artystycznym. Świadczy to o tym, że ASP co do zasady wyposażają jednak swoich studentów w umiejętności cenne z punktu widzenia produkcji animacji.

Przedstawiciele branży są zgodni, że animatora od innych specjalistów sztuk wizualnych odróżnia jego warsztat, więc oczekują od systemu edukacji, że wyposaży adeptów animacji w odpowiednie kompetencje i konstatują, że to oczekiwanie w zasadzie nigdy nie jest spełniane. W odczuciu szefów studiów brakuje animatorów, którzy są rzemieślnikami, którzy by w umiejętny sposób łączyli różne techniki i potrafili stosować różne oprogramowanie oraz mieli odpowiedni dorobek. Brak zorientowania polskich uczelni na wyposażenie studentów w kompetencje niezbędne w pracy animatora najwyraźniej widać przy porównaniu kompetencji studentów uczelni polskich i europejskich. Osoby wykształcone za granicą są doceniane za swoje praktyczne umiejętności pozwalające wyjść naprzeciw podstawowym wymaganiom zawodowym.

Do listy problemów z kształceniem animatorów należy dodać brak wyrobienia w studentach mniej oczywistych, a jednak niezbędnych z punktu widzenia sukcesu w branży, kompetencji inter- i intrapersonalnych, np. umiejętności pracy w zespole czy pracy pod presją czasu.

Tak poważne niedostatki edukacji powodują, że ogólna ocena wystawiona szkolnictwu przez branżę jest raczej negatywna. Poza zarzutami dotyczącymi jakości kształcenia podnoszona jest również kwestia niewłaściwej struktury kształcenia oraz niewystarczającej liczby absolwentów wchodzących na rynek pracy. Natomiast ważną przyczyną tych problemów

jest fakt, że w Polsce przez wiele lat nie funkcjonował biznes animacyjny. Ożywienie branży animacji, które nastąpiło w ostatnich latach, już zdążyło odcisnąć ślad na edukacji. Firmy coraz dotkliwiej odczuwające niedobór talentów zwróciły swoją uwagę na szkoły kształcące kadry na potrzeby branży, a uczelnie z kolei są zainteresowane tym, jakie oczekiwania pod ich adresem formułują producenci animacji. Pomóc w spełnieniu tych oczekiwań ma m.in. modyfikacja podstawy programowej kształcenia w średnich szkołach plastycznych dokonana rok temu. Zmiany w szkolnictwie średnim zostały wprowadzone w głównej mierze po to, by dostosować kształcenie do wymogów rynku. Studia animacji coraz częściej korzystają też z okazji, żeby zasygnalizować swoje oczekiwania wobec systemu edukacji i są gotowe angażować się w przedsięwzięcia zbliżające edukację i biznes.

System edukacji stara się sprostać wymaganiom rynku oraz wyjść naprzeciw rosnącemu zainteresowaniu animacją jako kierunkiem kształcenia wśród uczniów i studentów. Na prawie wszystkich wyższych uczelniach artystycznych przyszłych twórców animacji kształci się na dwóch lub więcej wydziałach. W ostatnich latach na wielu uczelniach artystycznych powstały alternatywne ścieżki kształcenia animatorów. Jest to efektem zaznaczającej się tendencji do wyłaniania się samodzielnych ścieżek kształcenia animatorów w ramach katedr i pracowni zajmujących się tzw. intermediami, nowymi mediami lub realizacjami multimedialnymi. Rozwój animacji cyfrowej i VFX spowodował, że z tych kierunków „wyemancypowały” się nowe kierunki kształcenia animatorów, które nie są w opozycji do kierunków z dłuższymi tradycjami na uczelniach, na których obowiązuje bardziej klasyczne podejście do animacji, lecz stanowią uzupełnienie oferty edukacyjnej.

27 Studenci wykazują duże zainteresowanie kształceniem na tych kierunkach, często znacznie przewyższające liczbę miejsc oferowanych przez pracownie. Ograniczenie liczby miejsc dla studentów oraz niedofinansowanie uczelni skutkujące brakiem profesjonalnego sprzętu i oprogramowania, ubóstwem infrastrukturalnym i brakami kadrowymi to w opinii przedstawicieli edukacji główne bariery stojące na drodze do zaspokojenia potrzeb kadrowych branży.

Niemniej w ciągu ostatnich lat pojawiły się również nowe inicjatywy polegające na nawiązywaniu bliskiej współpracy uczelni artystycznych i technicznych z przedsiębiorcami w celu wspólnego kształcenia przyszłych animatorów i wsparcia rozwoju sektora. Przykładem takiej inicjatywy – rozwijającej się w sektorze powiązanej z animacją, tj. sektorze gier komputerowych – jest łódzki klaster „Gamedev”¹⁸, który powstał w ramach projektu „Klaster Nowych Technologii” dofinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013, III Oś Priorytetowa, Gospodarka, Innowacyjność, Przedsiębiorczość; Działanie III.4 Rozwój Otoczenia Biznesu. Powstanie klastra zainicjowała Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. Klaster skupia instytucje okołobiznesowe, uczelnie wyższe oraz przedsiębiorców, wspierając rozwój powiązań kooperacyjnych we wspólnym sektorze producentów gier komputerowych. Wśród członków klastra „Gamedev” znajdują się łódzkie uczelnie wyższe: Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzebińskiego, Politechnika Łódzka, Uniwersytet Łódzki, Wyższa Szkoła Informatyki i Umiejętności; Przedsiębiorcy: BlueBrick Sp. z o.o., Corre Studio, Le Polish Bureau, Inwedo Sp. z o.o., SUPERHOT Sp. z o.o., Teyon S.A., Wastelands Interactive, KODA, Plastic, Makimo Sp. z o.o. oraz Urząd Miasta Łodzi i Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego.

Warto zaznaczyć, że jedną z ważniejszych barier w podejmowaniu dialogu na rzecz wspólnego działania przedsiębiorców sektora animacji i VFX z przedstawicielami edukacji

może być schematyczne czy wręcz stereotypowe postrzeganie „tej drugiej strony”¹⁹. Takie biegunowe myślenie o drugiej stronie w relacji przedsiębiorcy – szkolnictwo wyraża się z jednej strony w przekonaniu, że szkoły nie są gotowe uwzględniać perspektyw i potrzeb przedsiębiorców oraz że nie są zdolne do wdrażania ich sugestii, a z drugiej strony w przekonaniu, że przedsiębiorcy są zainteresowani wyłącznie zaspokojeniem doraźnych potrzeb i deficytów w zakresie kompetencji bez uwzględnienia długoterminowych strategii i nie troszczą się o dobro pracowników, zwłaszcza młodych stażem i mało doświadczonych.

Niestety wciąż powszechną wśród pracodawców – przedsiębiorców jest opinia, że niezależnie od tego, jak wygląda rynek pracy, obowiązkiem szkół średnich (na przykład liceów plastycznych) i wyższych jest dopasowanie do niego własnej oferty edukacyjnej. M.in. autorzy raportu „Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki”²⁰ podkreślają, że system kształcenia formalnego nie wyposaża uczniów i studentów we wszystkie kompetencje istotne z punktu widzenia przyszłej pracy, do której trafią po ukończeniu edukacji. „Te same czynniki, które utrudniają firmom stosowanie strategii inwestycji w pracowników, utrudniają także zapewnienie dostępu uczniom i studentom do praktyk dobrej jakości, w których toku mogliby zdobyć pewne doświadczenie już w czasie nauki”²¹.

Wysokiej jakości kształcenie zawodowe wiąże się z koniecznym zaangażowaniem ze strony samych pracodawców. Będzie to trudne w sytuacji dominacji w sektorze animacji i VFX w Polsce małych firm i mikroprzedsiębiorców oraz relatywnie niskiej dynamiki rozwoju i innowacyjności tego sektora. Ponadto rozwiązania polegające na kształceniu dualnym łatwiej jest wdrożyć w sytuacji, gdy firmy są zorientowane na stosowanie modelu zatrudnieniowego polegającego na inwestowaniu w kadry, co nie jest normą w branży animacji i VFX. W tej sytuacji nie jest też łatwo o dobre praktyki i staże dla uczniów, studentów czy absolwentów. Jest to bariera zwiększania zatrudnialności w wielu firmach, w tym również w tych działających w sektorze animacji i VFX.

4.7. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA ANIMACJI I VFX

Poziom finansowania animacji to czynnik, który wyraźnie determinuje jakość rodzimych produkcji. Dobry warsztat pracy polskich animatorów nie jest wystarczającym warunkiem wysokiej jakości produkcji w sytuacji ich niedofinansowania. Zbyt niskie budżety oznaczają niższą jakość powstających dzieł, tym samym mniejsze zainteresowanie dystrybutorów i odbiorców, a w efekcie mniejszą szansę na sukces komercyjny. Dodatkową konsekwencją jest zniechęcenie potencjalnych inwestorów do całego sektora animacji.

W chwili obecnej dotacje publiczne są najważniejszym źródłem finansowania produkcji animowanych; brak tego mechanizmu finansowania uniemożliwiłby produkcję filmów i seriali animowanych w Polsce. Filmy i serie animowane powstają głównie dzięki finansowaniu ze

19 /// Na podstawie: Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki. Raport podsumowujący IV edycję badań BKL z 2013 r., red. Górniak J., PARP. Warszawa 2014. s. 47 oraz Bilans kompetencji branż BPO i ITO w Krakowie – Raport Końcowy z przeprowadzonych badań. Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych Interdyscyplinarne Centrum Badań i Rozwoju Organizacji Uniwersytet Jagielloński. Kraków 2012.

20 /// Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki. op. cit. s. 7

21 /// Ibidem, s.7.

środków Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (PISF). Ze źródeł krajowych można pozyskać finansowanie także za pośrednictwem regionalnych funduszy filmowych; dla producentów animacji dostępne są również środki za pośrednictwem programu Eurimages (na produkcję filmów i serii animowanych) oraz programu Creative Europe Desk Polska (na development filmów i serii).

W całej Polsce aktywnych jest dziewięć regionalnych funduszy filmowych, w przeszłości istniały również inne fundusze, które aktualnie są zawieszane. Oznacza to, że część regionów jest nieobjęta działaniem żadnego funduszu regionalnego. Środki będące w dyspozycji funduszy rozdysponowywane są pomiędzy wszystkie rodzaje produkcji filmowych, w tym animacje. Stanowią one niewielką część filmów dotowanych przez regiony, np. w roku 2014 wśród 56 dofinansowanych produkcji znalazło się tylko 6 animacji.

Możliwe jest również pozyskiwanie dofinansowania na pojedyncze projekty animowane z programu Kreatywna Europa komponent Media²². Polska została w tym programie zakwalifikowana do krajów o niskich zdolnościach produkcyjnych, co oznacza, że w procedurze oceny projekty złożone przez naszych producentów otrzymują punkty preferencyjne. W 2 ostatnich latach dotacje w wysokości 60 000 euro na development projektów pojedynczych otrzymały 3 studia:

- Badi Badi, *Latający Miś i Spółka*, rok 2015,
- Grupa Smacznego, *Bubblebit and Miau*, rok 2014,
- SE-MA-FOR Produkcja Filmowa, *Serce w murze*, rok 2014.

Jeszcze trudniejsze w ocenie przedstawiciele polskich studiów animacji jest uzyskanie dotacji z Eurimages (European Cinema Support Fund). Z tego funduszu dofinansowywana jest produkcja filmów, w tym animowanych. Również sięgając po dotacje z tego funduszu, polscy producenci otrzymują punkty preferencyjne, jednak dotowanie koprodukcji, w których uczestniczą polskie studia, zdarza się jeszcze rzadziej niż dotowanie developmentu ze środków Kreatywnej Europy. Dotychczas tylko 2 produkcje, w których partycypowały polskie studia, były współfinansowane z Eurimages:

- Platige Films (PL), Kanaki Films (ES), Walking The Dog (BE), Wueste Film GMBH / Animationsfabrik (DE), *Jeszcze dzień życia*, Raul de la Fuente (Spain), Damian Nenow (PL), 500 000 euro, 2013 r.
- Opus Film (PL), Pandora Film Produktion Cologne / Bridgit Folman Film Gang Ltd (DE), Paul Thiltges Sarl (LU), ARP S.a.s (FR), Entre Chien et Loup Scrl (BE), *Kongres*, Ari Folman, 550 000 euro, 2010 r.

Badanie ankietowe wykonane z przedstawicielami studiów potwierdziło, że w chwili obecnej dotacje są najważniejszym źródłem finansowania produkcji animacji; zdecydowana większość (64,3%) przebadanych firm otrzymała w ciągu ostatnich 3 lat dofinansowanie do swoich projektów ze środków publicznych. Zauważalne jest, że wyższe sumy dofinansowania (od 1,5 mln wzwyż) uzyskuje stosunkowo niewiele firm – łącznie 19,23%.

Zgodnie z informacją zamieszczoną na stronie Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej kwoty, o które w latach 2012-2015 wnioskowały studia, poszukując finansowania animowanej produkcji filmowej, średnio – dla wszystkich ubiegających się o dotację – stanowiły od 31% do 44% budżetu całej produkcji. Z kolei łączna suma dotacji przyznana studiom w poszczególnych latach stanowiła:

- w 2012 roku: 46% kwoty o którą wnioskowały studia i 53% alokacji na ten rok,
- w 2013 roku: 69% kwoty o którą wnioskowały studia i 94% alokacji na ten rok,
- w 2014 roku: 79% kwoty o którą wnioskowały studia i 55% alokacji na ten rok,
- w 2015 roku: 50% kwoty o którą wnioskowały studia i 62% alokacji na ten rok.

Dla porównania budżet 3- lub 3,5-minutowego filmu typu cinematic gry o standardzie AAA realizowanego przez polskie studia działające w sektorze powiązonym, tj. sektorze gier, wynosi 500-600 tys. euro. To oznacza, że budżet 30 minut takiego filmu (30 minut to czas krótkiego metrażu animowanego najczęściej dotowanego przez PISF) stanowiłoby około 20-25 mln złotych.

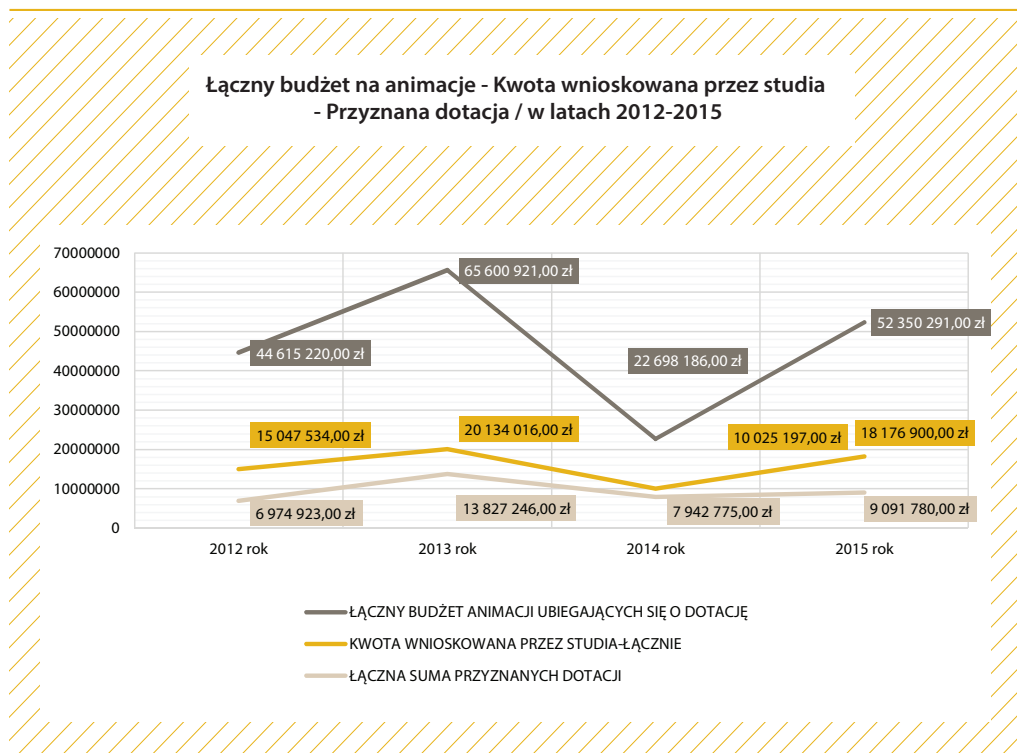
Dane na temat budżetów produkcji animowanych z jednej strony potwierdzają słabą pozycję polskiego sektora animacji na tle innych krajów europejskich, a z drugiej strony wyjaśniają przyczyny tego stanu rzeczy. Wysokość budżetu polskiego filmu jest ponad trzykrotnie niższa niż w Niemczech lub Belgii, a porównanie budżetów seriali pokazuje wręcz dramatycznie niekorzystną sytuację polskich producentów. Polska pod względem średniego budżetu serialu znajduje się na przedostatnim miejscu wśród 15 krajów, natomiast pod względem średniego budżetu filmu animowanego – na 9. miejscu. Średni budżet serialu w Polsce jest ponad czternastokrotnie niższy niż średni budżet wyliczony dla całej Europy. Z kolei średni budżet filmu w Polsce jest prawie półtorakrotnie niższy od średniego budżetu filmu wyliczonego dla całej Europy.

Porównanie struktury i wielkości produkcji animacji w Polsce i w innych krajach europejskich potwierdza diagnozę wczesnego stopnia rozwoju branży w Polsce. Podczas gdy w krajach, które mają najsilniejsze sektory animacji (Francja, Wielka Brytania, Hiszpania), w strukturze produkcji dominują produkcje własne i koprodukcje większościowe, Polska w analizowanym okresie (2010-2014) ani razu nie wystąpiła jako koproducent większościowy, a samodzielna produkcja stanowiła tylko połowę naszej produkcji. We Francji w latach 2012-2014 powstało 61 filmów i seriali animowanych, w Wielkiej Brytanii i Estonii – 33, w Niemczech – 30, a w Polsce tylko 6. Polska i Włochy to jedyne 2 duże kraje europejskie, które w latach 2010-2014 wyprodukowały mniej niż 10 filmów animowanych.

Słabość systemu finansowania produkcji animacji spowodowana jest tym, że został on zaprojektowany w taki sposób, by środki publiczne stanowiły uzupełnienie inwestycji dokonywanych w tym sektorze przez podmioty rynkowe, natomiast w rzeczywistości pozyskanie inwestora dla filmu zdarza się niezwykle rzadko. Mamy więc do czynienia z sytuacją, w której środki publiczne, które miały stanowić około połowy finansowania animacji, muszą wystarczyć na niemal całą produkcję.

Operacyjnie procedura finansowania autorskich filmów animowanych w dużej mierze opiera się na wkładach własnych producentów. Możliwość otrzymania dotacji z PISF-u uzależniona jest od udowodnienia, że posiada się środki z innych źródeł na kwotę zbliżoną do kwoty dotacji. Te własne środki mają postać wkładu rzeczowego producenta wnoszonego w postaci sprzętu (np. komputerów, oprogramowania, stołu montażowego) oraz części wynagrodzeń twórców.

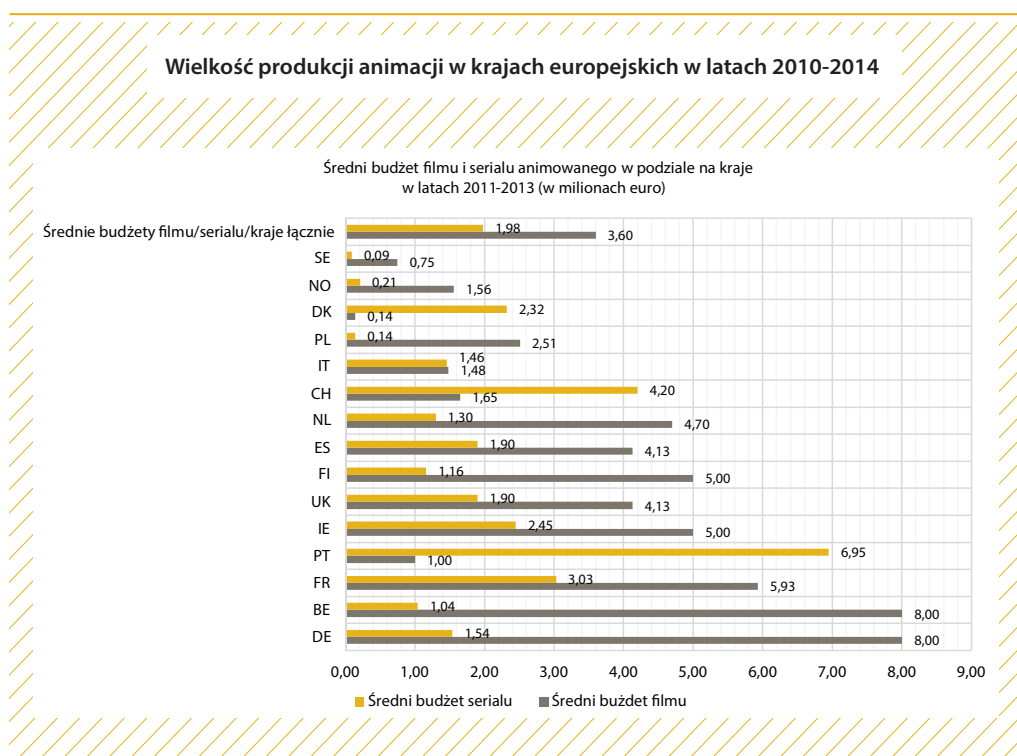
Wykres nr 11 Łączny budżet na animację - Wnioskowana kwota - Przyznana studiom animacji przez PISF dotacja/w latach 2012-2015



Źródło: opracowanie własne.

31

Wykres nr 12 Średnie budżety filmu i serialu animowanego w latach 2011-2013 w wybranych krajach Europy



Źródło: Focus on Animation, s. 19.

Brak inwestycji komercyjnych w tym sektorze powoduje, że filmy i serie animowane muszą być rozwijane i produkowane za znacznie mniejsze środki niż powinno to mieć miejsce, co nie pozostaje bez wpływu na ich jakość. Powoduje to konieczność dokonywania oszczędności, głównie na usługach specjalistów, którzy powinni być zaangażowani w proces tworzenia filmu, i niewspółmiernie duże obciążenie pracą twórcy, który często musi łączyć kilka funkcji (np. producenta, reżysera, scenarzysty, animatora). Oczywiście ważne jest to, że taki mechanizm finansowania animacji jest w ogóle dopuszczalny, ponieważ w przeciwnym razie produkcja animacji byłaby bardzo utrudniona lub – na chwilę obecną – wręcz niemożliwa.

Trudności związane z pozyskaniem wystarczających środków na produkcję animacji są właściwie wspólnym doświadczeniem przedstawicieli sektora animacji. Jest to bardzo niekorzystna sytuacja, zwłaszcza gdy uświadomimy sobie, że minuta filmu animowanego może być droższa niż minuta filmu live-action, a animacje są dofinansowywane przez PISF na dużo niższym poziomie. Oczywiście cena minuty animacji może być bardzo zróżnicowana w zależności od zastosowanej techniki (np. filmy wycinankowe są o wiele tańsze od animacji 3D), a filmy live-action również wymagają niejednakowych nakładów. Jednak generalnie finansowanie animacji na niskim poziomie nie sprzyja profesjonalizacji sektora. Wykonywanie specjalistycznych dóbr i usług wysokiej jakości wymaga dużych nakładów finansowych na sprzęt, wyposażenie, wynagrodzenia i doskonalenie personelu. Wysoko wykwalifikowani pracownicy oczekują wysokich zarobków, pełne wykorzystanie ich potencjału wymaga nowoczesnego sprzętu i oprogramowania komputerowego, które jest kosztowne i ma krótki cykl życia. Zapewnienie takich warunków powoduje, że jakość świadczonych usług jest wysoka, a firmy nie muszą konkurować ceną.

Jednak osiągnięcie takiego stanu rozwoju sektora wymaga podniesienia w pewnym momencie nakładów, dzięki którym zaspokojone zostaną nie tylko podstawowe, ale i „wyższe” potrzeby firm, w wyniku czego będą one mogły wejść na ścieżkę profesjonalizacji.

Druga, jakże pożądana, połowa środków na animację powinna pochodzić od inwestorów lub nadawców telewizyjnych. Jednak postrzeganie filmu jako produktu, w który można zainwestować z zyskiem, nie jest rozpowszechnione nawet w odniesieniu do filmów live-action, a w przypadku animacji jest jeszcze bardziej nierealne z racji prawie całkowitego braku polskiej animacji w dystrybucji kinowej. Dodatkowo umiejętność pozyskiwania środków inwestycyjnych dla produkcji animowanych jest wśród polskich producentów animacji niewielka. Jednak podjęcie już dzisiaj wysiłków w kierunku doskonalenia kompetencji branży w tym obszarze oraz uświadamiania inwestorom, że film może być tak samo dobrym obszarem inwestycji jak wiele innych, jeżeli zakończy się sukcesem, spowoduje, że gdy do dystrybucji kinowej częściej będą trafiać polskie filmy animowane, one również staną się atrakcyjne dla inwestorów.

Niektórzy respondenci przyglądając się strategii Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (PISF) i rozwojowi filmu fabularnego, per analogiam wnioskuje o braku wyraźnej strategii i określonych priorytetów rozwoju polskiej animacji jako gatunku filmowego.

Należy uświadomić sobie, że powszechność stosowania w Europie – na najbardziej rozwiniętych rynkach animacji – systemów zachęt finansowych dla zagranicznych producentów filmów powoduje, że wprowadzenie rozwiązań z tego zakresu w Polsce powinno zostać poddane bardzo poważnej debacie. Fakt, że do większości naszych sąsiadów systemy zachęt finansowych „przyciągają” duże produkcje i postprodukcje poprzez gwarantowanie wymiernych korzyści finansowych, stawia Polskę, w której nie ma takich rozwiązań, na straconej pozycji.

Analizy przeprowadzone w innych krajach pokazały, że zachęty finansowe zapewniają większy zwrot dochodów podatkowych dla gospodarek krajowych niż wynosi ich koszt. Wprowadzenie analogicznego systemu zachęt w Polsce nie będzie wyrazem faworyzowania branży filmowej, lecz zabiegiem, który ma wyrównać nasze szanse w konkurencji z innymi krajami Europy, w dłuższej perspektywie zbudować przewagę konkurencyjną polskiej branży filmowej oraz uprawdopodobnić obecność innych wymiernych korzyści wykraczających poza wzmocnienie pozycji rynkowej branży (efekt „rozlewania się” charakterystyczny dla rozwijających się przemysłów kreatywnych).

5. **REKOMENDACJE**

5.1. POTENCJAŁ BRANŻY

Konieczny jest dalszy rozwój i doskonalenie kompetencji, na które istnieje zapotrzebowanie w branży, m.in. poprzez organizowanie przez przedsiębiorców i przez instytucje wspierające branżę (np. Krajową Izbę Producentów Audiowizualnych) specjalistycznych kursów, warsztatów i szkoleń.

Szczegółnej uwagi i troski wymaga obszar kompetencji producenckich związanych z szeroko rozumianym procesem organizacji i zarządzania produkcją filmową; w programach doskonalenia kadry producenckiej należy również uwzględnić zagadnienie pozyskiwania środków prywatnych na produkcję filmową.

Oczekiwanie lepszego dopasowania kompetencji do potrzeb branży musi być powiązane z większym zaangażowaniem studiów w proces kształcenia uczniów, absolwentów oraz młodych stażem pracowników, m.in. poprzez współpracę ze szkołami i uczelniami. W szczególności współpraca pracodawców ze szkolnictwem powinna polegać na organizowaniu specjalistycznych praktyk zawodowych w miejscu pracy, współtworzeniu programów praktyk i staży, organizowaniu konkursów o staż lub programów job shadowingu.

Adresat rekomendacji:

- przedsiębiorcy reprezentujący branżę,
- przedstawiciele sektora edukacji i szkolnictwa wyższego,
- przedstawiciele instytucji wspierających branżę,
- Stowarzyszenie Producentów Polskiej Animacji/SPPA.

5.2. PREFERENCJE PRODUCENTÓW

Konieczne jest zwrócenie większej uwagi na proces developmentu filmu i serialu animowanego i jego większe dofinansowanie, m.in. poprzez zabezpieczenie większej alokacji na development w programach operacyjnych Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Jednocześnie należałoby zrewidować lub ponownie zaprojektować system, procedury i narzędzia weryfikujące oczekiwany potencjał sprzedażowy projektów filmowych i ich uniwersalny, międzynarodowy wymiar. Proponuje się następujące kryteria oceny obszarów projektu:

- treści kulturowe: projekt zawiera tematyczne odniesienia do Polski i innych krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego/EOG; projekt realizowany jest w języku polskim i języku angielskim (wymagana jest językowa adaptacja scenariusza na język angielski),
- wkład w kulturę: projekt wykorzystuje i promuje specyfikę kultury polskiej, odnosi się do jej kulturowego dziedzictwa, jednocześnie nawiązuje do światowej różnorodności kulturowej,
- twórcy: wiodący wykonawcy i eksperci w projekcie to Polacy lub eksperci pochodzący z EOG; projekt otrzymuje dodatkowe punkty za międzynarodową i krajową koprodukcję,

- projekt jest „kulturowym centrum” („cultural hab”): część produkcji/postprodukcji musi odbywać się w Polsce – ten warunek przyznania dotacji jest uzasadniony w sytuacji istnienia systemu zachęt dla inwestorów.

Ponadto konieczne jest lepsze wykorzystanie developmentu w procesie produkcji filmu przez producentów i twórców oraz wdrożenie i rozwój koncepcji funduszu Co-Developmentowego. W składzie komisji oceniających animowane projekty filmowe oraz ich scenariusze i decydujących o przyznaniu stypendiów dla scenarzystów należy uwzględniać aktywnych producentów i przedsiębiorców reprezentujących sektor kreatywny w obszarze film animowany i VFX. Szersze otwarcie producentów na rynki międzynarodowe i większa gotowość do korzystania z okazji do nawiązywania współpracy międzynarodowej (na przykład zapewnianych w programach Kreatywna Europa i Eurimages) mogą skierować polską branżę animacji na drogę szybszego rozwoju.

Adresat rekomendacji:

- Polski Instytut Sztuki Filmowej/PISF,
- SPPA,
- przedsiębiorcy reprezentujący branżę.

5.3. ROZWÓJ WIDOWNI

37 ● Konieczne jest zaplanowanie i wdrażanie inicjatyw nakierowanych na rozwój widowni, których celem jest ilościowy i jakościowy rozwój publiczności, tj. odbiorców animacji. Rozwój widowni powinien objawić się wzrostem oglądalności polskich animacji oraz zwiększoną wrażliwością na ten rodzaj sztuki filmowej, zrozumieniem go i znajdowaniem w nim upodobania.

Adresat rekomendacji:

- przedstawiciele instytucji wspierających branżę,
- przedsiębiorcy reprezentujący branżę,
- SPPA.

5.4. WSPÓŁPRACA W BRANŻY

Nieodzowne jest większe otwarcie na rynki międzynarodowe oraz intensywniejsze nawiązywanie i rozwijanie współpracy wewnątrz branży i z podmiotami działającymi w innych sektorach.

Adresat rekomendacji:

- przedsiębiorcy reprezentujący branżę,
- SPPA.

5.5 FINANSOWANIE PRODUKCJI

Warto bliżej przyjrzeć się rozwiązaniu polegającemu na czasowym odwróceniu założeń dotyczących montażu finansowego produkcji animacji i „postawieniu na animację” – w określonym okresie czasu, środki publiczne byłyby kluczowym filarem budżetu produkcji animowanej, a nie jego uzupełnieniem, co ma miejsce obecnie.

Należy również podjąć wysiłki w kierunku doskonalenia strategii i kompetencji branży w zakresie pozyskiwania środków prywatnych dla produkcji animowanych. Punktem wyjścia dla projektowania takich strategii są:

- wysokie kompetencje w branży,
- duże doświadczenie i wszechstronność podmiotów sektora animacji i VFX (pokrywające: produkcję, koprodukcje, usługi postproducyjne i inne),
- gwarancja wykonalności (wynikająca z kompetencji obecnych w firmach i ze stabilnej sytuacji podmiotów na rynku),
- rozpoznawalność i sukcesy polskiej animacji na rynkach międzynarodowych.

Adresat rekomendacji:

- PISF,
- przedsiębiorcy reprezentujący branżę.

5.6. ZACHĘTY FINANSOWE DLA INWESTORÓW

Aby zachęty finansowe dla producentów zagranicznych okazały się skuteczne, państwo i branża animacji i VFX powinny spełnić szereg warunków:

- w regionie muszą istnieć odpowiednio wysokie kompetencje oraz zasoby wystarczające do zrealizowania dużego zlecenia,
- podmioty muszą mieć możliwość i umiejętność organizowania się wokół wspólnego przedsięwzięcia, współdziałania i wspólnego „występowania” w projekcie. Większa liczba podmiotów (najlepiej o komplementarnych względem siebie kompetencjach) powinna wyłonić ze swojego grona lidera, który weźmie na siebie odpowiedzialność za kwestie merytoryczne związane z produkcją i za zorganizowanie sprawnie działającej struktury zarządczej,
- mechanizm finansowania musi zakładać wydatkowanie części środków na terenie regionu,
- obciążenia administracyjne dla potencjalnych inwestorów zewnętrznych powinny zostać ograniczone do niezbędnego minimum,
- środki pomocowe muszą być odpowiednio wysokie, w szczególności, jeżeli projekty z zewnętrznym kapitałem miałyby wykorzystywać animację i VFX.

Adresat rekomendacji:

- przedstawiciele instytucji wspierających branżę,
- instytucje rządzące i decyzyjne.



6. STUDIA PRZYPADKÓW

6.1. CZECHY

Rozwój sektora animacji

Zdaniem respondentów czeskie studia animacji i VFX realizują usługi na podobnym poziomie co studia polskie, jednak na ich korzyść dodatkowo działają oferowane na terenie Czech ulgi podatkowe dla zewnętrznych inwestorów. W Pradze są liczne studia VFX, które zatrudniają więcej osób niż polskie; z tego powodu polska superprodukcja „Miasto 44” była realizowana w Pradze.

Historia czeskiej animacji jest pod pewnymi względami podobna do polskiej. Branża przeżywała swój rozkwit w Czechosłowacji. W tych czasach cała wiedza, najzdolniejsi twórcy, ich energia i środki finansowe skupione były w jednym systemie, a producenci nie musieli martwić się o zdobywanie funduszy. Branża animacji była silna do tego stopnia, że zagraniczne studia zlecały tutaj produkcję swoich filmów, np. „Tom i Jerry” w latach 70. Po transformacji systemu politycznego zaszły duże zmiany i branża, która wcześniej była jednym „organizmem”, podzieliła się na działające niezależnie od siebie studia. W rezultacie doprowadziło to do znacznego osłabienia całej branży, a także do obniżenia poziomu finansowania. Obecny stopień współpracy między studiami jest o wiele słabszy niż w poprzednim systemie, na czym cierpi organizacja całej krajowej produkcji i jej jakość.

Charakterystyka rynku animacji i VFX

Centralną organizacją na rynku animacji jest Stowarzyszenie Animacji Czeskiej (SAC), które powstało w 2012 roku w celu pogłębienia współpracy pomiędzy różnymi aktorami działającymi do tej pory niezależnie. Celem organizacji jest wspieranie promocji całej branży i określanie jej celów rozwojowych. Stowarzyszenie miało również pomóc w ułożeniu relacji z rządem i lobbować na rzecz większego wsparcia dla branży. Organizacja zrzesza 12 firm zajmujących się produkcją i animacją (około 75% całego rynku), jednak nie ma wśród nich firm zajmujących się VFX, z uwagi na ich częściowo odrębny charakter. Poza organizacją znajdują się także producenci, którzy nie czują głębszego związku z resztą branży. Ponadto animacja w Czechach to wciąż nieduży rynek ze znaczącą liczbą freelancerów, a do stowarzyszenia mogą należeć tylko firmy.

Branża opiera swą działalność na produkcji seriali dla telewizji w formacie niezmiennym od lat, produkcji reklam oraz filmów pełnometrażowych. Firmy starają się szukać partnerów biznesowych i zleceń za granicą, jednak do tej pory nie mogą pochwalić się dużymi sukcesami. Wyzwaniem dla branży jest stworzenie sieci studiów produkcyjnych na najwyższym światowym poziomie, które mogłyby wygrywać zlecenia na produkcję poszczególnych elementów filmów. Równie istotne cele określone w strategii do 2020 roku to inwestowanie w ludzi, szukanie talentów oraz generalna rozbudowa infrastruktury, która pozwoli czeskim produkcjom wybić się na rynku międzynarodowym, oraz ściąganie do kraju produkcji zagranicznych. Kwestie finansowe i skala rynku animacji w kraju nie pozwalają nawet największym graczom utrzymywać się tylko z produkcji seriali czy filmów animowanych; zarobki w dużej części pochodzą z produkcji reklam. Przedstawiciele branży zdają sobie sprawę, że procesowi modernizacyjnemu powinno towarzyszyć tworzenie własnej marki, własnych postaci, produkowanie własnego kontentu.

W obszarze oglądalności filmów animowanych wśród państw porównywanych w badaniu Czechy zajmują piątą pozycję za Francją, Wielką Brytanią, Polską (7,9 mln) i Niemcami.

W Czechach średnia roczna oglądalność filmów animowanych wyniosła w latach 2010-2014 2,41 mln²³. W roku 2010 znaczny udział miały 2 amerykańskie produkcje – „Epoka Lodowcowa” 3 (852 067 odbiorów) oraz „Avatar” (375 733 odbiory)²⁴. Najwięcej filmów animowanych (aż 4) w analizowanym okresie w Czechach powstało w roku 2010, natomiast najmniej – w 2012 (powstała 1 produkcja emitowana w kinach).

Główna linia podziału czeskiej branży animacji przebiega pomiędzy techniką lalkową a klasyczną lub cyfrową animacją 2D. Najczęściej stosowaną w czeskich studiach techniką jest klasyczna animacja 2D. Króluje ona już od wielu lat zarówno na uczelniach, jak i w telewizji. Produkcje cyfrowe i 3D nie są szeroko rozpowszechnione z uwagi na brak doświadczenia i możliwości edukacji w tym obszarze.

Źródła finansowania branży

Główne źródło wsparcia finansowego produkcji animowanej w Czechach stanowią telewizja publiczna oraz Fundusz Filmowy. Natomiast główne źródło przychodów dla firm stanowią reklamy, choć ich rynek wielkością ustępuje zachodnim. Fundusz Filmowy wspiera tylko filmy długometrażowe, firmy starają się więc łączyć finansowanie z telewizji publicznej z finansowaniem z Funduszu. Te z nich, które decydują się na większą produkcję, muszą dodatkowo szukać partnerów za granicą. W tym przypadku opisane powyżej środki stanowią ich wkład własny w międzynarodowy projekt. Jednocześnie trzeba wziąć pod uwagę, że pozyskiwanie finansowania z telewizji i Funduszu jest procesem skomplikowanym, jako iż instytucje te nie współpracują ze sobą w pełni i często ich działania są niekompatybilne.

Charakterystyka publiczności animacji

Widownię produkcji animowanych w Czechach stanowią głównie dzieci i rodziny. Z uwagi na długoletnią tradycję animacji, widzowie zostali przyzwyczajeni do wysokiego artystycznego poziomu produkcji i określonego stylu. Częściowo animacja produkowana jest też dla widzów dorosłych. Pomimo iż rynek pełnometrażowych krajowych filmów animowanych jest niewielki, czeskie produkcje nadal są doceniane przez lokalną publiczność. Zdecydowana większość filmów animowanych wyświetlanych w kinach oraz seriali telewizyjnych pochodzi jednak z zagranicy. Podstawę dystrybucji rodzimych produkcji stanowią dystrybutorzy kinowi oraz telewizja.

Bariery rozwoju branży

Główne bariery rozwoju branży to brak wysoko wykwalifikowanych, utalentowanych pracowników oraz niski poziom technologii stosowanej w studiach. Istotnymi problemami są też brak współpracy pomiędzy telewizją publiczną a Funduszem Filmowym i skomplikowana struktura finansowania publicznego w kraju, która prowadzi do problemów w łączeniu środków pochodzących od producentów z zagranicy z funduszami krajowymi. Efektem są utrudnienia w nawiązywaniu partnerstw i koprodukcji z innymi krajami europejskimi. Biorąc pod uwagę, że sposoby działania telewizji publicznej i Funduszu Filmowego wobec branży nie są kompatybilne, pozyskiwanie finansowania produkcji animowanych jest w Czechach procesem mozolnym, pełnym barier i utrudnień.

Sektory współpracujące z branżą animacji i VFX

Ekspertci wskazali na stosowanie animacji w wielu sektorach gospodarki, w tym

23 /// Focus on Animation, op.cit. s. 13.

24 /// Screen International, 2010, s. 61.

w reklamie i marketingu. Jednak pomimo tego, że branża chętnie angażuje się z produkcję reklam i pozyskuje z nich dużą część swoich dochodów, należy odróżnić ten rodzaj działalności (polegający zasadniczo na wizualizowaniu obiektów i zjawisk) od animacji jako takiej.

Edukacja a rynek pracy

Ważne cechy czeskiego rynku animacji to brak pracowników o odpowiednich kwalifikacjach oraz niski poziom organizacji sektora, który powoduje, że niemożliwe jest wyłapywanie nowych talentów i przeprowadzanie rzetelnej oceny potencjału zasobów ludzkich. Odpowiedzią na tę sytuację są rozpoczęte kilka lat temu prace nad stworzeniem standardów kwalifikacyjnych dla branży animacji. Stworzenie standardu zakładało scharakteryzowanie potencjału edukacyjnego na rzecz sektora w Czechach, jak również zbadanie zapotrzebowania na poszczególne kwalifikacje ze strony rynku pracy. Analizy pozwoliłyby określić, jakich kwalifikacji brakuje na rynku i jak można by je uzupełnić poprzez aktywność edukacyjną. Standardy kwalifikacji są także narzędziem przydatnym szkołom, które można uwzględnić w programach nauczania, ponieważ dają wiarygodne informacje na temat tego, czego prawdziwy biznes potrzebuje. W przyszłości mogą również okazać się dobrym narzędziem PR-owym, umożliwiającym zakomunikowanie w świecie, że w Czechach pracują bardzo wysoko wykwalifikowani specjaliści od animacji.

Innym istotnym problemem jest wciąż ograniczona wielkość rynku, czyli również dostępnych zleceń. Łączy się to z niewystarczającą ilością pracy, która pozwoliłaby początkującym pracownikom zdobyć doświadczenie. W związku z niewielkim popytem na pracę, jaki generuje rynek, występuje obecnie znaczny nadmiar absolwentów animacji, którzy, nie mogąc znaleźć pracy w zawodzie, zajmują się czymś innym. Z uwagi na brak pracy nie mają szans na zdobycie doświadczenia praktycznego, które jest przepustką do zatrudnienia przy produkcjach animowanych.

Reakcją na opisany powyżej problem niewystarczających kompetencji w branży było powołanie przez jedną z głównych firm animacji w Czechach własnego kursu opartego na kształtowaniu umiejętności praktycznych. Zapoczątkowane w 2008 roku szkolenia koncentrują się m.in. na CGI (Computer Generated Imagery), scenopisarstwie, artistic design. Ten program szkoleniowy jest dostępny dla każdego w Europie; w poprzednich latach szkolili się w nim również specjaliści z Polski, którzy otrzymali stypendia z PISF-u. Przez 5 lat Kreatywna Europa Komponent Media wspierał funkcjonowanie tego programu. Obecnie podobne szkolenia prowadzone są przez inne firmy, a także przez samo Stowarzyszenie.

Te inicjatywy nie wpłynęły jednak na pogłębienie współpracy między instytucjami edukacyjnym a rynkiem. Eksperci uważają, iż szkoły nie koncentrują się na nauczaniu praktycznych umiejętności ani umiejętności pracy zespołowej w ramach procesu produkcyjnego. Studenci nabierają natomiast dużo umiejętności artystycznych, związanych z samodzielnym procesem twórczym.

Z uwagi na niedobór specjalistów na rodzimym rynku, firmy pozyskują do produkcji specjalistów z innych krajów Europy. Szacuje się, iż obecnie nie mniej niż 1/3 pracowników tego sektora pochodzi z zagranicy.

Postrzeganie polskiego rynku animacji

Sytuacja na polskim rynku animacji jest w opinii ekspertów bardzo podobna do tej, która ma miejsce w Czechach. Producenci muszą konfrontować się z problemami natury finansowej i utrudnieniami we współpracy. Zalety polskiego rynku to, zdaniem czeskich ekspertów, jego wielkość oraz potencjał kreatywny. Niektóre czeskie firmy współpracują z firmami i ekspertami z Polski.

6.2. WIELKA BRYTANIA

Charakterystyka rynku animacji i VFX

Organizacja *Animation UK* powstała w 2010 roku jako reprezentacja branży animacji w Wielkiej Brytanii. Wśród jej członków znajdują się brytyjskie studia animacji i firmy z sektorów powiązanych, zarówno największe gracze, jak i mikroprzedsiębiorstwa i freelancerzy. Bodźcem do założenia stowarzyszenia był spadek konkurencyjności brytyjskich studiów animacji w obliczu wprowadzania zwolnień podatkowych dla zagranicznych producentów animacji w innych krajach Europy i w Kanadzie. Na początku swojej działalności *Animation UK* miała jeden cel – wywalczenie zwolnień podatkowych dla branży animacji. W taki sposób było to komunikowane rządowi, organizacja przygotowała swój raport i po 4 latach od rozpoczęcia starań w Wielkiej Brytanii wprowadzono zwolnienia podatkowe.

Branża animacji i VFX w Wielkiej Brytanii są prężne i dochodowe. Wartość rynku jest bardzo znacząca, a jego kondycja i właściwa struktura przychodów powodują, że można orzec, że jest to „zdrowy” rynek. Działające w obszarze animacji firmy zajmujące się marketingiem i reklamą również są w dobrej kondycji.

Brytyjskie przedsiębiorstwa działające w branży zazwyczaj dywersyfikują swoją działalność. Jest to skuteczna strategia biznesowa, zwłaszcza gdy jej wybór jest zgodny z charakterem produktów firmy i obrazem marki. Dywersyfikacja dotyczy w największej mierze firm, które posiadają własny „kontent”. Jeśli produkt firmy jest znany, można zarabiać na nim na wiele sposobów, np. tworząc gry komputerowe, ubrania, maskotki. Daje to możliwość rozszerzenia działalności na inne sektory gospodarki, co w czasach dużej zmienności rynku i ostrej konkurencji jest istotnym gwarantem utrzymania stabilności finansowej.

Charakterystyka publiczności animacji

Branża animacji w Wielkiej Brytanii skoncentrowana jest na produkcji filmów dla dzieci i kina rodzinnego. Filmy animowane cieszą się bardzo dużą popularnością i, z perspektywy całego rynku filmowego w kraju, przyciągają do kin największą liczbę widzów. Mimo wszystko najbardziej popularne animowane pozycje to wciąż filmy produkcji zagranicznej, najczęściej amerykańskiej; brytyjską firmą, której udaje się produkować kinowe hity, jest Aardman.

Źródła finansowania animacji

Najważniejszymi źródłami finansowania branży są nadawcy telewizyjni (głównie telewizja publiczna BBC) oraz prywatne firmy zagraniczne, które posiadają swoje centrale w Londynie, jak Nickelodeon czy Cartoon Network. Firmy te robią własne programy, ale też wchodzą we współpracę z firmami brytyjskimi.

Kluczowym elementem powodzenia finansowego branży audiowizualnej są zachęty podatkowe, mające postać dodatkowych odliczeń podatkowych dla kosztów produkcji poniesionych na terenie Wielkiej Brytanii (nawet do 100% kosztów) oraz gotówkowej ulgi podatkowej do 25% wszelkich kwalifikujących się kosztów zgłoszonych do brytyjskich organów podatkowych²⁵.

Ulgi podatkowe oraz fakt, iż w słynnym londyńskim Soho miało siedziby wiele podmiotów o różnych profilach (szczególnie produkcji filmowej i telewizyjnej, postprodukcji

cyfrowej i reklamy²⁶), przyciągnęły wraz z ekranizacjami książek o Harrym Potterze produkcje z dużymi budżetami VFX. Natomiast dzięki stabilności finansowej, zdobytej za sprawą regularnie napływających dużych zleceń od korporacji Warner Bros, Soho stał się znaczącym na europejskiej i światowej mapie gospodarczej ośrodkiem VFX²⁷.

Na zmiany w branży dotyczące finansowania duży wpływ miało wprowadzenie zakazu reklamowania części produktów dla dzieci, który sprawił, że przemysł zaczął tracić około £50 mln rocznie. Kolejne straty przyniosła zmiana strategii marketingowych dystrybutorów publicznych, którzy podjęli decyzję o większym udziale reklam dla dorosłych kosztem reklam dla dzieci. Te dwie okoliczności sprawiły, iż do 2012 roku branża filmów animowanych praktycznie zniknęła w Wielkiej Brytanii. Dopiero po wprowadzeniu ulg podatkowych biznes ruszył z miejsca i rozwija się obecnie w bardzo szybkim tempie. Przemysł filmowy w Londynie od czasu tego kryzysu urósł o około 800%.

Ekspert argumentowali również konieczność zmian w podziale pieniędzy, które rząd poprzez BFI (British Film Institute) przeznacza na animację. Dyskusja tocząca się obecnie nie zakłada większych funduszy na animację, lecz sprawniejszy ich podział, który odpowiadałby potrzebom branży.

Główne kanały dystrybucji

Duże brytyjskie produkcje są najczęściej dystrybuowane przez wielkie koncerny amerykańskie, tj. DreamWorks czy Universal. Producenci wybierają je z powodu skali promocji i zasięgu, jaki mogą zaoferować w porównaniu do przedsiębiorstw rodzimych.

Bariery rozwoju branży

Największym wyzwaniem dla rozwoju branży animacji i efektów specjalnych w Wielkiej Brytanii jest niezwykle szybko rozwijająca się technologia i sposób, w jaki produkcje animowane są odbierane przez dzieci. Producenci muszą stale dostosowywać historie i bohaterów nie tylko do coraz bardziej różnicującego się zapotrzebowania na globalnym rynku, lecz także do urzędzeń, za pośrednictwem których dzieci i młodzież te treści konsumują.

Innym problemem jest kwestia sprzedaży praw autorskich do filmów animowanych innym krajom. Ekspert wskazuje na możliwość wystąpienia komplikacji w procesie sprzedaży praw, głównie dotyczących niespójności prawa w tym zakresie w różnych krajach europejskich i ryzyka utraty kontroli nad swoją własnością intelektualną, w sytuacji sprzedaży licencji krajowi, który zgodnie z lokalnym prawem może odsprzedawać ją w innych państwach.

Regulacje rynku animacji

Rynek animacji rośnie w Wielkiej Brytanii bardzo szybko, pomimo że w innych krajach Europy i w Kanadzie zachęty podatkowe są wyższe. W ostatnich latach branża silnie lobbowała w celu zmiany ustawodawstwa określającego misję w odniesieniu do najmłodszych widzów. Producenci przekonują rząd, iż filmy animowane posiadają niezwykle istotne znaczenie w procesie socjalizacyjnym, a obecne trendy skupiają się zbyt na przemyśleniu kryptoreklamy produktów, zamiast na prezentowaniu wartości prospołecznych. W porozumieniu z rządem producentom udało się zbudować nowy, bardziej edukacyjny i wychowujący model treści, jakie powinny być prezentowane w filmach dla dzieci.

Sektory współpracujące z branżą animacji i VFX

26 /// Goldmedia GmbH Strategy Consulting, 2011, *Raport na temat branży VFX i filmów animowanych w Badenii-Wirtembergii. Analiza status quo i prognoza w zakresie wsparcia branży*, s. 53.

27 /// Ibidem, s. 28.

Animacja znajduje w Wielkiej Brytanii szerokie zastosowanie. Ciężko dziś wyobrazić sobie branżę, która nie używałaby animacji w sprzedaży, marketingu czy komunikacji z klientami. Do tego dodać należy powszechne zastosowanie w każdym sektorze gospodarki internetowej, który stanowi niezrównaną i wciąż zmieniającą się platformę dla symboli, które są z zasady animowane.

Edukacja i rynek pracy

Zapotrzebowanie szybko rosnącej branży animacji w Wielkiej Brytanii jest większe niż dostępność wykształconych i doświadczonych specjalistów na rynku pracy, więc branża doświadcza znaczących braków kadrowych. Największe jest zapotrzebowanie na producentów, czyli ludzi, którzy potrafią zarządzać i rozumieją specyfikę rynku i ekspertów od animacji.

Około 30% zatrudnionych w brytyjskich firmach animacyjnych pochodzi z zagranicy. Brak rąk do pracy spowodował zwiększenie nacisku na konieczność szkolenia specjalistów zarówno w ramach edukacji uniwersyteckiej, jak i w trakcie specjalistycznych szkoleń. Te drugie wspierane są przez rząd poprzez organizację *Creative Skill Set*, działającą na rzecz sektora kreatywnego i jego pracowników. *Creative Skill Set* współfinansuje szkolenia pracowników z branży kreatywnej na poziomie 50%.

Dzisiejsza trudna sytuacja jest również wynikiem opóźnienia w budowaniu przez uczelnie wyższe podaży na rynku pracy w odpowiedzi na wzrastający popyt. Z uwagi na drastyczne skurczenie się sektora animacji kilka lat temu, większość uniwersytetów wycofała się z prowadzenia kursów o tej tematyce; dziś natomiast liczba kursów w tym obszarze szybko wzrasta. *Creative Skill Set* wprowadziła system oceny uczelni kształcących na potrzeby sektorów kreatywnych, w którym studenci i specjaliści przyznają uczelniom punkty. Jest to ważne narzędzie różnicowania uczelni i informowania potencjalnych studentów o jakości kształcenia.

Uniwersytety zachowują właściwą równowagę pomiędzy edukacją ukierunkowaną na umiejętności stricte warsztatowe a na umiejętności kreatywnego myślenia i całościowego rozwoju artystycznego. W procesie edukacji łączy się również aspekty teoretyczne i praktyczne; najczęściej osoby kształcące się spędzają rok na uczelni i rok w firmie. Firmy starają się też coraz bardziej zachęcić studentów do współpracy – szukają najlepszych, szkolą ich i zatrudniają.

Sukces brytyjskiej animacji

W opinii ekspertów najważniejszymi czynnikami warunkującymi sukces filmów animacyjnych jest umiejętność dotarcia z produktem do jak największej liczby odbiorców na całym świecie oraz umiejętność współpracy z różnymi krajami. Ważna jest również uniwersalność przekazu, która gwarantuje, że publiczność, niezależnie od kultury pochodzenia, znajdzie w nim coś dla siebie.

Postrzeganie polskiego rynku animacji

Polska szkoła animacji posiada bardzo dobrą opinię wśród producentów brytyjskich w kontekście wysokiej jakości artystycznej i precyzji narracyjnej. Brak jej natomiast rozpoznawalności, promocji na dużą skalę i aktywnego uczestnictwa we współczesnym europejskim i globalnym rynku. Z punktu widzenia brytyjskich ekspertów naszymi słabymi stronami są nastawienie na rynek wewnętrzny i brak rozpoznawalności na świecie lub innymi słowami – brak dobrej reputacji.

The background is a light beige color with scattered white and gold geometric shapes, including hexagons and dots, creating a confetti-like effect.

7. ANALIZA **SWOT SEKTORA** **ANIMACJI I VFX**

Analiza SWOT polega na identyfikacji zasobów (atutów) i słabości badanej kwestii, tj. sektora animacji i VFX w obszarze film i serial animowany w Polsce, oraz rozpoznaniu szans i zagrożeń stwarzanych przez otoczenie. Z jednej strony pozwala na dokonanie analizy wewnętrznej branży, z drugiej – na diagnozę otoczenia, w którym branża funkcjonuje.

Skrót SWOT został utworzony od pierwszych liter angielskich słów:

- Strengths (mocne strony).
- Weaknesses (słabe strony).
- Opportunities (szanse).
- Threats (zagrożenia).

Silne i słabe strony sektora animacji i VFX zostały skonfrontowane z czynnikami zewnętrznymi, na które instytucje i osoby reprezentujące sektor nie mają wpływu (lub mają tylko częściowy wpływ), a które w sposób pozytywny lub negatywny mogą oddziaływać na kondycję i potencjał sektora.

Istotne jest wyodrębnienie czynników, dzięki którym można będzie rozwijać silne strony sektora, niwelować (bądź ograniczać) strony słabe, maksymalnie wykorzystywać istniejące możliwości i pojawiające się szanse oraz unikać przewidywanych zagrożeń. Dzięki posiadaniu szczegółowej wiedzy na temat wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań działalności sektora oraz jego mocnych i słabych stron, skonfrontowaniu tej wiedzy z przykładami rzeczywistych efektów działalności sektorów animacji w innych krajach (Czechach, Danii, Finlandii, Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii), w każdym obszarze analizy (słabe, mocne strony, szanse i zagrożenia) wskazywane zostały istotne czynniki.

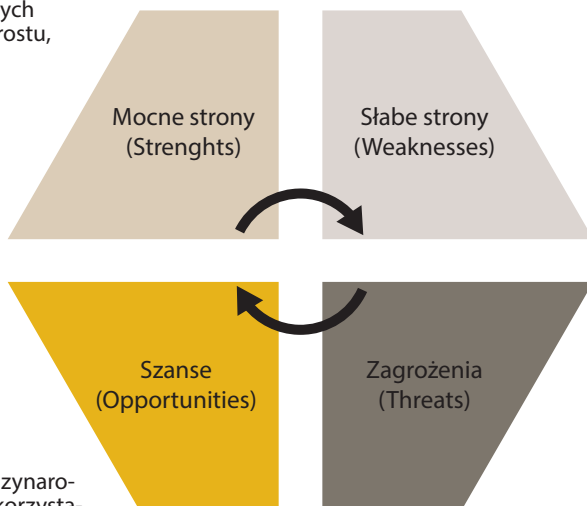
Zalety techniki analizy SWOT to:

- zorientowanie w kierunku poszukiwania efektywnych rozwiązań;
- zapewnienie łatwego przejścia od etapu analizy do etapu projektowania, planowania, działania;
- przestrzeń dla dalszego wnikliwego obserwowania czynników determinujących funkcjonowanie branży;
- rozróżnienie czynników, na które sektor ma wpływ (przynależnych branży) od czynników od niej niezależnych lub zależnych częściowo.

W ramach przeprowadzonej analizy uporządkowano uzyskane wyniki z badania w cztery kategorie: mocne strony, słabe strony, szanse i zagrożenia związane z procesami zachodzącymi w sektorze i w otoczeniu sektora – jak na schemacie nr 2.

Schemat nr 2 Analiza SWOT

- zauważany i doceniany na świecie TALENT - KOMPETENCJE polskich twórców działających w sektorze animacji i VFX;
- duże doświadczenie i wszechstronność podmiotów sektora animacji i VFX (pokrywające: produkcję, koprodukcje, usługi postprodukcyjne i inne);
- gotowość do zrzeszania się;
- stabilna sytuacja firm działających w sektorze z tendencją do wzrostu, i zwiększania zatrudnienia.



- szersze otwarcie na rynki międzynarodowe i większa gotowość do korzystania z okazji do nawiązywania współpracy;
- współpraca - większa elastyczność działania - większy potencjał - lepsza rozpoznawalność sektora, firm i twórców na świecie;
- podejmowanie działań typu audience development.

- zbyt niskie budżety w stosunku do potrzeb kosztownych i czasochłonnych produkcji animowanych;
- mało interesujące scenariusze;
- zbyt mało uwagi poświęcone obszarowi testowania, analizowania, ocenie produkcji ze względu na ich trafność tj. stopień, w jakim produkt końcowy odpowiada oczekiwaniom i preferencjom odbiorcy;
- niewystarczające umiejętności w zakresie pozyskiwania środków ze źródeł prywatnych;
- brak zachęt dla potencjalnych inwestorów.

- niewielka podaż polskich produkcji animowanych (w szczególności pełnometrażowych) nie będzie generowała popytu na pracę - nie utworzy nowych miejsc pracy i nie utrzyma istniejących;
- w dłuższej perspektywie odpływ najlepiej wykwalifikowanych pracowników z rynku.

Źródło: opracowanie własne.

