

PMS

Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales en Polonia

Diciembre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Polonia - ProChile

I.

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

I. Tabla de contenido	2
II. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Estrategia recomendada.....	4
2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio.....	4
2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional	4
2.3. Análisis FODA.....	5
III. Identificación del servicio	6
1. Nombre del servicio	6
2. Descripción del servicio	6
IV. Descripción general del mercado importador	6
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	7
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	8
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	8
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	9
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios	9
V. Descripción sectorial del mercado importador	10
1. Comportamiento general del mercado.....	10
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	11
3. Proporción de servicios importados.....	12
4. Dinamismo de la demanda	12
5. Principales Distribuidores de material audiovisual en Polonia	13
6. Tendencias comerciales del sector	14
VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	15
VII. Indicadores de demanda para el servicio	16
VIII. Otra información relevante del mercado de destino	17
IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	17
X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...	19

XI. Contactos relevantes.....	19
XII. Fuentes de información.....	21
XIII. <i>Festivales de Cine en Polonia.</i>	22

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de filmación de películas (largometrajes, documentales, series, dibujos animados, etc.), para su proyección en salas de cine y televisión.

2. Estrategia recomendada

2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio.

Características relevantes de Polonia:

- Polonia conforma el mercado más grande de los países que se sumaron a la UE en el presente milenio (2004).
- La economía polaca crece ininterrumpidamente desde el cambio del sistema político. El PIB se ha triplicado desde 1989 además fue el único país de la UE que registró crecimiento económico el año 2009.
- La población alcanza los 38,5 millones de habitantes en Polonia siendo el sexto país más poblado de la UE.
- Las tendencias de consumo son cada vez más similares a los mercados del oeste de Europa y de EE.UU.
- Tradicionalmente existe un alto interés en el cine y en la cultura especialmente en las grandes ciudades.

En comparación con las sociedades de los países del oeste de Europa con mercados desarrollados, la sociedad polaca es joven con conocimiento de idiomas y con apertura hacia producciones realizadas en todo el mundo.

Los 45 años de censura en la era socialista provocaron una fuerte necesidad y curiosidad de conocer culturas extranjeras. Un primer paso ha sido la cultura estadounidense, en segundo lugar la de los países de la UE y finalmente, desde hace algunos años, a nivel global.

Gran número de festivales de cine con muy alta audiencia demuestran que Polonia es un mercado inquieto, donde existen nichos para producciones hispanohablantes. Cabe señalar que el idioma español es el segundo idioma más estudiado después del inglés y es considerado un idioma agradable que evoca elementos positivos. Las telenovelas argentinas, mexicanas, colombianas, brasileñas y también chilenas han tenido espacio en la televisión con buena recepción. Existen productoras polacas que han realizado filmaciones de comerciales en locaciones chilenas y dichas empresas, que se encuentran fuertemente relacionadas con el sector cinematográfico, poseen buenas opiniones referentes a sus experiencias de cooperación con empresas chilenas. Además el cine independiente tiene un público fiel y creciente en las grandes ciudades de Polonia.

2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Aprovechando que las distancias en Europa Central y del Este son relativamente cortas y existe una alta fragmentación del mercado, se recomienda visitar el Centro-Este de la UE en forma activa, establecer contactos

directos y personales (un producto que no funcione por ej. en Eslovaquia o Lituania puede ser atractivo en Polonia).

Presentar referencias y realizaciones en EE.UU, Gran Bretaña, Francia, Alemania u otros países de la región. En el sector cinematográfico de Polonia, la gente de diferentes segmentos se conoce entre sí - aprovechar la experiencia y contactos de productoras polacas que realizaron filmaciones (comerciales) en locaciones chilenas.

Participar activamente en festivales de cine en Polonia. El punto número XIV del presente documento entrega un listado de los principales festivales de cine en Polonia. A modo de experiencia en festivales cabe destacar que la cinta chilena “De jueves a domingo”, dirigida por Dominga Sotomayor, ganó el premio mayor (Grand Prix) en el Festival de Cine New Horizons de Wroclaw, Polonia, el año 2012. En el caso del festival de cine de Varsovia <http://www.wff.pl/en/>, es un evento que va creciendo y se destaca por presentar producciones de todo el mundo, la versión 2013 tuvo proyecciones de tres películas chilenas y una de ellas “Soy Mucho Mejor que Vos” del director Ché Sandoval ganó el premio *free spirit competition* del certamen.

2.3. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Participación en festivales polacos de cine (por ej. Warsaw Film Festival) Buscar financiamiento extranjero y financiamiento público a proyectos realizados en cooperación con partners polacos		El cine chileno tiene reputación de ser un cine exótico Buenos actores y fantásticas localizaciones. Se identifica como cine hispano, últimamente de moda en Polonia.	Desconocimiento del mercado. Fuerte competencia de producciones argentinas y mexicanas.
Factores Externos	Oportunidades Audiencia joven con gran demanda de cine independiente e internacional El cine hispanohablante está de moda en Polonia Importante apoyo legislativo y consecuentemente financiero a la industria del cine y a la infraestructura relacionada.	Realizar coproducciones, más fuentes de subvención y mayor curiosidad de los espectadores	Participar en festivales internacionales y polacos para incrementar la presencia de películas chilenas. Desarrollar la estrategia de ingreso al mercado con un producto en varios mercados aledaños.
	Amenazas Variabilidad del tipo de cambio entre el peso chileno y el zloty polaco	Remarcar la participación de películas chilenas en festivales nacionales y las opiniones de medios locales sobre dada producción	Publicitar las coproducciones Dar a conocer las películas chilenas como ganadoras de premios internacionales y nacionales.

III. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Dentro de la Industria Cinematográfica corresponde al Servicio de Distribución de producciones filmadas por empresas Chilenas. De acuerdo al SACH (Código Sistema Armonizado Chileno) hasta el año 2011 corresponde a la glosa 0025.0000. A partir del año 2012 la glosa SACH es 0025990000 los demás servicios considerados exportación de conformidad al art. 17 y siguientes de la ley 18.634; art. 1 de la ley 18.708 y art. 12 letra e, n° 16 y 36, incluso cuarto, del decreto ley n° 825 de 1974.

Otros servicios relacionados son, de traducción, de iluminación, de producción, postproducción y filmación.

2. Descripción del servicio

Distribución de películas – sección de la industria cinematográfica que se ocupa de la difusión de películas, alquiler de copias, publicidad de títulos, organización de proyecciones especiales (por ej. dirigidos a prensa especializada).

El distribuidor es el intermediario entre la productora de la película y el consumidor final – espectador. Sistema de distribución: proyecciones en cines sucedidas por DVD y finalmente emisión en la televisión.

Cada distribuidor compra los derechos a dado título por un tiempo definido. Difunde la película por intermedio de copias (aprobadas por el productor), es responsable por la publicidad de los títulos que ingresan a los cines, informa a los medios de comunicación sobre los planes de su futura distribución, prepara materiales de promoción¹.

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

En Polonia se realiza en torno a 40 largometrajes por año incluyendo tanto de películas nacionales como coproducciones. En relación a salas de cine, hay cerca de 1000 salas que en un 80% se ubican en cines tipo multiplex pertenecientes a grandes cadenas, de las que destacan:

- Cinema City (www.cinema-city.pl) con 62 cines, 538 salas y 110 mil asientos
- Multiline (www.multikino.pl) con 22 cines y 44 mil asientos
- Helios (www.heliosnet.pl) con 26 cines y 28 mil asientos

¹ http://portalwiedzy.onet.pl/124827,,,dystrybucja_filmowa.haslo.html

Precio promedio del boleto se sitúa entre los 17 – 20 PLN (4 – 4,5 EUR). Por último, en 2012 se proyectó en los cines polacos 826 películas, incluyendo un total de 297 estrenos. La audiencia total alcanzó los 38,5 millones de espectadores².

2. Crecimiento en los últimos 5 años

En los últimos años, el mercado cinematográfico de Polonia se encuentra en fase de grandes cambios iniciados por la Ley Cinematográfica del 2005 y la consecuente creación del Instituto Cinematográfico de Polonia (más información sobre la Ley en el capítulo IV.4). Dicha ley revolucionó el financiamiento de la cinematografía polaca.

En 2012³:

- 15,23% de los ingresos de taquilla provino de producciones locales
- 23,78% los ingresos de taquilla provino de las películas europeas.
- De las 297 películas estrenadas el año 2012 un total de 27 de ellas fueron producciones polacas, 140 europeas y 114 estadounidenses además de 16 películas han sido producidas en el resto del mundo.

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

En los últimos 25 años Polonia ha sufrido cambios muy importantes y el proceso aún continúa. Junto con el cambio político y económico realizado desde una economía centralmente planificada con muy fuerte censura hacia una economía abierta de mercado. La posición actual del mercado de la distribución audiovisual en Polonia es comparable con el estructurado en el resto de la Unión Europea.

La Ley de Cinematografía Polaca ha sido aprobada por el parlamento polaco en 2005. Este acto legal ordena el sector generando estabilidad y un nuevo escenario⁴.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

La cinematografía polaca está legislada por la Ley de Cinematografía del 2005, que establece las regulaciones del sector audiovisual. Mediante la ley indicada, se ha fundado el Instituto Polaco de Películas (PISF, www.pisf.pl/en) cuyas tareas principales incluyen la promoción internacional de la industria polaca, así como subvenciones a empresas productoras y distribuidoras de películas. Este es financiado a través de:

- subsidio del Ministerio de Cultura de Polonia para el funcionamiento propio del PISF;
- subsidio del presupuesto nacional para realizar las tareas de inversión;
- fondos destinados por el ministro de Cultura desde el Fondo de Promoción de la Cultura;
- fondos impuestos en el art.19 de la Ley de Cinematografía
- ingresos de la explotación de películas en las que posee derechos
- ingresos de bienes del Instituto
- donaciones, herencias;

² Fuente: <http://www.pisf.pl/pl/kinematografia/rynek-filmowy/widzowie>

³ Fuente: <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=241805>

⁴ Fuente: http://www.pisf.pl/files/dokumenty/act_of_30_june_2005_on_cinematography.pdf

El principal mecanismo de cofinanciamiento de la industria se encuentra descrito en el art. 19 de la Ley que **determina quienes** forman el mercado en Polonia, los cuales están obligados a traspasar cada año el 1,5% de sus ingresos. La participación de las contribuciones obligatorias al PISF se presentan de la siguiente manera: Cines 8,5%; Distribuidores 0,7%, Operadores TV a cable 15,1%; Operadores TV digital 39,9%; Canales TV 35,8%.

En 2012 PISF el presupuesto total de su programa operativo alcanzo los PLN\$ 168 millones (US\$ 56 millones) que ha dividido de la siguiente manera:

- | | |
|--|--------------------|
| • apoyo a la producción de películas | 119 millones PLN |
| • Programa "Educación y difusión de cultura de cine" | 26,74 millones PLN |
| • Programa "Modernización de cines" | 9,54 millones PLN |
| • promoción de películas polacas en el extranjero | 8,05 millones PLN |
| • apoyo de expertos y premios para películas | 3,6 millones PLN |

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

La mayor parte de los proyectos que se encuentran actualmente en desarrollo o en producción en Polonia recibieron financiamiento de parte del PISF. Este instrumento es de valor al momento de pensar en co-producciones.

Aparte del Instituto Polaco de Películas – principal fuente de financiamiento desde su creación en 2005 – otras fuentes de fondos para el sector de cine local son⁵:

- Telewizja Polska (www.tvp.pl): agencia de radio y televisión pública de Polonia
- Ministerio de Cultura y Patrimonio Nacional (www.mk.gov.pl)
- Fondos regionales de películas creados en los últimos años que se desarrollan de forma muy rápida aprovechando la disponibilidad de fondos de la UE

6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Acorde al Ministerio de Cultura y Patrimonio Nacional y al informe del Congreso de Cultura cabe remarcar el destacable papel de la Ley de Cinematografía del 2005⁶:

- El país se hace cargo de esta parte de la cultura nacional creando PISF y determinando sus tareas en la obtención y división de fondos mediante un nuevo modelo de financiación del sector (contribución a PISF del 1,5% de los ingresos generados por las empresas del mercado audiovisual; entrega de por lo menos el 60% del presupuesto de PISF para la producción de películas; permiso de financiación pública de hasta 50% del presupuesto de la película)
- En Polonia se concretiza el sistema de regulación multilateral que funciona en varios países. El camino es considerado como correcto ya que es acorde a los intereses y aspiraciones del país como también con las normativas y sugerencias de la UE. "se trabaja en la puesta en marcha de mecanismos que eficazmente

⁵ Fuente: <http://www.filmneweurope.com/country-profiles/45-poland/menu-id-235>

⁶ <http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportKinema/Raport%20o%20stanie%20polskiej%20kinematografii%20-%20streszczenie.pdf>

- protejan el cine de la centralización, animen con instrumentos impositivos el apoyo del cine y creen un buen ambiente legal”.
- Se destaca el desarrollo dinámico de la cinematografía gracias al PISM: en 4 años el presupuesto se quintuplicó y desde su creación se introdujeron 6 programas operativos de apoyo.
 - También se destaca la participación de la Cámara Nacional de Productores Audiovisuales (<http://www.international.kipa.pl/>) con 140 empresas asociadas y la Editora Audiovisual Polaca (<http://www.nina.gov.pl/instytut/o-nas/kim-jeste%C5%9Bmy>) que realiza tareas estratégicas en marco de Polonia y la UE.
 - El Ministerio de Cultura indica que apoya la idea del desarrollo sostenible de la cinematografía polaca y la estrategia de apertura del mercado asegurando al mismo tiempo los valores e intereses del país. También es partidario de la activación de medios creativos, asociaciones profesionales, animadores de cultura e instituciones públicas para limitar la influencia pública.

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

Acorde al informe del GUS (Głównu Urząd Statystyczny - Oficina Nacional de Estadísticas) de 2012⁷:

- En Polonia funcionan 453 cines (447 fijos y 6 móviles)
- En el año 2012 hubo 257,800 asientos disponibles en cines de todo el país. Un tercio de los lugares se encontraba en cines de 1 y 2 salas.
- En el mercado polaco desde hace muchos años destaca el dominio de cines multiplex donde se efectúa la mayoría de las proyecciones equivalente al 59,8% de todas las proyecciones en 2012, y atraen la audiencia más numerosa equivalente al 58,1% de todos los espectadores del mismo año.
- Los cines polacos se modernizan rápidamente: el año 2012 comparando con el 2011 se caracterizó por:
 - o disminución en 2012 del 27,8% del número de cines que posee exclusivamente equipos para proyectar películas con cinta 35mm –
 - o incremento cercano a 300% del número de cines que poseen exclusivamente equipos digitales en sistema DCI.
 - o incremento del 16,7% del número de cines que poseen tanto equipos para proyectar cintas 35mm y equipos digitales en sistema DCI.
- Incrementa el número de cines que posibilitan la reserva de entradas vía Internet. El año 2012 el 37,1% de cines fijos ofrecían tal posibilidad comparado con 33.9% del año anterior.)
- en 2012 83,2% de los cines fijos poseía adaptación para minusválidos.

8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

Según el Ministerio de Cultura y Patrimonio Nacional y el informe del Congreso de Cultura⁸, el futuro del cine está relacionado a medios electrónicos y es por eso que el estado prioriza la subvención de 4 programas específicos:

- Programa Nacional de Digitalización de Cines.
- Funcionamiento del Instituto Nacional Audiovisual.
- Digitalización de archivos
- Educación sobre los Nuevos Medios

⁷ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/KTS_dzialalnosc_instyt_kultury_w_polsce_2012.pdf

⁸ <http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportKinema/Raport%20o%20stanie%20polskiej%20kinematografii%20-%20streszczenie.pdf>

Desde mayo del 2005 PISF inició el programa de digitalización "Rozwój kin"(Desarrollo de Cines). El proyecto de cofinanciamiento de modernos equipos técnicos está dirigido a cines artísticos y locales que pueden aplicar por la subvención del 50% del costo de compra de equipos para la proyección digital (mínima resolución 2K en estándar DCI).

Los más de 70 beneficiarios del programa pertenecen a Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych (Red de Cines Artísticos y Locales) cuyo objetivo es la difusión de películas de alto valor artístico y la actividad dirigida a jóvenes espectadores. Tienen por lo menos 300 proyecciones al año. Pertenecen también a la Sieć Polskich Kin Cyfrowych (Red de Cines Digitales Polacos). Gracias a la digitalización: los cines artísticos y los cines localizados en pequeñas ciudades no serán cerrados, mejorando así el acceso a la cinematografía más ambiciosa (especialmente cine europeo y polaco) y se posibilita la proyección de películas en el día de sus estrenos internacionales tanto como realizar proyecciones 3D y transmisiones satelitales de eventos culturales y deportivos de todo el mundo⁹.

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

El sistema político que rigió en Polonia después de la II guerra mundial imponía la planificación central no solo económica sino que también cultural. El cine funcionaba en base al financiamiento, idea y planificación del órgano central que lo controlaba y aplicaba la censura. Hay que destacar que la cultura era muy popular (accesible y de bajo precio) y los polacos se acostumbraron a asistir regularmente principalmente de cines y teatros.

Desde 1989, cuando cambió el sistema a una economía abierta, las transformaciones en el mercado cinematográfico se han realizado en 3 fases principales:

- 1989 – 1992: creación del Comité Cinematográfico con la limitación de la influencia del estado y transformación de la cinematografía direccionada centralmente.
- 1993 – 2000: creación de reglas democráticas de competencia y acceso a financiamiento.
- 2001 – 2005: Polonia ratifica el Convenio Europeo sobre Coproducción Cinematográfica y se aprueba la Ley de Cinematografía.

En los últimos años, el mercado polaco ha experimentado una importante transformación en la actitud del público, una evolución de sus preferencias, lo que ha supuesto repercusiones a nivel económico. La tendencia se ha hecho evidente desde el año 2007 (en el que las producciones nacionales sobrepasaron el nivel de 5 millones de espectadores/año) y parece ser cada vez más fuerte: el público polaco elige cada vez más asistir a producciones nacionales. El fenómeno es aún más interesante, ya que, después de años de amplio consumo de películas de entretenimiento (especialmente producciones románticas filmadas en EE.UU), el público polaco se centra ahora cada vez más en el cine de autor.

Según el informe sobre el cine polaco del Centro de Periodistas Europeos EJC¹⁰:

⁹ <http://www.pisf.pl/pl/kinematografia/rynek-filmowy/cyfryzacja-kin>

¹⁰ http://ejc.net/media_landscapes/poland

- Desde 2006 crece constantemente el número de largometrajes producidos en Polonia hasta alcanzar actualmente el nivel cercano a 40 producciones al año.
- Hay más de 100 productoras privadas de películas en Polonia. La gran mayoría son compañías pequeñas y medianas pero hay algunas empresas grandes (por ej. Alvernia, Opus Film o Akson Studio). Siguen existiendo productoras estatales (grandes empresas como SF Zebra, SF Tor, SF Perspektywa) que también cubren una significativa parte del mercado pero acorde a la Ley deberán ser liquidadas o comercializadas. Las principales emisoras televisivas (TVP S.A, Polsat y TVN) también son activas en la producción de películas.
- El mercado de distribución de películas en Polonia se encuentra dominado por empresas extranjeras (UIP, Forum Film, Imperial CinePix y Warner Bros). Las distribuidoras polacas (como Interfilm, Gutek Film) abarcan una parte muy limitada del mercado.

2. Estadísticas de asistencia a cines por categorías

La siguiente tabla abarca las estadísticas Cine en Polonia 2012 del PISF

Admisión a cines en Polonia	38,5 millones de espectadores (100%)
• películas polacas	6,2 millones – 16,05%
• películas europeas	9,6 millones – 24,93%
• películas estadounidenses	22,3 millones – 57,90%
• películas de otras regiones del mundo	0,4 millones – 1,12%
Box office	711,3 millones PLN – 100%
• películas polacas	108,3 millones PLN – 15,23%
• películas europeas	169,1 millones PLN – 23,78%
• películas estadounidenses	426,4 millones PLN – 59,95%
• películas de otras regiones del mundo	7,5 millones – 1,04%
Número de películas realizadas	302 -100%
• películas polacas	27 – 9%
• películas europeas	140 – 46%
• películas estadounidenses	114 – 38%
• películas de otras regiones del mundo	21 – 7%

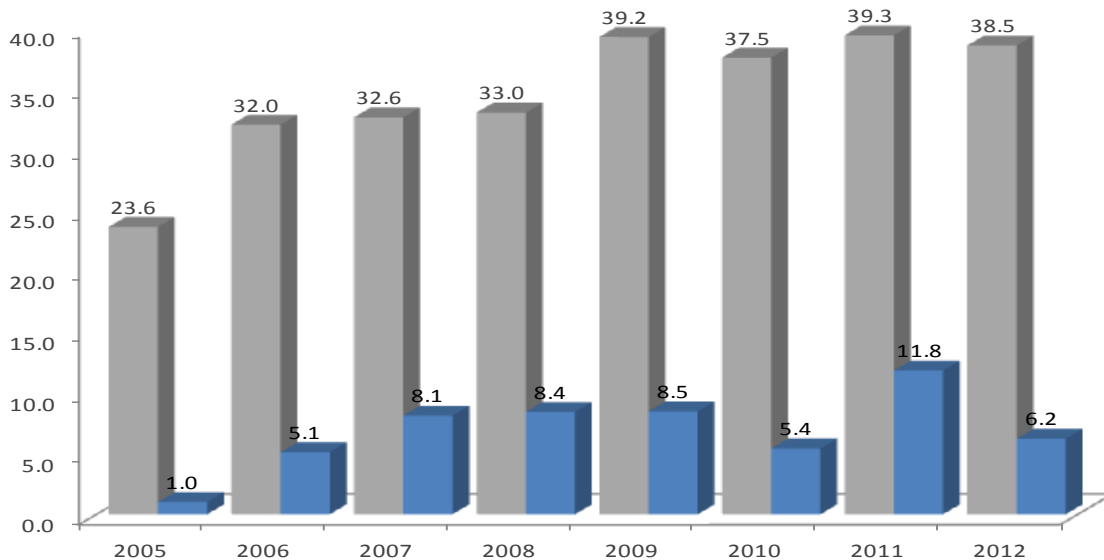
3. Proporción de servicios importados

Las películas extranjeras conforman la gran mayoría de los largometrajes distribuidos en los cines polacos. Cabe remarcar que la audiencia polaca transformó sus gustos en los últimos años:

- Del fuerte dominio de producciones estadounidenses a cada vez mayor audiencia de películas europeas, internacionales y especialmente nacionales.
- Pese a que las películas estadounidenses siguen generando el mayor ingreso de taquillas (cerca del 60% de ingresos en el 2012) cabe resaltar que en los cines polacos se proyecta más largometrajes europeos que estadounidenses (diferencia superior al 20%)
- Mayor distribución en el mercado de películas polacas y coproducciones internacionales con participación polaca
- Apertura a cine independiente, internacional, artístico

4. Demanda

El mercado es polaco es bastante dinámico, especialmente la parte relacionada a la audiencia de películas nacionales. El período indicado en el siguiente gráfico demuestra fuertes cambios positivos y negativos en cuanto al número de espectadores. Estos datos posibilitan observar la condición del mercado.



Fuente: <http://www.pisf.pl/pl/kinematografia/rynek-filmowy/widzowie>

5. Principales Distribuidores de material audiovisual en Polonia

Adyton International

ul. Wittiga 5/16,
03-188 Warszawa
tel. +48 609 981 429,
fax +48 22 614 90 32
www.adyton.eu

AP Mañana

ul. Chełmska 21, bud. 8, 00-724 Warszawa
tel./fax +48 22 851 10 97
www.manana.pl

Forum Film Poland

ul. Wołoska 12, 02-675 Warszawa
tel. +48 22 456 65 55, fax +48 22 456 65 35
www.forumfilm.pl

Gutek Film

ul. Zamenhofa 1, 00-153 Warszawa
tel. +48 22 536 92 00, fax +48 22 635 20 01
www.gutekfilm.pl

Vue Movie Distribution

Mokotowska Square
ul. Mokotowska 49
00-542 Warszawa
tel. 22 223 00 00
www.vuemovie.com.pl

Mayfly

ul. Pasteura 4/6 m. 54, 02-093 Warszawa
tel. +48 22 822 90 96, fax +48 22 331 91 20
www.mayfly.pl

Monolith Plus

ul. Chełmska 21, 00-724 Warszawa
tel. +48 22 851 10 77, 851 10 78, fax 0 22 851 10 79
www.monolithplus.pl

Solopan

ul. Królewska 23/2, 00-064 Warszawa
tel./fax +48 22 828 01 44
www.solopan.com.pl

Against Gravity

00-023 Warszawa, ul. Widok 5/7/9 lok.410
tel./fax + 48 22 828 10 79
info@planetedocff.pl,
www.againstgravity.pl, www.planetedocff.pl

Best Film

ul. Czerniakowska 73/79, 00-718 Warszawa
ul. Solec 61, 00-424 Warszawa (siedziba zarządu)
tel. +48 22 887 14 80, fax +48 22 887 17 30
www.bestfilm.pl

Fundacja Promocji Kina Film Polski

ul. Krakowskie Przedmieście 7, 00-068 Warszawa
tel./fax +48 22 828 11 32
www.filmpolski.com.pl

Imperial Cinepix

Al. Jerozolimskie 179, 02-222 Warszawa
tel. 022 663 78 71
www.imperial-cinepix.com.pl

Kino Świat

ul. Belwederska 20/22, 00-762 Warszawa
tel. +48 22 840 68 01 do 05, fax +48 22 840 68 06
www.kinoswiat.pl

Monolith Films

ul. Chełmska 21, 00-724 Warszawa
tel. +48 22 851 10 77-78, fax +48 22 851 10 79
www.monolith.pl

Propaganda

ul. Dąbrowskiego 38, 02-561 Warszawa
tel. +48 845 52 81, fax +48 845 50 20
www.propaganda.com.pl

SPI International Polska, SPInka

ul. Tyniecka 38 A, 02-621 Warszawa
tel. +48 22 854 03 37, 646 20 36, fax +48 22 848 45 70
www.spi.pl

Studio Interfilm

ul. Grażyny 15, pokój 107, 00-548 Warszawa
 tel. 022 435 63 78, 215 90 34, fax 022 435 63 83
 www.interfilm.pl

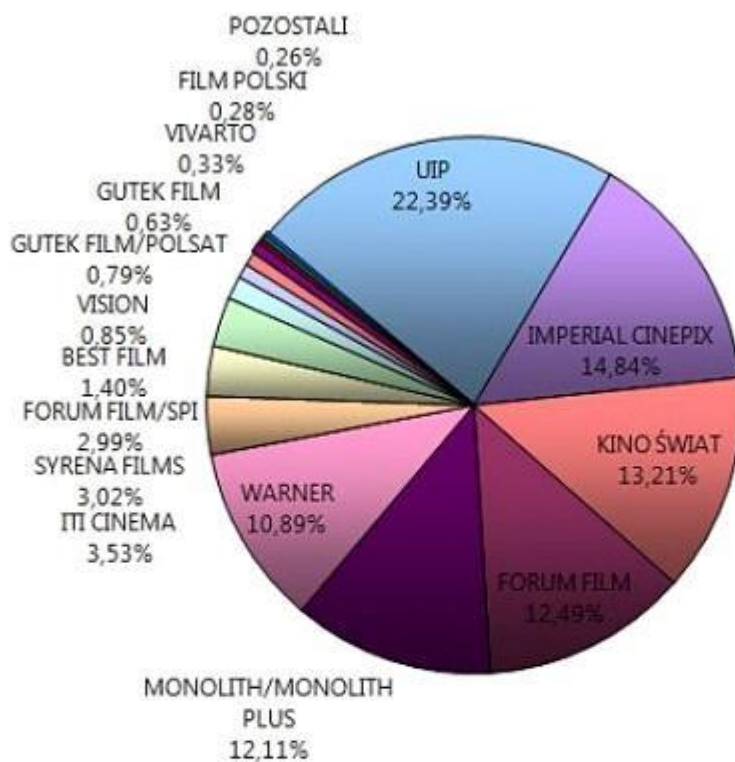
Syrena Films

ul. Królowej Marysieńki 20, 02-954 Warszawa
 tel. +48 22 550 11 70, fax +48 22 885 41 00
 www.syrenafilms.com

Warner Bros. Entertainment Polska

ul. Bitwy Warszawskiej 7a, 02-366 Warszawa
 tel. +48 22 358 26 00, fax +48 22 358 26 01
 www.warnerbros.pl
 sekretariat@warnerbros.com

Participación de distribuidores en el mercado año 2010 (%)



Fuente: <http://www.portalfilmowy.pl/wydarzenia,120,3833,1,1,2010-Rynek-dystrybucyjny-wedlug-wplywow.html>

6. Tendencias comerciales del sector

A partir del 2005 con la entrada en vigor de la Ley de Cinematografía y creación del Instituto Polaco de Películas (PISF, www.pisf.pl/en)¹¹, Polonia decidió priorizar la industria cinematográfica tanto con fondos como estudios especializados, la película polaca ha consolidado su presencia local e internacional con buenas reseñas y un envidiable 30% de participación en la venta de entradas y una próspera escena de producción para la televisión local.

En el año 2012 se ha mantenido el desarrollo de la industria. Especialmente notoria en la diversificación de los géneros de películas producidas, lo que se pudo observar en el más importante festival de cine de Polonia en Gdynia (www.fpff.pl). Se puede destacar que los espectadores polacos prefieren películas y programas de televisión realizados localmente y adaptados a versiones polacas de formatos extranjeros

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

- Idioma
- Dinamismo de la asistencia de audiencia
- Variabilidad del tipo cambiario entre el peso chileno (como también de USD y Euro) y el zloty polaco.
- Actual falta de estabilización – el mercado polaco se encuentra en fase de grandes cambios: tanto de gustos de los espectadores como de modernización de las infraestructuras.
- Fuerte competencia de producciones:
 - Polacas - obtienen financiamiento estatal
 - Europeas - con enfoque en Polonia de distribuidores de películas francesas y alemanas (especialmente de coproducciones con sujetos nacionales),
 - Estadounidenses - cabe señalar que la cultura estadounidense es muy bien aceptada en los países de la ex órbita Soviética, especialmente Polonia
 - Latinoamericanas – asociación de producciones latinoamericanas con telenovelas vistas en la televisión y traspaso de dicho pensamiento a las películas.

¹¹ <http://www.filmneweurope.com/country-profiles/45-poland/menu-id-235>

VII. Indicadores de demanda para el servicio

2005	La asistencia colapsa, registra una colosal disminución de casi 30% comparando con el nivel récord del año 2004. 23,6 millones de espectadores van a los cines de Polonia, 1 millón de ellos a películas polacas; como resultado del ingreso de Polonia a la UE, la participación de películas europeas alcanza su récord: 23%, a los cines entran 72 películas del Continente Viejo.
2006	La asistencia incrementa el 30% hasta alcanzar el nivel de 32 millones. 5,1 millones de espectadores asisten a películas polacas. Se observa los primeros efectos del nuevo mecanismo de financiamiento del cine nacional
2007	La asistencia incrementa y alcanza 32,6 millones de espectadores. 8,1 millones asiste a producciones polacas que conforman la mitad de las 10 películas más vistas en el año
2008	La audiencia crece el tercer año consecutivo y alcanza el nivel de 33,8 millones. El 25% de los espectadores van a películas polacas – 36 estrenos. Las comedias románticas siguen siendo el género favorito de los espectadores
2009	La audiencia crece 4 año consecutivo y alcanza el nivel de 39,2 millones de espectadores de los que 8,5 millones elige producciones polacas (36 estrenos)
2010	Disminución del número de espectadores, la audiencia alcanza 37,5 millones de personas. 5,7 millones van a 35 películas polacas – según los observadores la caída del 37% en este segmento se debe a la tragedia del avión presidencial del 10.04.2010, la catástrofe natural (inundaciones) y el gran número de producciones americanas en 3D
2011	39 millones de espectadores, 11,8 millones (más del 30%) eligió películas polacas
2012	Asistencia 38,5 millones a 826 películas (297 estrenos) – disminución del 5,4%. 2 de las 5 películas con mayor audiencia fueron polacas

Fuente: Boxoffice.pl y PISF

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

Desde el año 2008¹², el mercado polaco se caracteriza por el creciente interés en producciones locales. Dicha tendencia se observa en el cine pero también en la televisión donde los líderes de audiencia son producciones realizadas en base a escenarios polacos y formatos extranjeros adaptados a la versión polaca (dicha tendencia ya ha sido observada en 2010 por los grandes productores en Polonia como HBO Polska y Canal+ que ajustaron sus estrategias a realizar más producciones con contenido polaco.

El líder en producción del mercado televisivo en Polonia es la empresa ATM Grupa (www.atmgrupa.pl) que firmó el contrato de distribución hasta febrero del 2021 con Emitel (www.emitel.pl) por valor de 55,6 millones de PLN (17,94 millones U\$D) .

La misma tendencia es remarcada por el informe de Cineuropa (<http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=241805>) que indica el gran interés de la audiencia polaca en 2012 en producciones locales “extremas”, es decir, películas que provocaron fuertes emociones desde su estreno y grandes disputas tanto entre los críticos de cine como hasta en el área política.

Cabe destacar que el cine polaco no solo se encuentra subvencionado por PISF. Actualmente la actividad central se encuentra complementada por la organización de 11 fondos regionales, es decir, uno por provincia.

El principal actor de cine en Polonia – Instituto polaco de Películas (PISF) – remarca en su estudio del 2012¹³ que al espectador polaco le siguen gustando las películas de humor y producciones históricas pero también destaca que cada vez más seguido se busca propuestas notables de jóvenes autores y debutantes. El mercado de cine polaco es ya muy parecido al del resto de Europa donde por lo general el liderazgo de audiencia corresponde a las enormes producciones de Hollywood (los llamados “blockbusters”), se destaca sin embargo la creciente audiencia al cine artístico e internacional.

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Todos los actores encuestados destacan que la aprobación de la Ley de cinematografía en 2005 y la consiguiente creación del modelo de financiamiento del cine en Polonia y la formación del Instituto Polaco de Películas (PISF) - ha sido el gran hito del mercado polaco moderno.

Según el Observatorio de Cultura (<http://www.obserwatoriumkultury.pl/>), órgano perteneciente al Centro Nacional de Cultura que realiza estudios y trabajos de análisis y diagnóstico del sector cultural:

¹²Fuente: <http://www.filmneweurope.com/country-profiles/45-poland/menu-id-235>

¹³<http://www.pisf.pl/pl/kinematografia/rynek-filmowy/widzowie>

- El cine polaco (como en caso del sector en toda Europa) busca el compromiso entre el cine artístico, y el cine de entretenimiento; ambicioso, difícil en la recepción.
- La producción de películas en Polonia es fuertemente ligada al financiamiento estatal (PISF) que a su vez obtiene fondos de todos los actores del sector audiovisual.
- La distribución de películas se encuentra en manos privadas, este sector se ha privatizado muy poco tiempo después del cambio político de 1989. Las distribuidoras nacionales se han fragmentado y transformado en pequeños actores del mercado (también privatizados con el tiempo) que sin embargo conforman una alternativa respecto a las distribuidoras transnacionales.

Acorde al director de uno de los festivales de cine más importantes de Polonia (y a su vez de Europa Central y del Este), para tratar de ingresar al mercado polaco, las productoras chilenas deben aspirar a conseguir acuerdos con distribuidoras de cine artístico. El director mencionó las siguientes compañías que funcionan en Polonia y que tienen suficiente poder para efectuar amplia distribución y entrar a los cines multiplex:

Best Film, Disney, Forum Film Poland, Gutek Film, Imperial Cineprix, Kino Świat, Monolith, Next Film, Syrena Films, UIP, Vue Movie, Warner Bros

Indica que hay otras empresas pero generalmente hacen pocas copias o se limitan a proyectar películas en diferentes festivales y eventos, además pueden tener acuerdos con diferentes canales TV.

Los principales actores de Televisión son TVP (televisión pública), Polsat y TVN, cada uno ofrece varios canales. El encuestado remarca que por ej. TVP 2 y TVP Kultura muestra algunas películas artísticas de calidad mientras que TVP1, Polsat y TVN se concentran en ofrecer películas de mainstream. Hasta hace poco Play TV y Canal+ Poland acostumbraban a cumplir un papel importante mostrando películas de calidad pero hace poco cambiaron su perfil.

Respondiendo directamente a la pregunta sobre posibilidades de distribución de películas chilenas en Polonia: el interés de los distribuidores claves es limitado (si es que no es nulo como en el caso de Disney, Imperial Cineprix, UIP y Warner Bros que distribuyen exclusivamente producciones estadounidenses). Los productores y agentes de ventas de Chile necesitan realizar un primer paso y cerrar acuerdos que en primer momento no garantizan proyecciones artísticas.

Encuestamos también a la representante de una distribuidora que cubre diferentes segmentos, una tendencia cada vez más notoria en el mercado. Su empresa distribuye largometrajes artísticos y documentales (alrededor de 50% de cada tipo), realiza la cadena completa desde cine, DVD hasta TV y organiza un festival de cine especializado para películas documentales (con asistencia de alrededor de 35 mil personas en 10 días y 1 documental chileno programado para la edición del 2014).

Perciben las producciones chilenas como parte del cine latinoamericano que definen como "singular" y de "difícil penetración en el mercado". Reconocen sin embargo que hay posibilidades de cooperación con distribuidores polacos. Indicaron que lo más importante es enfocarse en el contacto directo, a través de festivales, mediante distribuidores propios, por intermedio de agentes/vendedores mundiales.

La distribuidora encuestada destaca que hay buenas perspectivas para el mercado polaco y hay lugar en el mercado para nuevas empresas (indicó que cada año se crean 2-3 nuevas compañías de distribución).

Finalmente indicó que el festival de cine "Filmy Świata" ("Películas del Mundo") <http://www.filmyswiata.pl/index.php> es especialmente dirigido al público que busca producciones

internacionales. Uno de los organizadores es la distribuidora Mañana <http://www.manana.pl/index.php?lang=es> quien se especializa en la distribución de películas de cine internacional y particularmente iberoamericano. Actualmente se encuentra en fase de reestructuración con idea de ampliar su actividad a la producción.

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Aprovechando las pequeñas distancias en Europa del este y la diversificación de mercados se recomienda visitar los mercados del Centro-Este de la UE. Ser proactivo y establecer contactos directos y personales (un producto que no funciona por ej. en Eslovaquia o Lituania puede ser atractivo en Polonia).

Presentar referencias y realizaciones en EE.UU, Gran Bretaña, Francia, Alemania u otros países de la región. En el sector cinematográfico de Polonia la gente de diferentes segmentos se conoce entre sí. Aprovechar la experiencia y contactos de productoras polacas que realizaron filmaciones (comerciales) en locaciones chilenas para investigar el mercado local.

Participar en los diferentes festivales de cine en Polonia: animación, cinematografía, documentales, etc.

XI. Contactos relevantes

Film Commission Poland (especialmente para co-producciones)

00-068 Warsaw,
ul. Krakowskie Przedmieście 7
tel. +48 22 556 54 59, +48 22 556 54 68,
fax +48 22 845 39 08
office@filmcommissionpoland.pl,
www.filmcommissionpoland.pl

Film Commission Poland existe para representar a Polonia en el mercado de películas extranjeras. Film Commission Poland es la primera de una red de oficinas locales de cine que proporcionan información, presentaciones y el apoyo a los cineastas, que eligen Polonia como destino de su filmación. Film Commission Poland suministra información sobre los productores extranjeros y los inversionistas de cine.

Polish Filmmakers Association - The Union of Audiovisual Authors and Producers (ZAPA)

00-832 Warsaw, ul. Żelazna 28/30
tel. +48 22 581 43 60, fax +48 22 581 43 61

biuro@zapa.org.pl,
www.zapa.org.pl

ZAPA – es la Unión de Autores y Productores Audiovisuales de Polonia y es una de las más exitosas organizaciones de gestión colectiva en Polonia. Desde su creación, ZAPA ha reforzado constantemente su posición en el mercado en Polonia y su posición en el mercado internacional. Ha negociado y firmado acuerdos con los usuarios públicos y privados, cooperado con muchas organizaciones nacionales e internacionales y supervisado el dinámico mercado de los operadores de cable. El elemento fundamental de la actividad de SFP - ZAPA es la correcta identificación de las obras audiovisuales que habilite el pronto pago de los haberes de autores y de sus productores, y el apoyo a la lucha contra la piratería en el comercio de proyectos cinematográficos.

Asociación de Autores y Compositores (ZAIKS)

00-092 Warsaw, ul. Hipoteczna 2
 tel. + 48 22 827 60 61-69,
 fax + 48 22 828 92 04
 00-158 Warsaw, ul. Nalewki 8
 tel. +48 22 635 51 77, fax +48 22 635 55 46
 zaiks@zaiks.org.pl,
www.zaiks.org.pl

La Asociación ZAIKS es la más antigua asociación en Polonia entre cuyas objetivo está la protección de los derechos, las composiciones literarias y composiciones musicales (canciones, arias, etc.), obras literarias (poemas, monólogos, diálogos, obras de teatro, guiones, diálogos de películas y comentarios, dramas, coreografías, monodramas etc.

ASOCIACION DE CINEASTAS DE POLONIA (SFP)

00-068 Warsaw, ul. Krakowskie Przedmieście 7
 tel. +48 22 556 54 40, +48 22 845 51 32,
 fax +48 22 845 39 08
 biuro@sfp.org.pl,
www.sfp.org.pl

La Asociación de Cineastas Polacos es la mayor organización profesional de cineastas, representantes de diversos profesionales y empleados de la industria cinematográfica y de televisión. El objetivo principal de la Asociación de Cineastas Polacos es integrar los profesionales y salvaguardar sus derechos. La lista de prioridades incluye: proporcionar asistencia profesional y protección a sujetos relacionados al cine, gestionar conjuntamente todas las cuestiones relativas a las leyes de copyright y apoyar la cultura cinematográfica en Polonia. La Asociación cuenta con 1.700 miembros, Incluyendo directores, directores de fotografía, guionistas, operadores y directores de sonido, editores de imagen y sonido, animadores, diseñadores de vestuario, escenógrafos, productores, gerentes de producción, críticos literarios, truco artistas y otros profesionales del sector cinematográfico y artes audiovisuales. La Asociación de Cineastas Polacos es miembro de las principales organizaciones internacionales audiovisuales, incluyendo FERA, AIDDA, AGICOA, CISAC, FIPRESCI y CIFEI.

CÁMARA DE COMERCIO POLACA DE PRODUCTORES AUDIOVISUALES (KIPA)

00-724 Warsaw, ul. Chełmska 21 bud.28C
 tel./fax +48 22 840 59 01
 kipa@kipa.pl, www.kipa.pl,
www.audiowizualni.pl,
www.fpca.org.pl

La Cámara de Comercio Productores Audiovisuales de Polonia abarca aproximadamente 130 empresas activas en el sector de la producción audiovisual en Polonia. Sus miembros incluyen a los más grandes productores Independientes como también los más importantes productores de televisión. Es la única organización de este tipo en Polonia. En cumplimiento de la legislación polaca, es el cuerpo y la autonomía económica que debe ser consultada por el gobierno central y el Parlamento sobre cuestiones relacionadas con nuevas leyes que influyan en el mercado audiovisual y de profesiones de la cinematografía. La Cámara también participa activamente en debates sobre las nuevas leyes influyentes en las industrias de producción de las películas y televisión. Promueve activamente la cooperación internacional y difunde entre los productores polacos el conocimiento relativo a los beneficios derivados de la integración de Polonia con la Unión Europea.

XII. Fuentes de información

[Ministry of Culture and National Heritage](#) (MK)

[National Broadcasting Council](#) (KRRiT)

[Office for Electronic Communication](#) (UKE)

[Polish Chamber of Electronic Communications](#) (PIKE)

[Polish Film Institute](#)

XIII. *Festivales de Cine en Polonia.*

Gdynia Film Festival

Folwarczna 2
81-547 Gdynia
Fono: +48 58 712 22 88
fax: +48 58 712 46 19
www.fpff.pl/en

International Film Festival Etiuda&Anima

Oleandry 1
30-060 Krakow
Fono : + 48 12 633 35 38 w.25, 26
fax: + 48 12 633 76 48

International Young Audience Film Festival Ale Kino!

Św. Marcin 80/82
61-809 Poznan
Fono : +48 61 64 64 481

Off Plus Camera International Festival of Independent Cinema

Bonifraterska 3/1
31-061 Krakow
Fono /fax: +48 12 421 52 57

Planete+ Doc Film Festival

Widok 5/7/9 pok. 410
00-023 Warsaw
Fono /fax: +48 22 828 10 79
www: www.planetedocff.pl

International Animated Film Festival Animator

Masztalarska 8
61-767 Poznan
Fono: +48 61 850 16 55
www.animator-festival.com
e-mail: office@animator-festival.com

International Film Festival of the Art of Cinematography Plus Camerimage

Rynek Nowomiejski 28
87-100 Torun
fax: +48 56 652 21 97

Krakow Film Festival

ul. Basztowa 15/8a
31-143 Krakow
Fono /fax: +48 12 294 69 45
www: www.krakowfilmfestival.pl/en

T-Mobile New Horizons International Film Festival

Zamenhofa 1
00-153 Warsaw
Fono : +48 22 530 66 40
fax: +48 22 831 06 63

Warsaw Film Festival

P.O. Box 816
00-950 Warsaw 1
fax: +48 12 621 46 47
www: www.wff.pl/en