



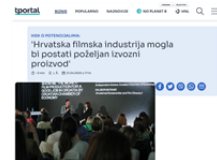
www.tportal.hr

'Hrvatska filmska industrija mogla bi postati poželjan izvozni proizvod'

Hrvatska gospodarska komora na **Danima komunikacija** otvorila je razgovor o potencijalima filmske produkcije u Hrvatskoj i to na 10. godišnjicu uvođenja povrata poreza (tax rebate) filmskim i...



Hrvatska gospodarska komora na **Danima komunikacija** otvorila je razgovor o potencijalima filmske produkcije u Hrvatskoj i to na 10. godišnjicu uvođenja povrata poreza (tax rebate) filmskim i televizijskim produkcijama koje snimaju u Hrvatskoj. Hrvatska ima sve preduvjete za transformaciju domaće filmske industrije u poželjan izvozni proizvod. Prirodni resursi daju atraktivne filmske kulise zbog raznolikosti lokacija, ali i bogate povijesti. Osim toga, Hrvatska može ponuditi stručnu radnu snagu – od snimatelja i dizajnera, do redatelja i glumaca, a dodatno na snazi su i poticajne mjere poput tax rebate-a kroz program Filming in **Croatia**. Prema podacima HAVCA u sklopu programa povrat poreza omogućen je u iznosu 25 do 30 posto, ovisno o lokaciji snimanja. U 10 godina programa snimano je 109 projekata za čiju je proizvodnju u Hrvatskoj potrošeno više od 218 milijuna eura koji čine direktan unos stranog kapitala. O tome gdje je hrvatska filmska industrija, gdje je Hrvatska na karti međunarodnih filmskih produkcija i gdje bi mogla biti razgovarali su Jagoda Divić iz Sektora za industriju HGK i Dalibor Matanić, scenarist i redatelj. 'Film je važan medij za osnaživanje kulturnog identiteta države, ali i moćan – globalno dostupan – alat za promociju svega što država predstavlja u turističkom, društvenom i gospodarskom pogledu. Kako bismo iskoristili sve što filmska industrija može učiniti za branding, ali i gospodarski razvoj zemlje potrebna je sinergija svih dionika industrije, institucionalna potpora te pozicioniranje filmske industrije na mjesto koje joj pripada – međunarodnu filmsku scenu. Na taj način industrija će generirati rast jer film može biti multiplikator na sve grane gospodarstva. Filmsku industriju treba gledati kao na nešto što nam strateški podupire gospodarstvo u cjelini te doprinosi jačanju pozicije Hrvatske u međunarodnom okruženju', istaknula je Jagoda Divić iz Sektora za industriju HGK. 'S porastom popularnosti streaming servisa, otvorile su se brojne mogućnosti za plasiranje kvalitetnih i kreativnih filmskih ostvarenja koja ne dolaze iz mainstream filmskih produkcija. Hrvatska ima talentiranih umjetnika,



dizajnera i kreativnih profesionalaca koji se uspješno pozicioniraju na globalnom tržištu, međutim za mnoge umjetnike i kreativce ostaje izazov financiranja projekata. Osjetni rast industrije možemo očekivati tek kada ovaj izazov premostimo', rekao je scenarist i redatelj Dalibor Matanić. Drugo veliko pitanje o kojemu se razgovaralo je zašto Hrvatska u velikim filmskim ostvarenjima stranih produkcija najčešće glumi druge zemlje. Dubrovnik je glumio King's Landing u Igru prijestolja, Trogir je postao Venecija iz 16. stoljeća u epizodi Doktora Whoa, dok je hrvatski otok Vis glumio Grčku u filmskom hitu Mamma Mia! Here We Go Again. 'Pozitivno je što u posljednje vrijeme imamo primjere produkcija koje prikazuju Hrvatsku kao originalnu lokaciju, pri tome mislim na filmove Faraway i Canary Black. Brendiranje Hrvatske kroz film i izniman utjecaj koji to može imati na globalnu prepoznatljivost zemlje i turizam moguće je samo ako nazovemo lokacije snimanja njihovim imenom. Industrija treba težiti vlastitim uspješnicama i koprodukcijama jer tada se otvaraju vrata promociji Hrvatske', naglasila je Divić. Matanić je tijekom razgovora ekskluzivno najavio da sljedeće godine počinje snimanje novog TV projekta Greater Adria, ekološkog trilera u najvećoj koprodukciji do sada. Projekt će okupiti filmsku ekipu iz Hrvatske, Italije, Njemačke, Belgije, Francuske... Divić i Matanić istaknuli su kako kulturna i kreativna industrija (KKI) ima horizontalni utjecaj na mnoge aspekte gospodarstva. Izazov je što KKI uglavnom nije prepoznata kao poslovni sektor, već ju se obično percipira kao svojevrsan skup individualnih umjetnika, kreativaca ili zabavljača, iako se zapravo radi o potentnoj industriji koja može značajno doprinosti bruto nacionalnom proizvodu. U sektoru KKI u EU zaposleno je blizu 8 milijuna ljudi, godišnje uprihoduje više od 640 milijardi eura te čini 4,4 posto europskog BDP-a, uz predviđanja daljnjeg rasta. Sektor KKI na raspolaganju će imati značajnu financijsku omotnicu za buduće proračunsko razdoblje (2021. – 2027. predviđene su 2,44 milijarde eura).