

# Filmowcy przyjaźni Łódzkiemu?

W poczuciu obowiązku wobec legendy Łodzi filmowej magistrat nie ustaje w wysiłkach, by przyciągnąć do miasta jak największą liczbę ekip filmowych. Finansowe wsparcie uzyskał właśnie kolejny pomysł. Urząd Marszałkowski rozstrzygnął konkurs na dofinansowanie projektów promujących marki regionalne i lokalne. Dostrzegli w nim szansę urzędnicy z Łódź Film Commission. To, co robimy na co dzień – wspieranie organizacyjne i w niewielkim stopniu finansowe produkcji filmowych w Łodzi – rozszerzymy na całe województwo – pomyśleli. I tak zrobili. Na projekt „Łódzkie Przyjazne Filmowcom” z Regionalnego Programu Operacyjnego dostali 825 tys. zł, miasto dołożyło blisko 150 tys. i mają teraz prawie milion na zachęcanie producentów, by w łódzkich plenerach robili swoje filmy. Projekt zakłada współpracę z miastami, gminami i powiatami w proponowaniu ciekawych lokalizacji zdjęciowych, a także szkolenie terenowych przewodników ekip filmowych. Powstanie też spot promujący plenery Łodzi i regionu, który ma być emitowany na targach i festiwalach filmowych. Pomyślano nawet o wycieczkach dla producentów, które prezentowałyby ciekawe filmowo miejsca.

## Czego pragną filmowcy

Piękna jest łódzka ziemia, ale przyznam, że trudno mi wyobrazić sobie te kolejki ekip filmowych, które uprą się, by kręcić w Łódzkiem, bo spodoba im się miejsce nad rzeką, XIX-wieczne kamieniczki czy średniowieczny zamek. Atrakcyjnych plenerów jest pod dostatkiem w całym kraju, a zwłaszcza w okolicach Warszawy, gdzie koncentruje się przemysł filmowy. Zatem nie baza lokalizacji zdjęciowych (niezależnie od tego jak bogata i atrakcyjna) jest tym, co uszczęśliwi każdego producenta filmowego na świecie. Oczywiście ważna jest pomoc, opieka organizacyjna, załatwianie wszelkich pozwoleń. Jednak jedynym niezawodnym sposobem na przyciągnięcie produkcji filmowej jest partycypowanie w budżecie filmu, im bardziej znaczące, tym lepiej. Pieniądze to jest to, czego brakuje każdemu producentowi. Rozumieją to inne miasta pretendujące do roli centrów produkcji filmowej. Kraków i Wrocław poza tym, że oczywiście dysponują bazą plenerów i wspierają ekipy organizacyjnie, przeznaczają o wiele większe pieniądze niż Łódź na lokalny fundusz filmowy. Może warto inwestować w ciekawe projekty związane z regionem (poprzez miejsce, historię, postacie), jak zrobił Poznań, przeznaczając 6 mln zł na film Łukasza Barczyka „Hiszpanka” o powstaniu wielkopolskim.

## Co my z tego możemy mieć

Promocję marki miasta i regionu? A kto w Polsce (a tym bardziej na świecie), jeśli nie wynika to ze scenariusza, będzie wiedział, że np. piękna scena nad rzeką filmowana była załóżmy w okolicach Spały nad Pilicą. Jak „Komisarz Alex” promuje Łódź? To raczej my, trąbiąc o tym dokoła, promujemy „Komisarza Aleksa”. Łódzkie firmy zarobią na filmowcach? Może trochę hotelarze. Taka ekipa przyjeżdża najczęściej z Warszawy na parę dni z własnym cateringiem i szybko się zwija po zdjęciach. Co nam pozostanie poza reportażem z planu zdjęciowego w gazecie? Projekt „Łódzkie Przyjazne Filmowcom” przewiduje promowanie w regionie tytułów, które powstały przy wsparciu Łódź Film Commission. A zatem pozostanie nam satysfakcja, gdy w jakimś filmie rozpoznamy znajomą ulicę czy krajobraz. Bezcenne.

*Bogdan Sobieszek*