

Kreatywni w zarabianiu na kulturze

Uczestnicy wspólnie szukają nowych pomysłów na promowanie marek i zarabianie pieniędzy dzięki mediom elektronicznym. W programie znalazły się prelekcje specjalistów w dziedzinie marketingu. Anna Iller, odpowiedzialna w Allegro za cykl „Legends polskie”, opowie, jak dotrzeć do odbiorcy, który żyje w świecie Internetu i mediów społecznościowych. Rafał Baran – ekspert m.in. od strategii marketingowych – zaprezentuje skuteczność fabularnych treści filmowych w promocji marki na przykładzie serwisu Showmax. Producentka filmowa Dorota Koćmicka-Gacke zdradzi receptę na serialowy sukces. Paweł Ruszlewski przedstawi technologie immersyjne (VR, AR, MR) i ich wykorzystanie w opowiadaniu historii. Reżyser Martin Percy opowie, jak trafić do odbiorców, zderzając media społecznościowe, interaktywność i kino. Zostanie też zaprezentowany film akcji stworzony dla „społecznościowego / interaktywnego” kina. Będzie można również posłuchać Marcina Łunkiewicza, producenta pierwszego polskiego serialu wykorzystującego VR – rzeczywistość wirtualną: „Para nie do pary”. Festiwal zakończy Filmteractive Market – konkurs projektów, które mają zaangażować publiczność w niestandardowy sposób.

Organizatorzy tak piszą o tegorocznej edycji festiwalu:

„Łódzka edycja festiwalu Filmteractive będzie poświęcona silnym markom, które, wspierając kulturę, tworzą ciekawe projekty artystyczne. Tematyka wydarzenia nawiązuje do kreatywnego charakteru miasta. Nie można dziś marginalizować wpływu zarówno kultury na tworzone przez marki treści, jak i otwarcia tychże marek na wspieranie kultury i na przemysły kreatywne. Ten relatywnie nowy sektor gospodarki staje się coraz mocniejszą dźwignią światowego biznesu.”

Szczegółowy program festiwalu znajduje się na stronie: <http://filmteractive.eu/program-ldz>