

## **2020-3-2-18A Mimořádná výzva Distribuce filmu**

Mimořádná výzva Distribuce filmu byla vyhlášena místo standardní průběžné výzvy na distribuci, přičemž zbývající alokace byla navýšena o 5 milionů korun. Rada Státního fondu kinematografie toto nové vyhlášení připravila v reakci na situaci způsobenou epidemií COVID-19.

Rada tuto mimořádnou výzvu vnímá jako prostředek k podpoře návratu diváků do kin. V období po ukončení opatření proti COVID-19 je distribuce v kinech náročnější a proto Rada u těchto projektů přistoupila ke zvýšení obvykle udělovaných částek. Zároveň vítá oproti běžné situaci i více komerční tituly, které v tomto období pomohou větší návštěvnosti v kinech.

S ohledem na nutnost flexibility v reakci na opatření zavedená v důsledku COVID-19 je i v této výzvě zrušena podmínka podat žádost 90 dní před plánovaným začátkem distribuce. Ve snaze o předvídatelnost rozhodování Rada výzvu doplnila také tabulkou předpokládané výše podpory dle jednotlivých typů distribuce. Parametry výzvy v jiných ohledech zůstaly obdobné jako v předchozí výzvě.

S ohledem na potřebu zkrácení procesu podpory kinematografie se Rada rozhodla v tomto výjimečném případě rozhodovat výzvu bez expertních analýz.

**3940/2020**

**Cinemart, a.s.**

**Distribuce filmu Alchymická pec**

Dokumentární portrét Jana Švankmajera vznikl během natáčení jeho posledního celovečerního filmu Hmyz. Jeho autoři Jan Daňhel a Adam Ólha film koncipují jako cestu do Švankmajerova autorského filmařského světa.

Dokument je v kontextu současného českého dokumentu formálně i obsahově mimořádný a má potenciál prosadit se nejen v českém prostředí. Kampaň k filmu je minimalistická a odpovídá očekávané návštěvnosti filmu.

Důmyslně využívá spíše PR aktivity a možnosti spolupráce s dokumentaristickými platformami (premiéra na MFDF v Jihlavě apod.), což znásobuje viditelnost filmu. Požadovaná částka bude investována především do online kampaně, která je nejvyšší položkou rozpočtu. Z výše uvedených důvodů se Rada rozhodla projekt podpořit v plné požadované výši.

**3936/2020**

**Film Europe s.r.o.**

**Distribuce filmu Pravda**

Očekávaný film držitele Zlaté palmy z Cannes japonského režiséra Hirokazu Kore'edy měl premiéru jako zahajovací film loňského benátského festivalu. Do českých kin vstupuje prostřednictvím společnosti Film Europe a jejího labelu Be2Can Distribution. Premiéra se odehraje na pražském Febiofestu, kterého by se měl zúčastnit i sám tvůrce. Žadatel bude kombinovat distribuci ve standardních kinech a uvedení na řadě českých filmových festivalů, přehlídek a v butikových kinech, z nichž jedno sám provozuje. Rozpočet je umírněný a odpovídá nákladům na pořízení licence a menší marketingové kampani zacílené na úzkoprofilové publikum. Žadatel požádal ve standardní výši určené pro zahraniční filmy a Rada se jej především s ohledem na kvalitu filmu rozhodla podpořit v plné požadované výši.

**3941/2020**

**Marienbad Film z.s.**

**Distribuce filmu Loni v Marienbadu**

Klasické dílo francouzského režiséra Alaina Resnais patří k základním dílům světové kinematografie. Není proto překvapením, že ve Francii vznikla jeho nově restaurovaná a digitalizovaná kopie, kterou do svého programu zařadila menší česká přehlídka Marienbad Film Festival. Ten si podobně jako festival Ostrava Kamera Oko vytvořil vlastní distribuční label, pod kterým loni úspěšně do kin uvedl český film Karel, já a ty. Tento projekt je samozřejmě o dost náročnější a zasáhne jen velmi úzkou cílovou skupinu. Tomu odpovídá i charakter kampaně a nízký rozpočet, který z větší části pokrývá spíše technologické náklady (práva, kopie, titulky atd.), osobní náklady a jen minimálně investuje do reklamy. Díky projektu bude tento film dostupný pro česká a slovenská kina až do roku 2022 a v rámci programace se zaměřuje především na prostory, kde jsou archivní filmy dlouhodobě prezentovány. Rada se rozhodla projekt podpořit ve výši odpovídající spodní hranici rozmezí podpory určené pro tento typ distribuce, a to z důvodu, že jde o klasický, restaurovaný film s nižší diváckou ambicí a kampaň neobsahuje žádnou výjimečnou marketingovou aktivitu.

**3946/2020**

**BONTONFILM, a.s.**

**Vzpomínky na Itálii**

Distribuce britsko-italského dramatu Vzpomínky na Itálii cílí primárně na ženy střední generace a celý projekt je koncipován na očekávanou návštěvnost 20 tis. diváků. Film bude uveden v původním znění s českými titulky. Marketingová kampaň stojí na inzerci v různých typech klasických médií i na sociálních sítích. Část rozpočtu také spolknou VPF poplatky v multiplexech. Kampaň je dobře promyšlená a strukturovaná, výše nákladů pak odpovídá nastavenému cíli a diváckému potenciálu filmu. Rada se projekt rozhodla podpořit sníženou částkou odpovídající horní hranici pro tento typ distribuce, a to z důvodu, že ačkoliv je kampaň dobře připravená, Rada neshledala důvody proč toto rozmezí deklarované ve výzvě překračovat.

**3944/2020**

**Aerofilms s.r.o.**

**Distribuce filmu Palm Springs**

Americká komedie Palm Springs byla úspěšně uvedena na festivalu v Sundance. Společnost Aerofilms ji do kin uvádí jako letní odpočinkový film pro náročnější publikum a cílí na 8 tis. diváků. Náklady tomuto cíli a standardní distribuční strategii a marketingové kampani odpovídají. Žadatel deklaruje programaci v multiplexech i jednosálových kinech, menší outdoorovou kampaň v Praze a výraznou online kampaň na sociálních sítích. Rada se rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

**3950/2020**

**endorfilm, s.r.o.**

**Ztracený břeh**

Pozoruhodný autorský film Ztracený břeh na sebe upoutal pozornost již na loňském MFDF v Jihlavě a později se stal držitelem Ceny Andreje Stankoviče. Do českých kin vstupuje prostřednictvím společnosti Pilot Film a žadatelem je producent Jiří Konečný a jeho společnost endorfilm. Distributor tedy filmu poskytne servis v oblasti programace, fakturace a komunikace s kiny. Producent pak bude zodpovědný za kampaň a technické zabezpečení distribuce. Rozpočet projektu je velmi nízký a odpovídá očekávané návštěvnosti filmu. Náklady na propagaci jsou velmi úsporné a je otázkou, jestli se filmu v rámci plánovaných projekcí podaří oslovit zmiňovanou cílovou skupinu. Projekt se Rada rozhodla podpořit v plně požadované výši, která se pohybuje na nižší hranici předpokládané dotace pro tento typ distribuce.

**3949/2020**

**Klára Khine**

**Distribuce filmů Osobní život díry a Pět set plošin**

Distribuce filmu Ospalý život díry Ondřeje Vavřečky a krátkého předfilmu Pět set plošin Andrey Slovákové se ujala Klára Khine, která v loňském roce pod labelem Marienbad Film uvedla do kin snímek Karel já a ty. Pásmo experimentálních filmů plánuje uvádět ve vybraných kinech a projekce doprovázet debatami s osobnostmi českého intelektuálního života. Největší část rozpočtu tedy směřuje k honorářům účastníků debat. Do propagace projektu jde minimum financí a předpokládá se spíše PR pokrytí jednotlivých projekcí a premiéry, která je plánovaná v rámci MFDF v Jihlavě. Vzhledem k atypičnosti obou filmů je zvolená distribuční strategie asi jedinou možností, jak filmy dostat k širšímu publiku. Rada se rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

**3939/2020**

**AQS, a.s.**

**Distribuce filmu Hurá do džungle**

Rodinný film Hurá do džungle vstoupí do české distribuce na sklonku prázdnin. Žadatel se v projektu zaměřuje především na nasazení v multiplexech, čemuž odpovídá i zvolená kampaň. Náklady jsou adekvátní a rozsah kampaně odpovídá předpokládanému výsledku. Rada však velmi diskutovala o kvalitě distribuovaného filmu. S ohledem na situaci, kdy je třeba do kin přitáhnout právě cílovou skupinu rodin s dětmi, se rozhodla distribuci podpořit, s ohledem na spíše průměrnou kvalitu snímku však ve výši odpovídající spodní hranici rozmezí podpory určené pro tento typ distribuce.

**3942/2020**

**BONTONFILM, a.s.**

**Karel**

Dokumentární film režisérky Olgy Malířové Špátové Karel aspiruje na jeden z klíčových titulů letošního podzimu. Nikoliv uměleckou kvalitou ani nečekanými odhaleními z posledních let života Karla Gotta, ale díky aureole tohoto zpěváka v české společnosti. Dokument je velmi osobní a skutečně nabízí intimní a klasicky vyprávěný portrét nestora české pop music. Kampaň a distribuční strategie cílí na většinového diváka a je tudíž nákladná, protože má plošně zasáhnout potenciální diváky v celém regionu. Nákladný outdoor, vysoká investice do online reklamy a především marketingové náklady a VPF v multiplexech jsou klíčové a racionálně zvolené investice žadatele. Projekt má potenciál přesáhnout hranici 50 tis. diváků, na kterou je koncipován, ale problematické může být to, že klíčovou cílovou skupinou jsou starší ženy, které mohou cítit obavy z návštěvy kina a možného šíření COVID-19. Rada projekt podpořila ve snížené výši odpovídající tomuto typu distribuce pro dokumentární dílo.

**3952/2020**

**Hypermarket Film s.r.o.**

**Provinční městečko E distribuce**

Minoritní koprodukční film ruského režiséra Dmitrije Bogoljubova chce žadatel, producentská společnost Hypermarket Film, ve spolupráci s distributorem uvádět především prostřednictvím komentovaných projekcí. Mimo kino pak bude film uveden na VOD platformě Dafilms a v rámci site-specific projektu Kinedok. Film je určitě skvělým příspěvkem k široké debatě o výkladu naší a ruské historie. V rozpočtu převažují náklady na výrobu kopií a technické zajištění distribuce a debat a téměř úplně absentují náklady na inzerci a reklamu. Na druhou stranu film má silné mediální partnery a dá se předpokládat, že bude primárně promován prostřednictvím PR. Rada se rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

**3951/2020**

**AQS, a.s.**

**Distribuce filmu Moře kouzel**

Rodinný film Moře kouzel bude nasazen do jednosálových kin i do multiplexů a tomu odpovídají i náklady na marketingovou kampaň. Necelá třetina nákladů jde na pokrytí minimální garance. Dále tvoří poměrně vysokou část rozpočtu náklady na dabing a VPF v multiplexech. Další náklady jdou převážně do reklamy a inzerce. Rada se rozhodla projekt podpořit v plné požadované výši, která odpovídá danému typu distribuce dle tabulky předpokládané výše podpory uvedené ve výzvě.

**3945/2020**

**Artcam Films s.r.o.**

**Distribuce filmu Nová šichta**

Pozoruhodný český dokumentární film Nová šichta bude do kin uveden na podzim letošního roku. Distribuce bude částečně cílit na region Ostravska, kde film vznikl a který osobitě portrétuje. Distribuční a marketingová kampaň je střídmá a může být efektivní, protože využívá především regionální potenciál filmu a navazuje na úspěšnou crowdfundingovou kampaň producenta filmu. Na druhou stranu v žádosti chybí přesnější informace o konkrétní realizaci lokální distribuce v Ostravě a okolí, kde má film dle názoru Rady mimořádný potenciál. Rada věří, že film může uspět i v celorepublikovém kontextu a rozhodla se projekt podpořit v plné požadované výši.

**3947/2020**

**Bohemia Motion Pictures, a.s.**

**Princezna zakletá v čase**

Jak už název projektu napovídá, je Princezna zakletá v čase zástupcem žánru klasické české pohádky tentokrát s prvky fantasy. Film měl být do kin uveden v březnu letošního roku a jedná se tedy o žádost, která částečně kompenzuje již vynaložené náklady a umožní žadateli navýšit rozpočet současné kampaně. Bohužel ze žádosti není patrné, které položky jsou součástí rozpočtu původní kampaně a jak je žadatel připravený v kampani pokračovat. Nelogické je i přiložení cenové nabídky na online kampaň k filmu, když její výši neodpovídá finální částka v rozpočtu. V rámci žánru je film spíše standardním mainstreamem, ale Rada vnímá, že může dobře fungovat v kinech a projekt naplňuje cíle, které si Rada pro tuto výzvu stanovila. Rada se rozhodla projekt podpořit ve snížené výši s ohledem na výše zmíněné nejasnosti v rozpočtu.