

2018-3-1-3 Distribuce filmu

Výzva na podporu distribuce, která bude vyhlášena ještě jednou v polovině roku, je v letošním roce koncipována jako výzva průběžná a slučuje loňské výzvy na podporu distribuce českého a zahraničního filmu. Smyslem této změny je umožnit distributorům, aby požádali o podporu v ideálním termínu před premiérou a aby i rozhodnutí Rady předcházelo uvedení filmu do kina. Výzva bude důsledně evaluována a v případě nutnosti upravena v půlce roku, kdy bude znovu vyhlášena. Maximální výše dotace pro zahraniční film je 150.000 Kč, v případě dětského filmu opatřebného dabingem je to 250.000 Kč.

Ve výzvě 2018-3-1-3 na distribuci Rada v tomto kole hodnotila 6 projektů. Rada tento rok nastavila parametry výzvy tak, aby nemusela posuzovat projekty po jejich oficiální české premiéře, neboť takováto podpora už často nemá vliv na realizovanou distribuční strategii. Rada obecně vnímá tuto výzvu primárně jako podporu distribuce českých filmů do kin, kdy hodnotí jak předložený film, tak hlavně práci s ním a optimálně zvolenou a nápaditou distribuční strategii. U zahraničních filmů preferuje snímky, jejichž distribuční potenciál, ať už vzhledem k tématu, žánru nebo formě je výrazně nižší a distributor by ho tak bez podpory pravděpodobně nezařadil do své standardní nabídky. U těchto titulů Rada velmi pečlivě hodnotí distribuční strategii, neboť právě u těchto filmů je tato pro úspěch v kinech naprosto zásadní.

Rada v tomto kole podpořila všechny projekty, ale jenom dva z nich požadovanou částkou v plné výši.

2540/2018

Bontofilm a.s. Distribuce filmu Úsměvy smutných mužů

Předlohou filmu, který předkládá společnost Bontofilm, je autobiografický román Josefa Formánka, koncipovaný jako zápisky hlavního hrdiny z protialkoholní léčebny, kde se potkával s dalšími pacienty. Kvalitně obsazený film režiséra Daniela Svátka Úsměvy smutných mužů přináší věrohodné portréty lidí bojujících se závislostí. Herecké obsazení (Simona Babčáková, Jaroslav Dušek, David Švehlík), filmový styl a některé prvky příběhu jej však přibližují spíše k lifestyleovým komediím, než sociálním dramatům. Potvrzuje to i propagační strategie, která za sekundární cílovou skupinu označuje fanoušky běhání, nebo propagace prostřednictvím populárního rádia a „lifestyleových časopisů“. Rada není zcela přesvědčena, že projekt naplňuje záměr výzvy na podporu filmů, které by se obtížně dostávaly do standardní distribuce. Vzhledem k tomuto se Rada v souladu s jedním expertem rozhodla projekt podpořit sníženou částkou. Druhý expert projekt k podpoře nedoporučil.

2541/2018

CINEART TV Prague s.r.o.

VRATISLAV EFFENBERGER aneb LOV NA ČERNÉHO ŽRALOKA

Film režiséra Davida Jařaba je dokumentárním portrétem vůdčí osobnosti poválečného českého surrealismu Vratislava Effenbergera. Originální film, který mapuje působení významné osobnosti české kultury, má velmi limitovaný potenciál k nalezení diváků. Distribuční strategie sice předpokládá specifickou práci při vyhledávání diváků, nicméně zůstává spíše u obecných tezí, chybí konkrétnější popis aktivit vedoucích k oslovení úzké cílové skupiny. Zvolenou distribuční strategii Rada hodnotí jako velmi obecnou. Samotný snímek však Rada hodnotí velmi kladně a považuje za důležité, aby se dostal do kinodistribuce. Z toho důvodu se ho v souladu s experty se rozhodla podpořit.

2542/2018

Aerofilms s.r.o.

Distribuce filmu Léto

Aerofilms žádá o podporu distribuce filmu Léto o začátcích kultovních kapel Kino a Zoopark. Film měl premiéru v hlavní soutěži festivalu v Cannes 2018, zatímco jeho režisér Kirill Serebrennikov tráví čas v domácím vězení v Moskvě. Mnohé motivy Serebrennikovova filmu promlouvají i k realitě současného Ruska, které se opět uzavírá cizím vlivům a má tendenci nostalgicky glorifikovat sovětskou éru. I proto je nutné předávat mladým generacím zkušenosti z dob totality. Distribuční a marketingová strategie je propracovaná a především individuálně šitá na míru konkrétnímu filmu. Propagační kampaň tvoří komunikační mix, který staví na kombinaci eventů, online i offline propagace a nachází relevantní cesty, jak oslovit diváky i mimo klasické PR. Rada se rozhodla projekt podpořit v plné výši, a to v souladu s oběma experty.

2543/2018

Analog Vision s.r.o.

Distribuce filmu Můj neznámý voják

Film Můj neznámý voják režisérky a vizuální umělkyně Anny Kryvenko je filmovou esejí postavenou na archivních materiálech (metoda found footage) z okupace Československa armádami Varšavského paktu v roce 1968, na kterou je nahlíženo z pohledu okupanta a zároveň jsou do kontrastu stavěny nedávné události na Ukrajině. Distribuční strategie je promyšlená vzhledem k povaze filmu, akcentuje premiéru v srpnu a po site specific projekcích směřuje do veřejnoprávní televize. Film se nabízí jako vhodný příspěvek do společenské diskuze ohledně naší historické reflexe nebo právě vztahu k Rusku nebo cizincům obecně. Ačkoliv Rada pozitivně vnímá nasazení filmu hned po jeho uvedení v sekci Eurimages na Mezinárodním filmovém festivalu v Karlových Varech, další parametry distribuční strategie už tak konkrétní nejsou, marketingová kampaň zatím prakticky není vidět, premiéra v kinech je již velmi blízko. Rada je však přesvědčena, že projekt naplňuje záměr výzvy na podporu filmů, které by se do špatně dostávaly do standardní distribuce vzhledem ke komplikované cestě k divákům. Expertní analýzy se ve svém doporučení rozcházejí, Rada se přiklonila k doporučující analýze a rozhodla se projekt podpořit sníženou částkou.

2545/2018

Filmová a televizní společnost Total HelpArt T.H.A, s.r.o.

Zdeněk Toman-Rudá eminence-stávající název: TOMAN

Celovečerní hraný film režiséra a producenta Ondřeje Trojana zpracovává zajímavé historické téma role komunistů židovského původu v poválečné KSČ a strukturách tzv. Třetí republiky. Projekt byl již ve všech dosavadních fázích přípravy a realizace Fondem podpořen. Předložená distribuční strategie svědčí o přípravě kampaně, která bude v tomto případě zahrnovat škálu forem klasického marketingu a velmi intenzivně zapracuje i na tzv. edukativní podpoře filmu a digitální obsahové strategii, které mohou publikum do značné míry připravit na zhlédnutí filmu a zároveň jej mimořádně obohatit v oblasti poválečné historie. Orientace na mladé publikum je v tomto konkrétním případě zvláště cenná. Projekt na podporu distribuce je formulován realisticky a srozumitelně, žadatel má se širokým distribučním uváděním bohaté zkušenosti. Ve shodě s oběma experty uděluje Rada podporu. Snížená výše podpory je dána nejasnostmi v ekonomické části projektu a v celkové alokaci finančních prostředků ve výzvě, kdy se Rada rozhodla podpořit i další projekty.

2546/2018

Frame Films s.r.o.

Kibera: Příběh slumu

Dokument režiséra Martina Páva o životě v největším slumu Afriky byl podpořen Fondem pod názvem Zítřka bude líp již na výrobu. Film představí příběhy místních, kteří i navzdory chudobě pomáhají ostatním a snaží se slum změnit k lepšímu. Snímek bourá předsudky a falešná přesvědčení, čímž může mít pozitivní dopad i na české prostředí. Snímek, ve kterém se pojí silné téma s velmi slušným zpracováním, má potenciál zaujmout na festivalové scéně a volba premiéry na festivalu v Jihlavě je tedy správná a adekvátní. Projekt uvede do kin společnost Cinemart. Rada hodnotí distribuční strategii jako funkční a odpovídající, míří primárně na jednosálová kina a má v plánu dostat film i do klubů, knihoven a škol. Rada se proto přiklonila k jedné doporučující analýze a rozhodla se projekt podpořit mírně sníženou částkou, odpovídající ambici distribuční strategie. S druhou expertizou je tak v nesouladu.