

2024-3-4-31 Distribuce filmu

Výzva na podporu distribuce je koncipována jako průběžná, což má za cíl umožnit distributorům, aby požádali o podporu v ideálním termínu před premiérou tak, aby i rozhodnutí Rady Státního fondu audiovizuální kultury předcházelo uvedení filmu do kina.

V rámci snahy o větší předvídatelnost je součástí výzvy tabulka předpokládané výše podpory, která stanovuje maximum pro zahraniční filmy ve výši 150 000 Kč (250 000 Kč v případě dabovaných filmu pro děti) a tři úrovně podpory pro české filmy dle velikosti distribuce.

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 strategií. 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 strategie uvedení pro úspěch v kinech naprosto zásadní.

Rada obecně nepovažuje za distribuční strategii pouhé umožnění kinům film nasadit na základě umístění v plánu premiér Unie filmových distributorů a zpřístupnění základních údajů a základních propagačních materiálů (plakát). U zahraničních titulů Rada také hodnotí, zda je snímek obohacením distribuční nabídky, a zda by se bez předpokládané podpory do distribuce dostal a s jakým diváckým ohlasem.

7154/2025

Cinemart, a.s.

Tichá pošta

Adaptaci stejnojmenné povídky Jiřího Stránského připravil sám autor ještě za svého života ve spolupráci se svou dcerou, scenáristkou Klárou Formanovou a režisérem Janem Sebechlebským. Dobrodružný příběh dětí *Tichá pošta*, inspirovaný skutečnou událostí z českého pohraničí v roce 1945, přináší silné téma odvahy, přátelství a touhy po svobodě. Jde o historický dětský film. Žánr, který je na českém trhu vzácný, což klade vysoké nároky na jeho distribuci. Pečlivě zvolená strategie však dává snímku potenciál oslovit široké publikum, především rodiny s dětmi a pracovat se školními projekty. Distribuci a VOD uvedení zajišťuje Cinemart, jehož práce na tomto projektu je skvělou ukázkou profesionálního a kreativního přístupu k filmové distribuci. Irena Kobosilová a její tým připravili detailní a precizní plán, který klade důraz na efektivní oslovení rodičů, digitální marketing a systematickou spolupráci s kinaři. Film bude nasazen plošně s důrazem na silný start během prvního víkendu, přičemž dlouhodobou životnost v kinech chce podpořit i propojení s květnovým knižním festivalem Svět knihy. Právě propojení literární předlohy s filmovým zpracováním dodává projektu další rozměr a umožňuje oslovit širší spektrum diváků. Film již získal podporu při výrobě a Rada se rozhodla projekt podpořit i v této výzvě v plně požadované výši.

7160/2025

AEROFILMS s.r.o.

Distribuce filmu Queer

Osobitý film režiséra Luca Guadagnina *Queer*, natočený podle stejnojmenné poloautobiografické novely amerického spisovatele Williama S. Burroughse z roku 1985, přináší především elektrizující herecký výkon Daniela Craiga ve stylové atmosféře s podmanivým hudebním doprovodem. Tento výrazný kinematografický počín s nejednoznačným positioningem představuje ale i distribuční výzvu, které se ujímá zkušená společnost Aerofilms. Ta volí promyšlenou strategii postupného releasu, která pracuje s budováním mediálního povědomí a tzv. „šeptandou“. Film byl nejprve uveden na začátku roku dva dny v partnerských kinech včetně multiplexů, přičemž hlavní premiéra následuje s tříměsíčním odstupem a bude cílena výhradně na jednosálková kina. Odhad návštěvnosti činí 15 tis. diváků, což odpovídá hranici rentability, v které je umožněna i poměrná částka za minimální garanci, kterou žadatel záměrně do rozpočtu neuvedl. Distributor vlastní práva (kino, TV, home video, VOD) i na Slovensku, v Maďarsku, Rumunsku a Moldávii, což dává projektu širší obchodní potenciál. Cílové skupiny jsou

jasně definovány a k jejich oslovení bude využita rozsáhlá kampaň na sociálních sítích, online inzerce a spolupráce s influencery. Důležitým partnerem filmu je také knihkupectví Luxor, které pomůže propojit literární předlohu s filmovým zpracováním. Projekt je finančně dobře nastavený, rozpočet odpovídá odhadované návštěvnosti a distribučním nákladům. Projekt splňuje cíle výzvy, a proto se jej Rada rozhodla jej podpořit v plně požadované výši.

7155/2025

Artcam Films s.r.o.

Ta druhá

Dokumentární film *Ta druhá* je úspěšným festivalovým filmem, o čemž svědčí i jeho uvedení na celé řadě českých i zahraničních festivalů a také dvě klíčové spolupráce žadatele v rámci distribuční strategie. Tou první je uvedení filmu v cyklu Tady Vary, tou druhou pak uvedení v rámci festivalu Jeden svět a jeho regionálních ozvěn. Nákup reklamy odpovídá v printu jednomu inzerátu u mediálního partnera nebo jedné menší kampani na lokálním pražském rádiu. Náklady na online marketing jsou výraznější, ale i zde se počítá se zapojením influencerů a s organickým dosahem kampaně a odborných aktivit, které k filmu vznikají (mapování fenoménu skleněných dětí). Očekávaná návštěvnost je vzhledem k povaze filmu velmi ambiciózní. To je ovšem jediná výtka k projektu, který je velmi dobře připraven a v rámci distribuční i marketingové strategie využívá přirozených synergií, počítá s komentovanými projekcemi a vidí potenciál ve VOD distribuci, kde se film stane dostupnější rodičům, kteří právě kvůli handicapu svých dětí nemají možnost do kina přijít. Film *Ta druhá* je debutem, který výrazně uspěl na mezinárodní scéně, má důležité společenské téma a vysoké kinematografické kvality. Splňuje tedy cíle výzvy a Rada se rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

7167/2025

Pilot Film s.r.o.

Na kordy

Singapurský koprodukční snímek *Na kordy* získal Cenu za režii na loňském KVIFF. Drama dvou sourozenců z prostředí profesionálního šermu je debutem režisérky Nelicie Low. V české distribuci se objevuje jen minimum asijských filmů, žadatel tedy očekává návštěvnost cca 2 tis. diváků. Klíčem k jejich oslovení je adresná online reklama, i když v rozpočtu se počítá i s nákupem reklamního času v rádiích. Premiéru filmu podpořila v Praze přímo režisérka filmu, což projektu přineslo slušný mediální ohlas. Film je uváděn nejen v jednosálových kinech, ale i ve vybraných multiplexech. Rozpočet projektu je minimalistický. Jedná se o malý projekt klasické distribuce, kdy žadatel nepřichází se specifickou kampaní a strategií oslovovat například diváky z prostředí, ve kterém se film odehrává. Místo toho chce oslovit především cinefilly, fanoušky KVIFF a další specifické filmové publikum. Předložené strategie jsou poněkud strohé, nicméně obsahují všechny klíčové informace. Rozpočet odpovídá cílení a struktuře nákladů. Vzhledem ke kvalitě filmu a také jeho původu projekt splňuje klíčové cíle výzvy a Rada se rozhodla projekt podpořit v plně výši.

7166/2025

Brainz Gamify s.r.o.

Křehký domov

Etablovaná společnost Brainz Gamify, známá tvorbou pro virtuální a smíšenou realitu (např. projekt Břejlando), přichází s unikátním distribučním konceptem přizpůsobeným specifickým technologickým požadavkům formátu. Česko-ukrajinský krátký film *Křehký domov*, v režii Ondřeje Moravce a Victorie Lopukhiny, inovativně propojuje reálné prostředí s virtuální realitou, aby divákům sugestivně zprostředkoval proměnu ukrajinského domova v důsledku válečného konfliktu. Film navazuje na předchozí úspěšný projekt *Fresh Memories* a už minulý rok absolvoval řadu národních i mezinárodních festivalových uvedení, na jejichž podporu Rada přispěla. Nyní žadatel žádá primárně na site-specific projekce v galeriích (Brno, Olomouc, Liberec) a na uvedení na VOD platformě Meta Horizon Store, na jehož distribuci již přislíbila financování americká filantropická společnost Agog. Odhadovaná

návštěvnost je vzhledem k formátu VR obtížně predikovatelná, protože film mohou současně sledovat pouze 2–4 diváci v závislosti na dostupnosti speciálních brýlí, které budou mít místa díky zápůjčce k dispozici. Přesto žadatel očekává až 6 tis. diváků v rámci site-specific projekcí a cca 10 tis. zhlédnutí na VOD platformě. Rozpočet je výrazně limitovaný, marketingové výdaje minimální, přičemž přibližně třetinu nákladů tvoří personální zajištění. Cílová skupina je poměrně široká a komunikace proběhne primárně skrze sociální média a publicitu v klíčových médiích (Český rozhlas, Respekt aj.). Společnost Člověk v tísni se zapojí jako partner při pořádání návazných debat v místech uvedení. Projekt je inovativní, pečlivě zpracovaný a plně odpovídá cílům výzvy. Vzhledem k jeho společenské relevanci a technologickému přesahu se Rada rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

7158/2025

Evolution Films, s.r.o.

Svět mezi námi

Dokumentární debut *Svět mezi námi* byl premiérově uveden na MFDF v Jihlavě v soutěžních sekcích Česká radost a První světla a v obou sekcích bodoval – u studentské poroty (Česká radost) i u hlavní poroty (První světla). Portrét české fotografky Marie Tomanové je unikátní díky osobnosti této mladé, svérázné a mimořádně úspěšné autorky. Žadatelem je producentská společnost Film Kolektiv, která se nedávno podílela na úspěšné distribuci dokumentu *Architektura ČSSR 58–89*. Distribuční servis pak zajistí společnost Pilot Film. Tato kombinace se zdá být velmi účelná, stejně jako nasazení filmu v momentě, kdy se bude otevírat velká autorčina výstava v Brně. Distribuční strategie stojí na projekcích s hosty a ta marketingová především na online kampani. Cílení na 1 500 diváků je velmi minimalistické, ale pokud se žadateli podaří prosadit se zejména na školních projekcích pro umělecké školy, může dosáhnout i na vyšší celková čísla. I přesto, že je žádost poměrně střídmá, dobře vysvětluje synergii mezi producentem a distributorem, žadatel má kvalitně postavený interní distribuční tým a má srozumitelně a účelně nastavenou distribuční a marketingovou strategii, která se soustředí na cílení na fanoušky fotografie a také na studenty uměleckých škol. Rada se rozhodla projekt podpořit.

7165/2025

Beginner's Mind s.r.o.

Veřejně prospěšné práce

Projekt distribuce situačního dokumentu výtvarníka Vladimíra Turnera *Veřejně prospěšné práce* předkládá Radě producentská společnost Beginner's Mind. Složení realizačního týmu odpovídá povaze projektu. Film byl premiérově uveden na festivalu Jeden svět. Dále je distribuční strategie postavená na synergii s výstavou o umění ve veřejném prostoru v GHMP a na eventových projekcích v Praze i v regionech. Tomu odpovídá rozpočet projektu, kde jsou primárně náklady na PR, internetovou reklamu a zajištění speciálních eventových projekcí s happeningy vycházejícími z tématu filmu. Žadatel si uvědomuje, že cílí na velmi specifickou a limitovanou skupinu diváků a tomu přizpůsobuje jak distribuční, tak marketingovou strategii. Strategie v popisu projektu zahrnují i nasazení filmu na VOD a do zahraniční distribuce. Část rozpočtu by bylo vhodné alokovat do internetové reklamy na konkrétní projekce. Rada považuje projekt za zábavný a zároveň společensky angažovaný. Projekt splňuje cíle výzvy, a Rada se jej proto rozhodla podpořit v plně požadované výši.

7156/2025

CONTINENTAL FILM, s.r.o.

Fakír

Působivý slovensko-česko-polský dokumentární portrét s názvem *Fakír* debutujícího slovenského režiséra Romana Ďuriše zachycuje příběh romského mladíka Dalibora jako autentickou a uhrančivou výpověď o nefunkčních rodinných vazbách, křehkosti jedince i drsné sociální realitě. Snímek vyniká podmanivým, civilním vizuálním stylem, za který byla kameramanka Michaela Hošková oceněna na MFDF Ji.hlava za nejlepší kameru. Film bude distribuován společností Continental Film, která předložila detailně zpracovaný projekt. Jde o nízkonákladovou distribuci. Vzhledem k omezeným finančním kapacitám bude marketing stavět primárně na

publicitě a PR, zatímco reklamní aktivity budou minimální. Uvedení v selektivně nasazených kinech doprovodí roadshow s autory a protagonistou, nicméně podrobný seznam projekcí nebyl přiložen. I přes tato drobná přehlédnutí projekt splňuje cíle výzvy a Rada se jej rozhodla podpořit.

7152/2025

Asociace českých filmových klubů, z. s.

Distribuce filmu *Mladá srdce*

Snímek *Mladá srdce* již kromě vítězství v soutěži LFŠ uvádí – kde návštěvníci LFŠ vybírají film, který žadatel AČFK uvede do distribuce –, dokázal zaujmout i na MFF ve Zlíně, odkud si odvezl dvě z hlavních cen. Autobiografický příběh o dospívání a coming-outu je prostředkem pro režisérovo vyrovnání se s minulostí a se svým dospíváním, které mělo k idylické atmosféře filmu daleko. Pro film se tedy nabízí hned několik klíčových cílových skupin. První jsou dospívající diváci, které chce žadatel oslovit prostřednictvím školních projekcí a vypracovaných metodických listů. Rodiče, kteří jsou pravidelnými návštěvníky projekcí filmových klubů především v regionech, a pak samozřejmě LGBT+ a především gay komunita, kterou chce žadatel oslovit prostřednictvím podpory od influencerů a PR v médiích. Třetina z celkového rozpočtu projektu je věnována na nákup reklamy. U takto malé kampaně bude extrémně náročné zasáhnout všechny tři zmíněné skupiny. Jedná se o malý belgický film, předpokládaná návštěvnost 2,5 tis. diváků. AČFK je jako distributor opřena o síť filmových klubů a návštěvnost filmů, které zakoupí do distribuce, stojí a padá se schopností jednotlivých klubů přitáhnout diváky k jednotlivým projekcím v jednotlivých kinech. *Mladá srdce* jsou filmem, který to nebude mít u českých diváků v dnešní době lehké, na druhou stranu film může dobře fungovat na VOD. Projekt splňuje cíle výzvy, a proto se jej Rada rozhodla podpořit v plně požadované výši.

7163/2025

Balkanfilm spol. s r.o.

Tudy povede cesta

Sebejistý filmový debut *Tudy povede cesta* srbské režisérky Niny Ognjanovic přináší na plátna jedinečný snímek v netradičním žánru neo-westernu. Tento zajímavý film z roku 2023 uvedla do české distribuce společnost Balkan Films, která se dlouhodobě specializuje na tituly z tohoto regionu. Jde o kulturně náročné dílo, primárně určené pro festivalová uvedení s velmi omezenou distribucí. Žadatel cílí na návštěvnost 1,2 tis. diváků a dobře definuje svou cílovou skupinu, přičemž klíčovým prvkem je propojení se studenty balkánských studií, FAMU a klubovými diváky. Přislíbená je i osobní účast režisérky na projekcích, avšak žádost neuvádí konkrétní detaily její návštěvy. Film bude uveden selektivně, přičemž distribuce zahrnuje i regionální kina v partnerských srbských městech a site-specific projekce. Na propagaci bude spolupracovat také společnost BalCan Cross Over, která plánuje oslovit diváky prostřednictvím newsletterů, direct mailingu a kampaní na sociálních sítích. Rozpočet odpovídá nízkonákladové zahraniční distribuci. Rada se rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.