

## 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 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.

**7181/2025**

**CINEPOINT s.r.o.**

**POPEL**

Poutavý, vizuálně nápaditý autorský dokument *POPEL* španělského režiséra Oriera Plazy zpracovává silné a složité propletené téma prostřednictvím neobvyklého žánrového spojení historického dokumentu s prvky detektivního pátrání a půvabnými animovanými sekvencemi. Film vyniká propracovanou narativní strukturou a obsahem, jenž silně rezonuje s naším historickým kontextem. Na vzniku snímku se významně podíleli i čeští tvůrci, především produkční společnost Cinepoint, která předkládá precizně zpracovanou žádost. Žadatel se domluvil na spolupráci s distributorem Aerofilms, který provede v tomto případě zalistování a programaci. Popis projektu je výjimečně detailní a svědčí o snaze maximalizovat dopad i dosah filmu. Rozpočet odpovídá typu a rozsahu plánované distribuce. Marketingová strategie je postavena především na spolupráci s tematicky spřízněnými partnery, jako jsou Post Bellum či podcast Přepište dějiny. Využita bude také redakční podpora koproducenta Česká televize a publicita. Distribuční plán počítá se selektivním nasazením, včetně site-specific projekcí s následnými diskuzemi a školními projekcemi. Cílová návštěvnost je stanovena na 5 tisíc diváků, přičemž film má výrazný potenciál pro uvedení na domácích i mezinárodních festivalech. Jedná se o významný projekt, který již získal podporu Fondu ve fázi výroby, splňuje cíle výzvy a Rada se jej rozhodla podpořit v plné požadované výši.

**7185/2025**

**Pilot Film s.r.o.**

**Doktor na tripu**

Dokumentární film Davida Čálka *Doktor na tripu* vznikl v producentské společnosti Mimesis Film, která je propojená se žadatelem, distribuční firmou Pilot Films. Film je vysoce aktuální, jelikož jeho tématem jsou alternativní metody léčby duševního zdraví, konkrétně využití přírodních psychotropních látek. Tento typ léčby je v české společnosti známý, jelikož řada průkopníků těchto metod vychází z českého prostředí. Film byl uveden na festivalu Jeden svět a do kin se chystá nejen v široké distribuci, ale i v rámci speciálních projekcí, které doprovodí diskuse s odborníky. To dává filmu distribuční potenciál, za předpokladu plného využití zapojených zdravotnických organizací. Jejich představitelé v žádosti figurují formou referenčních dopisů. Cílení na 25 tisíc diváků je ambiciózní, nicméně téma filmu i jeho zpracování je otevřené širokému spektru publika. Premiéra je naplánovaná

na polovinu prázdnin, což může komplikovat plán pro komentované projekce, protože řada kin nemá během prázdnin plný hrací profil. Marketingová kampaň je postavená na PR, online propagaci, outdooru a dalších standardních nástrojích. V rozpočtu jsou zahrnuty poměrně vysoké náklady na premiéru filmu v multifunkčním sále Vzlet a také náklady na zajištění hostů na speciální projekce. V rozpočtu figuruje i částka na výrobu traileru a webových stránek, o kterých se v popisu projektu žadatel příliš nezmiňuje. Celkově je projekt i přes drobné nedostatky dobře připravený a odpovídá cílům výzvy a Rada se jej proto rozhodla podpořit v plné požadované výši.

**7177/2025**

**CINEART TV Prague s.r.o.**

**FICHTELBERG**

V dobrodružném hraném rodinném snímku *Fichtelberg*, který kombinuje fantasy prvky s historickými reáliemi Jizerských hor 16. století, hraje významnou roli výtvarná složka. Autor filmu, Šimon Koudela (scénář a režie), přistupuje k látce originálním způsobem a využívá netradiční obrazovou formu, vícevrstvou animovanou kompozici v kombinaci s živou hereckou akcí. Projekt předkládá producent filmu, přičemž distribuci (programaci) zajistí společnost Cinemart. Cíle návštěvnosti 90 tisíců diváků jsou velmi ambiciózní. Positioning filmu nekoresponduje zcela s typem distribuce, cílovou skupinou ani s očekáváním návštěvnosti a s tím souvisejícími komparativními tituly (většinou pohádky). Distribuční strategie počítá s širokým uvedením do kin na podzim, přičemž premiéře bude předcházet uvedení na Mezinárodním festivalu filmů pro děti a mládež ve Zlíně. Primární cílovou skupinou mají být děti ve věku 8–14 let, což je vzhledem k povaze titulu diskutabilní. Je otázkou, zda bude film pro tuto věkovou kategorii dostatečně atraktivní. Žadatel plánuje oslovit cílové publikum především prostřednictvím traileringu, ve spolupráci s koproducentem Českou televizí (ČT :D a ČT edu), a prostřednictvím školních projekcí. Budou probíhat kampaně především v online prostoru a outdooru. Jedná se bezesporu o zajímavý a netradiční projekt, který byl Radou již podpořen ve fázi vývoje i výroby. Rada se rozhodla projekt podpořit ovšem ve snížené výši oproti požadované částce.

**7180/2025**

**Cinemart, a.s.**

**Perla**

Rakousko-slovenský koprodukční film *Perla* režisérky Alexandry Makarové měl premiéru v soutěži MFF Rotterdam. Příběh ženy, která emigrovala z Československa do Rakouska v době studené války a následně se vrací do totalitní republiky za otcem svého dítěte, je intenzivní a autorsky přesvědčivou sondou do nedávné historie. Do českých i slovenských kin film uvede společnost Cinemart. Žadatel cílí na 12 tisíc diváků v českých kinech, což je vzhledem k povaze filmu odvážné. Distribuční kampaň by měla začít premiérou na KVIFF a následným uvedením do širší distribuce. Marketingová kampaň stojí na online reklamě. V rozpočtu je uvedena i minimální garance, která je však dle distribuční smlouvy společná pro české i slovenské teritorium. V rámci PR projekt předpokládá spolupráci se ženami, které emigraci zažily. Snímek je připraven i pro školní projekce. Žadatel neplánuje premiéru filmu, ale dá se předpokládat, že v rámci uvedení na KVIFF by u uvedení byla autorka filmu, což by výrazně pomohlo PR kampani. Pokud by snímek pro KVIFF nakonec nebyl vybrán, nabízí se možnost prezentace filmu za účasti režisérky na jiném festivalu (LFŠ) nebo ve spolupráci s Rakouským kulturním fórem, které žadatel zmiňuje. Projekt splňuje cíle výzvy. Jedná se o distribuci náročného evropského filmu s tématem, které reflektuje i naši národní zkušenost a Rada se jej proto rozhodla podpořit v plné požadované výši.

7182/2025

Mezipatra z.s.

Distribuce filmu *Kráska z Gazy*

Dokumentární film *Kráska z Gazy* uvede do českých kin společnost Mezipatra. Stane se tak dalším filmem, které diváci mohou najít pod značkou Queer Kino. Film je kolektivním portrétem různorodé trans komunity v dnešním Izraeli. Místě, kde se střetávají extrémní náboženské pozice s liberální demokracií. Film pracuje s citlivou, ale intenzivní vizualitou a do současných velmi zjitřených debat ohledně tranzice přináší důležitý osobní pohled. Film již byl uveden jak na festivalu Mezipatra, tak na Festivalu francouzského filmu na podzim. Čekají ho projekce v rámci Prague Pride. Žadatel cílí na 1500 diváků a distribuční strategie stojí na kinech, které s žadatelem dlouhodobě spolupracují, respektive uvádějí filmy z jeho nabídky. V žádosti chyběla konkrétnější informace o počtu kin, jejich umístění a způsobu uvedení a propagace. Žadatel ne úplně konkrétně popisuje, že by některé projekce doprovodil komentářem hostů, kteří by reflektovali téma filmu. V marketingové kampani je kromě rozpočtu na online také výrazný rozpočet na outdoorovou kampaň. To se vzhledem k povaze filmu a jeho potenciálnímu nasazení v kinech zdá trochu problematické. Projekt splňuje cíle výzvy, a i přes drobné výhrady se jej Rada rozhodla podpořit v plně požadované výši.

7183/2025

DonArt production, s.r.o.

*Sneaks*

Americký animovaný rodinný film *Sneaks* od zkušených tvůrců studiových produkcí přináší zábavný a dobrodružný příběh tenisek odehrávající se v pulzujícím velkoměstě New Yorku. Do český kin jej uvádí distribuční společnost DonArt, která má s distribucí dětských animovaných titulů bohaté zkušenosti. Jde o širokospektrální distribuci, která cílí na plošné nasazení. Kampaně především POS/outdoor mají primárně oslovit děti ve věku 6-12 let. Mediální partneři byli v době podání žádosti ještě v jednacím procesu, tedy velikost a rozsah kampaně nejsou v této chvíli zřejmé. Distributor rovněž plánuje aktivní nabídku filmu školám v rámci projekcí pro žáky, nicméně tematická vhodnost tohoto titulu pro školní využití je diskutabilní. Z distribuční a marketingové strategie, jak je popsána v žádosti, lze usuzovat, že dosažení předpokládané návštěvnosti 35 tisíc diváků bude náročné. Rozpočet odpovídá typu distribuce i zamýšlenému cílení a zahrnuje rovněž náklady na akvizici kino a VOD práv pro Česko a Slovensko. Jde o projekt s komerčním potenciálem, který nicméně dle Rady SFA splňuje cíle dané výzvou a z těchto důvodů se radní rozhodli projekt podpořit.